

MEMBERITAKAN INJIL DI ERA DIGITAL UNTUK MENJAWAB AMANAT AGUNG DALAM DUNIA SERBA DIGITAL

Agnes

Teologi dan Sosiologi Kristen, Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Toraja, Indonesia
Correspondensi author email: agensyatmar24@gmail.com

Mutiara Mona Sari

Teologi dan Sosiologi Kristen, Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Toraja, Indonesia
mutiaramonasari@gmail.com

Bersyeba Merita Palangga

Teologi dan Sosiologi Kristen, Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Toraja, Indonesia
bersyebam@gmail.com

Veni Valent

Teologi dan Sosiologi Kristen, Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Toraja, Indonesia
venivalentinebalumba@gmail.com

Lebrina Maroak

Teologi dan Sosiologi Kristen, Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Toraja, Indonesia
lebrinamaroak54@gmail.com

Abstract

The shift into the digital era has transformed nearly every aspect of human life, including how Christians proclaim the Gospel. This article aims to explore how churches and individual believers can fulfill the Great Commission in a digital world full of challenges. The core issue lies in how the Gospel can be effectively communicated through digital media without compromising its theological depth and spiritual value. This study employs a qualitative descriptive-reflective approach through literature review, examining theological sources, digital research reports, and current ministry practices. The findings reveal that digital platforms represent a new and strategic mission field, yet require adequate theological, ethical, and technical preparedness. Churches must establish a solid foundation of digital theology, empower believers as digital missionaries, and create contextual, transformative content. Additionally, issues such as shallow content, polarization, and instant culture must be addressed wisely to ensure the Gospel remains pure and impactful. In conclusion, digital mission is not merely an option but a faith-driven mandate for today's ever-changing world.

Keywords: Church, Digital, Gospel, Mission, Theology

Abstrak

Perubahan zaman menuju era digital telah mempengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan manusia, termasuk cara umat Kristen memberitakan Injil. Artikel ini bertujuan untuk menjawab bagaimana gereja dan individu percaya dapat menjalankan Amanat Agung dalam konteks dunia digital yang penuh tantangan. Permasalahan utama terletak pada bagaimana Injil dapat disampaikan secara efektif melalui media digital tanpa kehilangan kedalaman teologis dan

nilai rohani. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dengan pendekatan kualitatif deskriptif-reflektif, dengan menelaah literatur teologis, laporan riset digital, dan praktik pelayanan kontemporer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital adalah medan misi baru yang strategis, namun memerlukan kesiapan teologis, etis, dan teknis yang memadai. Gereja perlu membangun fondasi teologi digital yang kuat, memberdayakan jemaat sebagai misionaris digital, serta menciptakan konten yang kontekstual dan transformatif. Di samping itu, tantangan seperti konten dangkal, polarisasi, dan budaya instan harus direspons secara bijak agar pemberitaan Injil tetap murni dan berdampak. Kesimpulannya, misi digital bukan sekadar pilihan, tetapi panggilan iman di tengah zaman yang terus berubah.

Kata Kunci: Digital, Gereja, Injil, Misi, Teologi

PENDAHULUAN

Di tengah perubahan zaman yang begitu cepat, dunia saat ini telah bergeser ke arah digitalisasi hampir dalam segala lini kehidupan. Kehadiran teknologi, khususnya internet dan media sosial, telah merevolusi cara manusia berinteraksi, bekerja, bahkan berpikir. Dalam lanskap global yang semakin terhubung ini, pertanyaan besar muncul bagi umat Kristen: bagaimana Amanat Agung yang disampaikan Yesus dua ribu tahun lalu tetap dapat dijalankan secara relevan dalam dunia yang serba digital ini? Amanat Agung yang tertulis dalam Markus 16:15 "Pergilah ke seluruh dunia, beritakanlah Injil kepada segala makhluk" tidak kehilangan daya dorongnya meski dunia telah berubah. Justru, dalam konteks zaman modern, makna "seluruh dunia" kini dapat dijangkau bukan hanya melalui langkah kaki, tetapi melalui satu sentuhan jari. Namun, tantangannya pun berubah. Dunia digital membawa serta arus informasi yang begitu deras, hoaks yang menyebar cepat, algoritma yang membatasi eksposur, dan budaya instan yang kadang mengikis nilai-nilai kekekalan.

Di sinilah refleksi teologis menjadi penting. Apakah pemberitaan Injil masih mungkin dilakukan dengan cara-cara lama? Apakah mimbar tradisional cukup efektif menjangkau generasi yang lebih sering membuka Instagram ketimbang Alkitab cetak? Apakah gereja sudah hadir dalam dunia digital sebagai terang dan garam, atau justru tenggelam dalam hiruk pikuk konten yang fana? Tantangan zaman ini memanggil gereja untuk beradaptasi, bukan berkompromi. Beradaptasi dalam arti menggunakan sarana baru tanpa kehilangan esensi pesan Injil itu sendiri. Injil tetap kekal, tetapi cara penyampaiannya bisa berkembang. Jika pada masa Paulus, surat menjadi media utama, maka hari ini kita punya YouTube, podcast, TikTok, dan berbagai kanal komunikasi lainnya. Dalam hal ini, media digital bukan musuh, melainkan wahana strategis yang perlu dikuasai dengan bijak. Beberapa studi sebelumnya telah menyoroti perlunya gereja untuk merespons perubahan budaya secara aktif. Barna Group, misalnya, menemukan bahwa lebih dari 60% anak muda Kristen di Amerika mengalami pertumbuhan rohani melalui konten digital, baik itu khotbah daring, komunitas digital, maupun diskusi teologi dalam forum online. Fenomena ini menunjukkan bahwa ruang digital bukan sekadar pelengkap, tetapi sudah menjadi bagian integral dari spiritualitas umat masa kini.

Namun, penggunaan media digital dalam pemberitaan Injil tidak lepas dari risiko. Ada potensi penurunan kedalaman teologis, konten yang dangkal demi popularitas, hingga penyalahgunaan media untuk kepentingan pribadi atau komersial. Dalam konteks ini, teologi digital bukan hanya membahas "bagaimana caranya", tetapi juga "mengapa", "untuk siapa", dan "dengan nilai apa". Teologi harus hadir sebagai fondasi, bukan dekorasi.

Artikel ini mencoba menjawab persoalan-persoalan di atas dengan fokus utama pada bagaimana gereja dan umat Kristen dapat menjawab Amanat Agung di tengah dunia yang serba digital. Penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi literatur dan refleksi teologis sebagai dasar analisis. Tujuan utama dari tulisan ini adalah membangun pemahaman bahwa pemberitaan Injil di era digital bukan sekadar tren, tetapi panggilan iman yang memerlukan kebijaksanaan, kreativitas, dan pengabdian. Lebih jauh, tulisan ini juga mengajak pembaca untuk melihat bahwa misi digital bukan hanya tugas para “influencer Kristen” atau tim media gereja, melainkan tanggung jawab kolektif umat percaya. Dalam dunia yang semakin terpolarisasi, hadirnya suara Injil yang jernih, penuh kasih, dan relevan menjadi kebutuhan mendesak. Dunia maya kini bukan lagi ruang alternatif, melainkan ruang utama interaksi manusia dan karena itu, menjadi ladang misi yang luas.

Sebagai ilustrasi, mari kita bayangkan seseorang yang sedang bergumul dengan hidupnya di tengah malam, membuka ponselnya dan menemukan video singkat tentang kasih Tuhan di TikTok. Mungkin hanya berdurasi satu menit, tapi bisa menjadi benih iman yang tertanam di hati yang sedang gersang. Inilah kekuatan Injil digital: menjangkau orang-orang yang bahkan belum sempat melangkah ke gereja. Di sisi lain, gereja juga ditantang untuk membangun ekosistem digital yang sehat. Tidak cukup hanya hadir di media sosial, tetapi bagaimana menghadirkan kehadiran Allah dalam ruang virtual itu? Bagaimana membangun komunitas online yang bukan hanya ramai, tapi juga berakar dalam iman? Bagaimana mendidik jemaat agar tidak hanya menjadi konsumen konten rohani, tetapi juga menjadi pelayan yang aktif dalam dunia digital?

Artikel ini akan mengupas lebih dalam hal-hal tersebut dalam bab-bab selanjutnya: mulai dari tinjauan teologis mengenai Amanat Agung, pemetaan kondisi gereja di dunia digital saat ini, strategi dan pendekatan yang dapat digunakan dalam pewartaan Injil secara digital, hingga analisis tantangan dan peluang di masa depan. Diharapkan, kajian ini bisa menjadi sumbangsih dalam pengembangan teologi kontekstual yang tidak alergi terhadap teknologi, melainkan menjadikannya alat untuk mewujudkan misi Kerajaan Allah.

Sebagaimana Yesus pernah berbicara kepada kerumunan dari atas perahu di tengah danau agar suaranya terdengar lebih jelas, demikian pula hari ini, gereja dipanggil untuk naik ke perahu digital bukan demi eksistensi, tetapi demi ketaatan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka (library research) sebagai pendekatan utama. Studi pustaka merupakan metode yang dilakukan dengan cara menelusuri, menganalisis, dan menginterpretasikan berbagai literatur yang relevan guna memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap topik yang dikaji. Dalam konteks penelitian ini, literatur yang dijadikan sumber mencakup buku-buku teologi misi, jurnal ilmiah, artikel akademik, dokumen gereja, serta sumber digital yang kredibel seperti laporan survei Barna Group, Pew Research, dan lembaga penelitian Kristen lainnya yang membahas hubungan antara gereja, teknologi, dan pemberitaan Injil. Jenis penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis. Pendekatan kualitatif digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk memahami makna, nilai, dan relevansi pemberitaan Injil dalam konteks era digital, bukan untuk mengukur secara kuantitatif keberhasilan atau statistik misi digital. Sedangkan pendekatan deskriptif-analitis memungkinkan penulis untuk menguraikan

fenomena yang ada sekaligus memberikan analisis teologis berdasarkan perspektif Kitab Suci dan pemikiran para teolog kontemporer. Data dikumpulkan melalui proses identifikasi sumber-sumber pustaka yang relevan. Kriteria pemilihan sumber ditentukan berdasarkan kedalaman isi, kesesuaian topik, dan otoritas penulis atau lembaga yang menerbitkan. Sumber primer meliputi Alkitab, dokumen teologi misi, dan tulisan para tokoh teolog. Sementara itu, sumber sekunder mencakup artikel jurnal, publikasi gereja, serta konten digital yang memiliki kontribusi terhadap pemahaman konteks pemberitaan Injil secara daring. Setelah data dikumpulkan, langkah berikutnya adalah proses kategorisasi dan sintesis. Penulis mengelompokkan informasi berdasarkan tema-tema utama, seperti: (1) konsep teologis Amanat Agung, (2) peran teknologi dalam komunikasi iman Kristen, (3) tantangan dan peluang misi digital, serta (4) strategi gereja dalam merespons era digital. Setiap tema kemudian dianalisis secara kritis dan reflektif dengan mengintegrasikan perspektif teologi misi dan kebutuhan kontekstual zaman modern. Sebagai penunjang keakuratan dan validitas analisis, penelitian ini juga menggunakan pendekatan triangulasi pustaka, yakni dengan membandingkan dan menguji informasi dari berbagai sumber untuk memperoleh gambaran yang lebih utuh dan seimbang. Selain itu, penulis juga melakukan telaah historis terhadap perkembangan pemberitaan Injil dari masa ke masa, untuk menemukan kontinuitas dan transformasi dalam praktik pewartaan Injil. Dengan menggunakan metode ini, diharapkan penelitian dapat memberikan sumbangan pemikiran yang bermakna dalam pengembangan teologi praktis, khususnya dalam merumuskan model pemberitaan Injil yang kontekstual, relevan, dan efektif di tengah era digital yang terus berkembang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Amanat Agung dalam Perspektif Teologis

Amanat Agung adalah inti dari misi gereja. Ayat Markus 16:15 “Pergilah ke seluruh dunia, beritakanlah Injil kepada segala makhluk” bukan sekadar ajakan biasa, melainkan perintah langsung dari Kristus yang menandai mandat universal bagi seluruh umat percaya untuk menjadi saksi-Nya. Perintah ini lahir dalam konteks pasca-kebangkitan, menjadi klimaks dari pelayanan Yesus di dunia, sekaligus fondasi teologis dari penginjilan dalam setiap generasi. Dalam pandangan teologi misi, Amanat Agung mencerminkan karakter Allah yang misioner. Allah bukan hanya Allah yang diam di surga, melainkan Allah yang datang, mencari, menyelamatkan, dan mengutus. Dari Perjanjian Lama hingga Perjanjian Baru, narasi Alkitab menunjukkan misi Allah untuk menjangkau bangsa-bangsa. Dalam Yesaya 49:6 misalnya, Tuhan berkata: “Aku akan membuat engkau menjadi terang bagi bangsa-bangsa supaya keselamatan yang dari pada-Ku sampai ke ujung bumi.” Amanat Agung hanyalah puncak dari panggilan panjang untuk menjadi saksi di tengah dunia.

Secara historis, gereja mula-mula memegang teguh perintah ini. Paulus, Petrus, dan para rasul lain melakukan perjalanan jauh melintasi budaya, bahasa, dan wilayah demi memberitakan Injil. Mereka menyesuaikan pendekatan sesuai konteks tanpa mengubah inti pesan. Paulus misalnya, mampu berkhutbah di sinagoga kepada orang Yahudi, dan berdiskusi dengan filsuf di Areopagus kepada orang Yunani. Hal ini menunjukkan fleksibilitas misi, yang tetap berpegang pada Injil namun kontekstual terhadap audiens. Masuk ke abad modern, banyak tokoh misionaris seperti William Carey, Hudson Taylor, dan David Livingstone melanjutkan tradisi ini. Mereka menyeberangi benua, mempelajari bahasa lokal, dan hidup bersama masyarakat yang mereka layani. Semangat

yang sama kini ditantang dalam bentuk baru: bukan hanya menyeberangi benua, tetapi “menyeberangi jaringan” menjangkau jiwa-jiwa di balik layar kaca, layar ponsel, dan identitas digital.

Secara teologis, Amanat Agung tidak bisa dilepaskan dari konsep *missio Dei* — misi adalah milik Allah, dan manusia hanya menjadi mitra-Nya. Karena itu, pemberitaan Injil bukanlah proyek pribadi atau institusional, tetapi keterlibatan dalam karya besar Allah. Dunia digital, dalam hal ini, tidak berada di luar jangkauan misi Allah. Justru, di tengah keterasingan modern, ruang digital menjadi tempat baru di mana manusia mencari makna, kehadiran, dan harapan. Namun, tantangan terbesar dalam menafsirkan Amanat Agung hari ini adalah bagaimana menerapkannya secara otentik di tengah dunia digital yang serba instan, penuh gangguan, dan sangat visual. Banyak yang mempertanyakan apakah benar Injil bisa disampaikan hanya lewat “konten”, atau apakah relasi sejati bisa dibangun secara daring. Ini menjadi dilema teologis sekaligus praktis: sejauh mana media digital dapat menjadi sarana yang sah bagi pekerjaan Roh Kudus?

Menjawab hal ini, perlu ditegaskan bahwa Amanat Agung tidak pernah menetapkan metode tunggal. Tidak ada syarat bahwa pewartaan Injil harus dilakukan secara fisik, tatap muka, atau di tempat ibadah tertentu. Yang diminta hanyalah kesetiaan untuk pergi, memberitakan, dan membaptis. Jika “pergi” pada masa lalu berarti berjalan kaki ke kota sebelah, maka “pergi” hari ini bisa berarti membuat konten video, menulis blog kesaksian, atau membuka ruang diskusi rohani di media sosial. Intinya adalah mobilitas, keterlibatan, dan kesaksian. Dalam pandangan ini, dunia digital bukan pengganti kehidupan rohani yang nyata, melainkan ekstensi dari misi gereja. Sebagaimana Paulus menulis surat kepada jemaat-jemaat jauh dan menggunakan teknologi komunikasi zamannya (yaitu surat), maka gereja masa kini pun dipanggil untuk menggunakan media terkini untuk menjangkau mereka yang tak terjangkau secara fisik.

Lebih jauh lagi, Amanat Agung juga merupakan perintah yang mengandung janji. Dalam Matius 28:20, Yesus menegaskan: “Dan ketahuilah, Aku menyertai kamu senantiasa sampai kepada akhir zaman.” Ini adalah jaminan bahwa sekalipun dunia berubah, media berganti, dan cara kita menyampaikan Injil berbeda, penyertaan Kristus tetap berlaku. Baik ketika kita berkhotbah di mimbar gereja maupun saat kita berbicara lewat layar kecil, Dia tetap bekerja melalui Roh-Nya. Dengan demikian, pemahaman teologis terhadap Amanat Agung menjadi fondasi yang tak tergantikan dalam penginjilan digital. Ia menjaga kita agar tidak sekadar mengejar popularitas konten, tetapi tetap setia pada tujuan surgawi: menyampaikan kasih Allah kepada semua makhluk. Maka, setiap klik, setiap kata, setiap video yang dibuat demi Kristus, menjadi bagian dari ketaatan pada panggilan ilahi ini.

Perubahan Lanskap Komunikasi: Dari Mimbar ke Media Digital

Dunia telah mengalami pergeseran cara berkomunikasi yang sangat signifikan dalam dua dekade terakhir. Dari media cetak ke media elektronik, dari surat ke email, dari pertemuan fisik ke pertemuan virtual, dan dari suara mikrofon gereja ke suara speaker smartphone. Perubahan ini bukan hanya perubahan teknis, melainkan juga kultural bagaimana manusia menyerap informasi, merespons pesan, dan membentuk makna kini sangat dipengaruhi oleh ekosistem digital. Dulu, mimbar gereja adalah pusat komunikasi rohani. Dari sana, gembala menyampaikan Firman, membangun iman, dan mengarahkan jemaat. Komunikasi bersifat satu arah, khotbah menjadi sarana utama pewartaan Injil. Jemaat mendengar, menyimak, dan kemudian berefleksi dalam hidup.

Namun kini, mimbar tidak lagi hanya berarti panggung di ruang ibadah. Mimbar telah berpindah ke ruang-ruang digital: ke akun Instagram gereja, ke video pendek di TikTok, ke podcast rohani, bahkan ke ruang diskusi di WhatsApp.

Perubahan ini tak bisa dihindari. Generasi digital khususnya generasi Z dan milenial lebih sering berinteraksi dengan dunia melalui layar. Mereka bukan hanya digital natives, tetapi juga content curators yang memilih sendiri apa yang mereka konsumsi. Mereka jarang duduk mendengarkan satu jam khotbah, tapi bisa menghabiskan waktu berjam-jam menonton video pendek atau mendengarkan potongan konten yang relevan dengan kehidupan mereka. Maka, gereja perlu belajar berbicara dengan bahasa baru tanpa kehilangan isi lamanya. Lanskap komunikasi digital menuntut penyampaian pesan yang cepat, jelas, relevan, dan visual. Tidak bisa hanya mengandalkan teks panjang dan struktur formal seperti dalam khutbah klasik. Di sini, kekuatan narasi dan visual menjadi penting. Cerita pribadi, kesaksian hidup, kutipan ayat yang menyentuh hati, ilustrasi sederhana namun dalam semua itu bisa menjadi alat untuk menjangkau hati dalam waktu yang singkat.

Namun, perubahan ini juga membawa tantangan besar: perhatian manusia menjadi lebih pendek. Dalam istilah modern, kita hidup dalam budaya “scroll cepat” di mana perhatian orang bisa berpindah hanya dalam 3 detik. Jika pesan Injil tidak disampaikan dengan cara yang menarik secara visual dan emosional, besar kemungkinan ia akan terlewatkan di antara ratusan konten lain yang berseliweran setiap hari. Di sisi lain, komunikasi digital juga bersifat dua arah. Tidak seperti mimbar yang bersifat monolog, ruang digital menyediakan ruang dialog. Umat bisa bertanya, memberi tanggapan, bahkan berdebat. Ini membuka peluang besar untuk memberitakan Injil secara personal dan kontekstual, namun juga menuntut kesiapan dalam menghadapi pertanyaan-pertanyaan kritis dan respons yang beragam. Gereja tidak bisa hanya menjadi penyiar pesan, tetapi juga menjadi pendengar, penjawab, dan pembimbing rohani di dunia maya. Selain itu, kehadiran digital memperluas jangkauan gereja secara signifikan. Konten yang dibagikan secara daring bisa menembus batas negara, bahasa, bahkan budaya. Sebuah renungan yang diunggah di pagi hari di Indonesia bisa dibaca malam harinya oleh seseorang di Afrika, Eropa, atau Amerika. Di sinilah Amanat Agung menemukan jalannya di dunia digital Injil benar-benar dapat diberitakan “ke seluruh dunia” dengan kecepatan yang dulu mustahil dibayangkan.

Namun demikian, transformasi komunikasi ini menuntut kesiapan gereja bukan hanya secara teknologi, tapi juga secara teologis dan etis. Gereja perlu memastikan bahwa pesan yang dibagikan tidak kehilangan kedalaman rohani. Bahwa dalam semangat adaptasi, esensi Injil tidak menjadi sekadar kutipan motivasi atau hiburan ringan. Dunia digital penuh dengan godaan popularitas di mana klik, like, dan share bisa menjadi tolok ukur keberhasilan, bukan lagi kebenaran atau pertobatan. Karena itu, penting bagi gereja dan setiap pelayan digital untuk memahami perubahan komunikasi ini sebagai panggilan untuk semakin kreatif namun tetap berakar. Perubahan ini bukan ancaman, tetapi peluang. Seperti Yesus yang menggunakan perahu untuk berkhotbah agar suara-Nya lebih terdengar oleh orang banyak, demikian pula kini gereja bisa menggunakan media digital sebagai “perahu” baru untuk menjangkau lebih luas. Namun suara yang dibawa harus tetap suara Kristus, bukan hanya gema dari tren dunia. Dengan pemahaman ini, maka komunikasi Injil di era digital tidak hanya menjadi soal teknis dan estetika, tetapi juga spiritualitas. Ia memanggil gereja untuk menjadi saksi bukan hanya di altar, tetapi di algoritma. Bukan hanya di ruang ibadah,

tetapi juga di ruang maya. Dan dalam semua itu, Roh Kudus tetap bekerja, menyentuh hati, membangkitkan iman, dan membentuk komunitas.

Teknologi Digital sebagai Ladang Misi Baru

Jika dahulu ladang misi identik dengan tempat terpencil yang belum terjamah kabar keselamatan, maka hari ini ladang misi itu bisa hadir dalam bentuk layar smartphone yang diakses jutaan orang setiap menit. Dunia digital media sosial, website, YouTube, aplikasi pesan, podcast, dan streaming telah menjadi ekosistem baru di mana manusia berinteraksi, membentuk opini, mencari jawaban, dan menemukan makna. Dalam konteks inilah, teknologi digital bukan sekadar alat bantu, tetapi medan misi yang sesungguhnya. Gereja perlu menyadari bahwa dunia maya bukan dunia semu. Bagi banyak orang, dunia digital adalah tempat mereka menjalani sebagian besar kehidupan sehari-hari: bekerja, belajar, berkomunikasi, dan bahkan menjalankan kehidupan rohani. Ada orang yang menemukan komunitas rohani melalui grup Facebook, mengikuti ibadah melalui YouTube, atau membaca renungan harian dari blog atau aplikasi Alkitab digital. Aktivitas-aktivitas ini menunjukkan bahwa ranah digital adalah tempat nyata di mana Injil bisa dan harus hadir. Penyebaran Injil secara digital menawarkan jangkauan yang luar biasa luas dan cepat. Tidak seperti misi konvensional yang membutuhkan waktu dan biaya besar untuk menjangkau tempat tertentu, konten digital yang diunggah hari ini bisa menjangkau ribuan bahkan jutaan orang dalam hitungan jam, lintas benua dan lintas budaya. Inilah salah satu keajaiban misi digital tanpa visa, tanpa tiket pesawat, namun tetap bisa membawa Kabar Baik ke seluruh dunia.

Beberapa contoh menunjukkan keberhasilan misi digital ini. Misalnya, banyak gereja di Asia dan Afrika yang mengaku mengalami pertumbuhan jemaat justru karena konten-konten mereka viral di media sosial. Di Indonesia sendiri, kita menyaksikan munculnya banyak akun rohani yang digawangi oleh anak muda Kristen dan berhasil menjangkau followers dalam jumlah besar dengan pesan-pesan sederhana namun menyentuh. Mereka memanfaatkan platform seperti Instagram untuk membagikan ayat harian, TikTok untuk menyampaikan refleksi singkat, hingga Spotify untuk renungan audio. Semua ini adalah bentuk pewartaan Injil di dunia yang baru. Namun, keberhasilan itu tidak terjadi begitu saja. Dibutuhkan kesadaran strategis dan keterampilan teknis untuk menjadikan teknologi digital sebagai ladang misi yang efektif. Ini berarti memahami algoritma media sosial, memilih format konten yang tepat (video, gambar, teks), menggunakan bahasa yang sesuai dengan audiens, serta menjaga kualitas teologis dari isi yang disampaikan. Misi digital tidak boleh dilakukan sembarangan, karena pesan Injil bukan sembarang pesan. Ia adalah kabar keselamatan yang harus disampaikan dengan hormat, penuh kasih, dan bijaksana.

Selain itu, penting untuk membangun keterlibatan (engagement), bukan hanya eksposur. Konten yang baik bukan hanya yang banyak dilihat, tetapi yang mampu menimbulkan respons: komentar yang reflektif, percakapan lanjutan, bahkan keputusan untuk mengikuti Kristus. Inilah yang membedakan misi digital dari sekadar pemasaran digital. Tujuannya bukan menjual “produk rohani”, tetapi mengarahkan orang pada perjumpaan dengan Allah. Di balik semua peluang itu, ada juga tantangan. Dunia digital juga menjadi lahan subur bagi ajaran palsu, konten dangkal yang dibungkus spiritualitas, dan penyalahgunaan nama Tuhan untuk kepentingan pribadi. Karena itu, gereja dan pelayan digital perlu memiliki kedewasaan rohani, literasi media, dan komitmen teologis yang kuat. Misi digital bukan sekadar “ikut tren”, tetapi wujud nyata dari Amanat Agung di zaman modern.

Sebagai tambahan, keberadaan teknologi juga membuka ruang partisipasi yang lebih luas. Dulu, penginjilan sering dianggap sebagai tugas khusus pendeta atau misionaris. Kini, setiap orang Kristen bisa ikut serta menjadi “e-missionary” misionaris digital hanya dengan ponsel di tangan. Lewat satu unggahan, satu video kesaksian, satu komentar penuh kasih, seseorang bisa menanam benih iman di hati orang lain. Ini adalah demokratisasi misi yang luar biasa.

Gereja pun perlu menyediakan pelatihan, dukungan, dan ruang kreatif bagi jemaat untuk ambil bagian dalam misi digital ini. Mulai dari edukasi penggunaan media sosial secara sehat, penulisan konten rohani, pembuatan video renungan, hingga penyusunan strategi komunikasi digital. Ketika teknologi dimanfaatkan secara benar, ia bukan hanya alat komunikasi, tapi juga wadah perjumpaan ilahi. Singkatnya, teknologi digital bukan musuh iman, tetapi medan misi baru. Di dalamnya, Injil bisa menemukan suara yang segar, bentuk yang kreatif, dan jangkauan yang tak terbatas. Namun di atas semuanya itu, pesan yang dibawa tetap sama tentang kasih Kristus yang menyelamatkan dunia. Maka, dunia digital bukanlah tempat yang harus dihindari, melainkan tempat yang harus dikuduskan dijadikan altar baru tempat Tuhan berkarya di tengah zaman yang terus berubah.

Tantangan Pemberitaan Injil di Era Digital

Pemberitaan Injil di era digital memiliki potensi luar biasa dalam menjangkau jiwa-jiwa, namun juga dihadapkan pada sejumlah tantangan yang kompleks, baik secara teologis, teknis, maupun kultural. Tantangan-tantangan ini tidak boleh dipandang remeh, sebab akan memengaruhi kualitas pewartaan dan dampaknya terhadap pertumbuhan iman umat. Salah satu tantangan utama adalah munculnya konten rohani yang dangkal, yang lebih mengejar popularitas ketimbang kedalaman spiritual. Banyak unggahan rohani hanya berupa kutipan ayat tanpa penjelasan kontekstual atau refleksi teologis yang memadai. Akibatnya, pesan Injil mudah disalahpahami atau dipraktikkan secara parsial. Dalam konteks ini, gereja dan pelayan digital dituntut untuk tidak hanya kreatif, tetapi juga mendalam secara doktrinal. Ruang digital menawarkan berlimpah informasi sekaligus distraksi. Budaya “scroll cepat” membuat perhatian manusia menjadi sangat pendek. Tantangannya adalah bagaimana menyampaikan pesan Injil dengan efektif dalam durasi dan format yang singkat namun tetap bermakna. Gereja perlu mengembangkan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga transformatif dalam waktu singkat.

Dunia digital juga menjadi tempat berkembangnya polarisasi sosial dan ujaran kebencian, termasuk dalam diskusi keagamaan. Jika tidak bijak, pelayan Injil dapat terseret dalam debat yang tidak membangun. Oleh sebab itu, pemberitaan Injil harus dilakukan dengan kasih, hikmat, dan kerendahan hati, mengikuti teladan Kristus dalam berinteraksi dengan publik. Tidak semua pelayan atau jemaat memiliki kecakapan digital yang memadai. Banyak gereja belum memiliki strategi digital yang terencana, atau bahkan belum memahami perbedaan antara sekadar “posting” dengan benar-benar “melayani” secara digital. Literasi digital dan pemahaman teologi digital menjadi kebutuhan mendesak agar setiap pelayan dapat bertanggung jawab secara etis dan rohani dalam dunia maya. Munculnya kecenderungan monetisasi konten rohani menjadi tantangan lain. Ketika pelayanan digital terlalu bergantung pada algoritma, monetisasi, atau jumlah pengikut, maka orientasi pelayanan bisa tergeser dari misi ke profit. Ini menimbulkan pertanyaan etis dan teologis tentang

motivasi dalam pelayanan digital. Injil bukan produk yang dijual, melainkan kabar keselamatan yang harus disampaikan dengan tulus.

Pewartaan digital kerap bersifat satu arah dan tidak selalu melahirkan komunitas. Injil yang sejati menuntut relasi, pertobatan, dan pembentukan murid. Gereja ditantang untuk tidak hanya hadir sebagai penyedia konten, tetapi juga sebagai pembina komunitas daring yang otentik dan saling membangun. Dalam menghadapi tantangan-tantangan ini, gereja perlu menegaskan kembali bahwa media digital hanyalah sarana, bukan tujuan. Keberhasilan pewartaan Injil bukan dinilai dari banyaknya tayangan, tetapi dari transformasi hidup yang terjadi melalui kuasa Firman Tuhan. Oleh karena itu, strategi digital harus berpijak pada dasar teologis yang kokoh, dilaksanakan dengan hikmat, dan diarahkan pada pertumbuhan rohani yang sejati.

Strategi Gereja dan Individu dalam Misi Digital

Dalam menghadapi era digital yang penuh dinamika, gereja dan individu Kristen perlu menyusun strategi yang terarah dan bermakna agar pemberitaan Injil tidak kehilangan kedalaman serta relevansinya. Strategi tersebut dimulai dengan membangun fondasi teologi digital yang kuat. Pemahaman yang benar tentang Amanat Agung dalam konteks digital menjadi kunci agar pelayanan tidak sekadar mengejar viralitas, melainkan tetap setia pada esensi kabar keselamatan dalam Kristus. Gereja juga dituntut untuk memberdayakan jemaat sebagai pelayan digital atau “misionaris digital” yang mampu menjangkau sesamanya melalui media sosial, blog, video, maupun ruang diskusi daring. Pemberdayaan ini perlu dilengkapi dengan pelatihan praktis yang mencakup keterampilan menulis konten rohani, produksi media visual, serta etika penggunaan platform digital. Selain itu, gereja perlu aktif membangun jejaring dan kolaborasi dengan komunitas Kristen lainnya guna menciptakan sinergi pelayanan digital yang lebih luas dan berdampak. Konten yang diproduksi pun harus kontekstual dan komunikatif, menyentuh realitas kehidupan sehari-hari umat digital yang haus akan makna dan harapan. Tidak kalah penting, strategi digital harus dilandasi oleh komitmen etika dan spiritualitas yang matang. Dalam budaya media yang sarat pencitraan dan sensasi, gereja perlu menghadirkan wajah Kristus yang rendah hati dan penuh kasih melalui setiap interaksi daring. Dalam hal ini, membangun komunitas digital yang sehat menjadi prioritas. Komunitas tersebut bukan hanya menjadi tempat berkumpul, tetapi juga ruang pertumbuhan iman, saling menasihati, dan membangun relasi yang bermakna di tengah keterbatasan fisik. Lebih jauh, gereja dan pelayan digital perlu terbuka terhadap evaluasi dan pembaruan strategi secara berkala. Dunia digital terus berubah, dan karenanya gereja harus adaptif tanpa kehilangan pijakan teologisnya. Refleksi mendalam terhadap respons audiens, efektivitas konten, serta relevansi metode menjadi bagian dari disiplin pelayanan digital yang sehat. Pada akhirnya, strategi gereja dan individu dalam misi digital bukan hanya soal kehadiran secara teknis, tetapi bagaimana kehadiran itu menjadi saluran kasih karunia Tuhan yang menyentuh, mengubah, dan membimbing jiwa-jiwa kepada terang Injil. Dunia digital, dengan segala tantangannya, adalah ladang misi yang luas dan menjanjikan, yang menunggu untuk dituai oleh para pelayan yang setia, bijaksana, dan kreatif dalam kasih Kristus.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemberitaan Injil di era digital bukan hanya sebuah alternatif komunikasi iman, melainkan merupakan panggilan teologis yang harus dijawab secara serius oleh gereja dan setiap orang percaya. Dunia digital telah menjadi medan misi baru yang luas dan dinamis, tempat di mana manusia mencari makna, relasi, dan harapan. Dalam konteks ini, Amanat Agung tetap relevan dan mendesak untuk diwujudkan melalui sarana dan pendekatan yang sesuai dengan zaman. Teknologi bukanlah lawan dari iman, melainkan alat yang dapat dipakai secara kreatif dan bertanggung jawab untuk menyampaikan kabar keselamatan. Namun, pewartaan Injil secara digital juga membawa tantangan serius, seperti degradasi kedalaman teologis, budaya instan, serta komersialisasi spiritualitas. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi yang terencana dan berakar dalam fondasi teologis, mulai dari pelatihan misionaris digital, pembangunan komunitas rohani daring, hingga pengembangan konten yang kontekstual dan transformatif. Konsekuensi logis dari hasil penelitian ini dalam pengembangan ilmu dan praksis pendidikan Kristen adalah perlunya integrasi antara literasi digital dan formasi iman dalam kurikulum pendidikan gerejawi maupun lembaga teologi. Pendidikan Kristen tidak lagi dapat bersifat eksklusif terhadap media digital, melainkan harus mempersiapkan generasi pelayan yang mampu mengelola teknologi secara arif untuk misi Kerajaan Allah. Lembaga pendidikan Kristen perlu membentuk peserta didik tidak hanya sebagai pengkhotbah mimbar, tetapi juga sebagai komunikator Injil dalam lanskap digital. Dengan demikian, praksis pendidikan Kristen akan menjadi lebih kontekstual, relevan, dan berdampak luas, serta turut mengambil bagian aktif dalam transformasi budaya digital secara injili dan profetik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, K. M. (2020). *Digital discipleship: Forming faith in online communities*. Journal of Christian Education, 63(2), 121–135. <https://doi.org/10.1177/0021965720919032>
- Barna Group. (2018). *The state of digital church: How churches are leveraging technology in ministry*. Barna Research. <https://www.barna.com/research/state-of-the-digital-church/>
- Campbell, H. A. (2017). *Surveying theoretical approaches within digital religion studies*. New Media & Society, 19(1), 15–24. <https://doi.org/10.1177/1461444816649912>
- Cheong, P. H. (2013). *Authority*. In H. A. Campbell (Ed.), *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds* (pp. 72–87). Routledge.
- Hutchings, T. (2015). *Creating church online: Ritual, community and new media*. Routledge.
- Kim, Y., & Schmalzbauer, J. (2021). *Social media and religious authority: Pastors, influencers, and the digital pulpit*. Journal for the Scientific Study of Religion, 60(4), 813–831. <https://doi.org/10.1111/jssr.12746>
- Lewis, M. (2019). *Mission in the digital age: Evangelism, technology, and the church*. Missiology: An International Review, 47(3), 238–250. <https://doi.org/10.1177/0091829619855774>
- Moberg, M. (2016). *Digital media and the reshaping of contemporary religion: Challenges and opportunities for missional theology*. Studies in World Christianity, 22(3), 177–193. <https://doi.org/10.3366/swc.2016.0147>
- Pew Research Center. (2020). *Faith among Millennials: Digital expressions of belief and belonging*. <https://www.pewresearch.org>
- Setiawan, D. (2021). *Penginjilan digital dan tantangan etika: Telaah terhadap pendekatan media baru dalam pelayanan gereja masa kini*. Jurnal Teologi Kontekstual, 23(1), 55–69. <https://doi.org/10.32530/jtk.v23i1.243>

Yuswohady. (2020). *Marketing to the middle class Muslim: Understanding digital behavior of religious consumers in Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama.