



Strategi Misi Digital Berdasarkan Survei Penetrasi Internet 2024: Adaptasi Penggunaan Media Sosial Generasi Z

Slamet Wiyono¹, Edward. E. Hanock², Bryan. A. Arwam³

Sekolah Tinggi Teologi Makedonia, Ngabang^{1,2,3}

edwardhanock@makedonia.ac.id¹, edwardhanock@makedonia.ac.id², bryan@makedonia.ac.id³

Abstract

The rapid development of digital technology in Indonesia, particularly with the increasing internet penetration based on the 2024 Internet Penetration Survey, has significantly impacted churches in carrying out their mission of evangelism and discipleship. Generation Z and Millennials, as digital natives, increasingly use social media platforms such as Instagram, TikTok, and YouTube for their spiritual needs. This study aims to identify and formulate effective digital mission strategies for churches in Indonesia, focusing on adapting to the digital behaviors of the younger generation. Using a qualitative literature review approach, the study found that churches need to innovate in using social media while maintaining theological principles. The main conclusion of this research asserts that successful mission strategies must utilize modern technology while aligning with Christian values, to effectively reach and engage Generation Z and Millennials in the digital space.

Keywords: Digital Mission, Generation Z, Millennials, Church Strategy, Evangelism

Abstrak

Perkembangan teknologi digital yang pesat di Indonesia, khususnya dengan peningkatan penetrasi internet berdasarkan Survei Penetrasi Internet 2024, telah membawa dampak signifikan bagi gereja dalam menjalankan misi penginjilan dan pemuridan. Generasi Z dan Milenial, sebagai kelompok digital-native, semakin sering menggunakan platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk keperluan spiritual mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan merumuskan strategi misi digital yang efektif bagi gereja di Indonesia dengan fokus pada adaptasi perilaku digital generasi muda. Menggunakan pendekatan kualitatif berbasis kajian literatur, penelitian ini menemukan bahwa gereja perlu berinovasi dalam menggunakan media sosial tanpa mengabaikan prinsip-prinsip teologis. Kesimpulan utama penelitian ini menegaskan bahwa strategi misi yang sukses harus memanfaatkan teknologi modern dan sejalan dengan nilai-nilai Kristiani, untuk menjangkau dan melibatkan Generasi Z dan Milenial secara efektif di ruang digital.

Kata Kunci: Misi Digital, Generasi Z, Milenial, Strategi Gereja, Penginjilan

1. PENDAHULUAN (Introduction)

Perkembangan teknologi digital di Indonesia telah membawa dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam praktik keagamaan. Berdasarkan hasil Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024), tercatat peningkatan jumlah pengguna internet, dengan mayoritas

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Copyright © 2025 | Slamet Wiyono¹, Edward E Hanock², Bryan A Arwam³

Proses Artikel Diterima 07-09-2024; Revisi 14-02-2025; Terbit Online 31-05-2025;

pengguna dari Generasi Z dan Milenial. Mayoritas generasi ini menghabiskan lebih dari enam jam per hari di internet (APJII, 2024). Fakta ini menciptakan kebutuhan bagi gereja untuk menyesuaikan pendekatannya agar tetap relevan dengan pola konsumsi digital generasi muda, melalui konten yang berbasis video pendek, interaktif, dan mudah diakses melalui perangkat *mobile*.

Peningkatan akses internet ini juga menawarkan peluang bagi gereja untuk mengembangkan strategi misi yang sesuai dengan karakteristik generasi digital. Generasi Z dan Milenial secara aktif menggunakan media sosial, video streaming, dan aplikasi mobile sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari mereka, termasuk dalam aktivitas spiritual. Gereja perlu segera beradaptasi untuk memastikan bahwa misi penginjilan dan pemuridan tetap kontekstual di era digital. (Thacker, 2023) menegaskan bahwa teknologi digital telah mengubah cara gereja menjalankan misinya di ruang publik, sehingga gereja dihadapkan pada kebutuhan untuk memikirkan ulang strategi mereka, termasuk dalam hal kebebasan berbicara dan moderasi konten di media digital.

Selain dinamika perilaku digital generasi muda, Revolusi Industri 4.0 juga berperan dalam membentuk ruang publik digital dan pola komunikasi baru, melalui teknologi seperti Internet of Things (IoT) dan kecerdasan buatan (AI). Kehadiran teknologi ini memperkuat urgensi bagi gereja untuk merumuskan strategi misi yang memanfaatkan inovasi digital dalam penyebaran Injil (Purnomo & Sanjaya, 2020). Namun, seperti yang disarankan oleh (Zendrato, 2024), penerapan teknologi, termasuk AI, dalam misi gereja harus tetap sejalan dengan prinsip-prinsip Alkitab, sehingga inovasi digital tidak mengorbankan esensi teologi dan nilai-nilai Kristiani yang menjadi dasar misi gereja. Revolusi Industri 4.0 membawa kemudahan dalam penyebaran informasi secara cepat dan luas, yang memungkinkan gereja menjangkau audiens yang lebih luas tanpa batasan geografis.

Sejalan dengan perubahan ini, dalam perspektif teologis, konsep *Missio Dei* menekankan bahwa misi gereja merupakan bagian dari pekerjaan Allah di dunia. Gereja dipandang sebagai agen yang turut serta dalam misi ilahi yang bersifat inklusif dan global, yang kini membutuhkan adaptasi di tengah perkembangan digital (Nggebu, 2023). Konsep *Missio Dei* ini menuntut gereja untuk memanfaatkan media digital sebagai perpanjangan dari misi spiritualnya, terutama dalam menyampaikan pesan kepada Generasi Z dan Milenial yang lebih responsif terhadap komunikasi visual dan interaktif. (van den Berg, 2021) berpendapat bahwa platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube dapat digunakan untuk menyampaikan pesan teologis yang sederhana dan relevan, sehingga menjembatani generasi muda dengan nilai-nilai Kristiani. Di sisi lain, teori komunikasi digital memberikan perspektif tentang bagaimana teknologi mengubah pola komunikasi manusia. Generasi Z dan Milenial memiliki preferensi terhadap konten yang visual, singkat, dan interaktif, yang sesuai dengan karakteristik media sosial. Bagi gereja, pemahaman tentang teori komunikasi digital sangat penting untuk dapat berkomunikasi dengan generasi ini secara efektif. Media sosial tidak hanya memungkinkan penyampaian pesan secara instan, tetapi juga membuka ruang dialog yang lebih inklusif, memberi kesempatan bagi gereja untuk berdialog dengan generasi muda tentang isu-isu spiritual. Tantangannya adalah bagaimana gereja dapat mengadaptasi format komunikasinya tanpa mengorbankan kedalaman pesan Injil.

Lebih jauh, transformasi digital yang terjadi dalam Revolusi Industri 4.0 juga mendorong gereja untuk lebih kreatif dalam penyampaian pesan Injil. Integrasi teknologi seperti IoT, AI, dan Big Data telah merubah cara orang bekerja, berinteraksi, dan mengakses informasi. Teknologi ini memberi peluang bagi gereja untuk memperluas jangkauan misinya, namun di sisi lain menuntut gereja untuk tetap menjaga esensi teologisnya dalam

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Copyright © 2025 | Slamet Wiyono¹, Edward E Hanock², Bryan A Arwam³

Proses Artikel Diterima 07-09-2024; Revisi 14-02-2025; Terbit Online 31-05-2025;

penyampaian pesan yang beragam (Purnomo & Sanjaya, 2020). Misalnya, kecerdasan buatan dapat membantu gereja memahami pola perilaku digital jemaat dan menyesuaikan strategi misi yang lebih relevan bagi mereka.

Berdasarkan perubahan dan tantangan yang ada, penelitian ini merumuskan pertanyaan utama: Bagaimana gereja dapat memformulasikan strategi misi digital yang selaras dengan perilaku digital Generasi Z dan Milenial tanpa mengorbankan integritas teologisnya? Selain itu, bagaimana gereja dapat memaksimalkan teknologi untuk memperkuat efektivitas misi penginjilan di kalangan generasi muda? Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis adaptasi yang diperlukan agar gereja tetap relevan di era digital, terutama melalui platform digital populer seperti media sosial, podcast, dan aplikasi video streaming.

Penelitian ini juga bertujuan untuk merumuskan strategi misi digital yang relevan berdasarkan analisis platform digital yang paling efektif bagi generasi muda, dengan memanfaatkan data survei (APJII, 2024). Penelitian ini juga akan menganalisis bagaimana perilaku digital Generasi Z dan Milenial mempengaruhi akses dan pemahaman mereka terhadap pesan spiritual, termasuk preferensi mereka terhadap konten visual dan singkat. Akhirnya, penelitian ini berusaha mengidentifikasi tantangan-tantangan yang dihadapi gereja dalam menerapkan strategi digital, terutama dalam hal moderasi konten dan keseimbangan antara inovasi teknologi dengan nilai-nilai teologi yang kuat.

Dengan pendekatan berbasis data dan kajian literatur yang komprehensif, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan panduan praktis bagi gereja di Indonesia. Panduan ini tidak hanya berfokus pada penggunaan teknologi, tetapi juga menekankan pentingnya menjaga nilai-nilai Kristiani dalam strategi digital untuk menjawab kebutuhan generasi muda dan mempertahankan efektivitas misi di tengah perubahan yang dinamis.

2. METODE (*Methodology*)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada analisis literatur dan data empiris untuk memahami bagaimana gereja di Indonesia dapat mengembangkan strategi misi digital yang efektif di tengah perubahan perilaku Generasi Z dan Milenial. Metode ini dipilih karena memungkinkan integrasi berbagai perspektif dari literatur akademis, data survei, serta analisis konten digital yang relevan.

Penelitian ini didesain dengan pendekatan kualitatif yang mengutamakan kajian literatur dan analisis data empiris. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi literatur terkait misi digital gereja dan perilaku digital generasi muda, serta menggunakan data survei dari Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 sebagai landasan empiris untuk analisis. Sebagaimana diungkapkan oleh (Ariefin et al., 2022), pendekatan kualitatif bertujuan memahami fenomena sosial dalam konteksnya. Pendekatan ini relevan untuk studi ini karena mengeksplorasi dampak teknologi terhadap misi gereja, serta bagaimana gereja dapat beradaptasi untuk menghadapi perubahan tersebut.

Sumber data primer penelitian ini terdiri dari berbagai artikel, laporan, dan kajian tentang perilaku pengguna internet di Indonesia. Salah satu referensi utama yang digunakan adalah data dari Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 (APJII, 2024), yang memberikan gambaran empiris mengenai perilaku digital Generasi Z dan Milenial. Selain itu, buku, jurnal ilmiah, dan laporan penelitian lainnya yang relevan juga digunakan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai transformasi digital dalam konteks gereja dan misi. Pendapat (Ronda et al., 2024) juga menjadi acuan penting, yang menyoroti bahwa gereja perlu menyesuaikan pendekatan mereka dengan realitas dunia digital serta mengintegrasikan teknologi dalam pelayanan mereka.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Copyright © 2025 | Slamet Wiyono¹, Edward E Hanock², Bryan A Arwam³

Proses Artikel Diterima 07-09-2024; **Revisi** 14-02-2025; **Terbit Online** 31-05-2025;

Proses pengumpulan data dilakukan melalui Data dari Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 akan dianalisis untuk mengidentifikasi perilaku digital Generasi Z dan Milenial serta potensi penggunaan media sosial sebagai sarana misi gereja. Data ini akan memberikan konteks tentang bagaimana gereja dapat memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau generasi muda. Selanjutnya penulis juga akan melakukan pencarian, pemilihan, dan analisis Literatur yang relevan ditinjau untuk mengeksplorasi strategi digital yang berhasil digunakan oleh gereja-gereja, serta tantangan yang mereka hadapi dalam memanfaatkan teknologi digital. Teknik analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi tema-tema penting terkait strategi penginjilan digital, perilaku generasi muda, dan relevansi teologis.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis konten dan analisis tematik. Teknik analisis konten memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola umum dalam literatur, seperti bagaimana gereja memanfaatkan media sosial untuk penginjilan dan tantangan yang dihadapi dalam proses transformasi digital. Purnomo memberikan panduan penting mengenai cara menstrukturkan analisis konten untuk penelitian kualitatif (Purnomo & Sanjaya, 2020). Proses ini bertujuan untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data survei dan literatur, seperti penggunaan platform digital, preferensi konten spiritual, dan tantangan gereja dalam implementasi strategi digital.

Tema-tema yang diidentifikasi akan dikelompokkan berdasarkan relevansi dengan tujuan penelitian, seperti efektivitas platform digital dan strategi penginjilan yang paling sesuai untuk Generasi Z dan Milenial. Setelah pengelompokan tema, hasilnya akan disintesis untuk memberikan pandangan yang lebih luas tentang strategi misi digital yang relevan bagi gereja. Data ini kemudian diinterpretasikan untuk memberikan rekomendasi praktis bagi gereja dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal.

Penelitian ini memiliki beberapa batasan. Pertama, penelitian ini tidak melibatkan pengumpulan data empiris secara langsung, seperti survei atau wawancara, sehingga semua kesimpulan didasarkan pada analisis literatur yang tersedia. Kedua, literatur yang ditinjau terbatas pada yang telah dipublikasikan atau diunggah secara digital, sehingga mungkin ada perkembangan terbaru yang belum dijangkau oleh penelitian ini. Namun, dengan pendekatan yang sistematis dan kritis terhadap literatur yang ada, penelitian ini diharapkan tetap memberikan wawasan yang relevan dan mendalam mengenai strategi misi digital gereja.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN (*Finding And Discussion*)

3.1 Hasil

Berdasarkan hasil analisis data dari Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024, (APJII, 2024) dan kajian literatur, ditemukan beberapa temuan penting terkait perilaku digital Generasi Z dan Milenial serta potensi gereja dalam memanfaatkan teknologi digital untuk misi penginjilan dan pemuridan.

3.1.1. *Aktivitas Digital Generasi Z dan Milenial*

- a. Generasi Z dan Milenial aktif menggunakan internet, terutama pada platform media sosial, video streaming, dan aplikasi mobile.
- b. Platform yang paling sering diakses adalah Instagram, TikTok, YouTube, dan WhatsApp, yang mendukung konten singkat, visual, dan interaktif.
- c. Mayoritas mengakses internet melalui perangkat mobile, menunjukkan preferensi terhadap konten yang mudah diakses dan cepat.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Copyright © 2025 | Slamet Wiyono¹, Edward E Hanock², Bryan A Arwam³

Proses Artikel Diterima 07-09-2024; Revisi 14-02-2025; Terbit Online 31-05-2025;

3.1.2. Durasi Penggunaan Internet

- a. Rata-rata Generasi Z menghabiskan lebih dari enam jam per hari di internet, dengan fokus pada media sosial dan platform video (Mello & Martince Goha, 2022).
- b. Generasi Milenial memiliki pola serupa, dengan lebih tertarik pada konten edukatif dan profesional, misalnya di LinkedIn dan YouTube. (Mello & Martince Goha, 2022), (APJII, 2024).
- c. Tingginya penggunaan internet ini membuka peluang bagi gereja untuk menjangkau mereka dengan strategi misi digital yang tepat (Gultom, 2022).

3.1a.3. Kebutuhan untuk Memanfaatkan Teknologi dalam Misi

- b. Kebiasaan digital Generasi Z dan Milenial menuntut gereja untuk memikirkan strategi misi berbasis platform digital seperti TikTok, YouTube, dan Instagram dalam strategi misi. (APJII, 2024).
- c. Gereja perlu mengoptimalkan konten atau format visual dan interaktif, seperti video singkat dan live streaming, yang diminati oleh generasi muda.

3.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, terlihat jelas bahwa perilaku digital Generasi Z dan Milenial memiliki implikasi yang signifikan bagi gereja dalam merancang strategi misi yang relevan di era digital. Perubahan ini mendorong gereja untuk menyesuaikan pendekatan penginjilan agar dapat menjangkau generasi muda yang sangat terbiasa dengan teknologi dan platform digital.

3.2.1 Aktivitas Digital Generasi Z dan Milenial

Generasi Z dan Milenial menghabiskan sebagian besar waktunya di media sosial, video streaming, dan aplikasi mobile, menunjukkan ketergantungan pada perangkat mobile dan preferensi untuk konten visual dan singkat. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga sarana penting bagi generasi ini dalam menemukan informasi dan konten spiritual (APJII, 2024). Gereja dapat memanfaatkan tren ini dengan menyediakan konten rohani dalam bentuk yang sesuai dengan pola konsumsi generasi muda, seperti video pendek yang berisi pesan inspiratif, refleksi rohani, dan ayat-ayat Alkitab yang dikemas secara visual.

Kebiasaan digital Generasi Z dan Milenial menuntut gereja untuk mengadaptasi dan mengintegrasikan platform digital yang relevan ke dalam strategi misi mereka. Generasi ini lebih responsif terhadap konten dalam bentuk video pendek, infografis, dan interaksi langsung, misalnya melalui fitur live streaming atau sesi tanya jawab online. Platform seperti TikTok, YouTube, dan Instagram memungkinkan gereja untuk menyampaikan pesan-pesan rohani dengan cara yang lebih visual dan mudah diakses, sekaligus tetap mempertahankan inti dari Injil (Purnomo & Sanjaya, 2020). Selain itu, AI juga dapat menjadi sarana yang memperkaya pengalaman digital jemaat, seperti disampaikan oleh (Laoli et al., 2024)). Teknologi ini memungkinkan gereja untuk menyediakan konten yang lebih relevan bagi jemaat melalui rekomendasi yang dikurasi, yang dapat membantu memperdalam keterlibatan spiritual mereka secara berkelanjutan.

Sebagai contoh, gereja dapat memanfaatkan YouTube untuk menyebarkan khotbah atau diskusi teologis dalam format video singkat dan terstruktur dengan baik. Generasi Z,

yang lebih menyukai konten singkat namun padat informasi, dapat lebih mudah terhubung dengan pesan Injil melalui format ini. Selain itu, fitur Instagram Stories dan TikTok memungkinkan gereja untuk berinteraksi secara lebih personal dan dinamis dengan jemaat muda, menciptakan ruang di mana mereka dapat mengajukan pertanyaan dan terlibat dalam diskusi spiritual secara real-time. Gereja perlu membekali Generasi Z untuk menjadi murid Kristus yang aktif di era digital, memperkuat aspek pemuridan di platform-platform ini.

3.2.2 Durasi Penggunaan Internet dan Potensi Misi Digital

Data yang menunjukkan bahwa Generasi Z dan Milenial rata-rata menghabiskan lebih dari enam jam per hari di internet memberikan indikasi penting bahwa media digital adalah kanal utama mereka dalam menerima informasi, termasuk konten spiritual (Mello & Martince Goha, 2022). Tingginya durasi penggunaan internet ini membuka peluang besar bagi gereja untuk memanfaatkan platform digital dengan pendekatan misi yang terstruktur, berkesinambungan, dan menarik. Gereja dapat mempertimbangkan penggunaan platform digital berdurasi pendek (short Viodeo) yang saling berkaitan. Sehingga membuat generasi muda “betah” menikmati materi (konten) yang tersedia dalam durasi yang lama.

Gereja juga dapat mempertimbangkan penggunaan YouTube untuk konten yang lebih panjang dan mendalam, seperti khotbah atau diskusi teologis. Durasi penggunaan internet yang panjang juga bisa memberi gereja fleksibilitas untuk mengadakan sesi pemuridan secara online melalui *live streaming* atau mengunggah konten yang dapat diakses kapan saja, memungkinkan jemaat untuk terlibat sesuai waktu mereka. Seperti usulan (Mello & Martince Goha, 2022) gereja dapat mengunggah materi atau konten seperti: rekaman khotbah, diskusi teologis, atau program pemuridan yang bisa diakses kapan saja oleh jemaat. Fitur komentar di YouTube juga memungkinkan dialog antara gereja dan jemaat, yang memberikan kesempatan untuk menjawab pertanyaan serta melibatkan mereka secara lebih mendalam

Selain itu podcast juga menjadi salah satu platform pilihan yang bisa digunakan dan semakin populer di kalangan generasi muda. Dengan format audio, podcast memberikan fleksibilitas bagi pendengar untuk mengakses konten rohani kapan saja, bahkan saat melakukan aktivitas lain seperti berkendara atau berolahraga. Gereja dapat memanfaatkan podcast untuk menyampaikan diskusi teologis, wawancara dengan pemimpin rohani, atau refleksi mingguan tentang bacaan Alkitab. Dengan format yang praktis ini, gereja dapat menjangkau generasi muda. Sebab seperti disampaikan (Ostawa et al., 2023) generasi muda mungkin tidak memiliki banyak waktu untuk mengikuti kegiatan gereja secara fisik, tetapi tetap tertarik untuk memperdalam iman mereka

Meski peluang yang ditawarkan teknologi digital sangat besar, integrasi kebiasaan digital ke dalam strategi misi gereja juga menghadirkan tantangan. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana gereja dapat menjaga keseimbangan antara inovasi teknologi dan integritas teologi. Hutabarat mengingatkan bahwa gereja harus berhati-hati dalam merumuskan strategi misi yang tidak hanya mengikuti tren teknologi, tetapi juga menekankan pemahaman mendalam tentang kebutuhan spiritual jemaat (Hutabarat, 2023). Teknologi digital harus digunakan dengan hati-hati untuk memastikan bahwa pesan Injil tetap jelas dan tidak terdistorsi oleh dinamika budaya digital.

3.2.3 Kebutuhan untuk Memanfaatkan Teknologi dalam Misi

Kebutuhan akan strategi misi yang berbasis teknologi tidak lagi dapat diabaikan. Kebiasaan digital Generasi Z dan Milenial mengharuskan gereja untuk memanfaatkan media

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Copyright © 2025 | Slamet Wiyono¹, Edward E Hanock², Bryan A Arwam³

Proses Artikel Diterima 07-09-2024; Revisi 14-02-2025; Terbit Online 31-05-2025;

digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube dalam pelaksanaan misinya. (Purnomo & Sanjaya, 2020) menyebutkan konten berbentuk visual dan interaktif seperti video pendek atau infografis sangat disukai oleh generasi ini dan merupakan format yang memungkinkan gereja untuk menyampaikan pesan Injil dengan cara yang menarik dan mudah diakses

Sebagai contoh, YouTube dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan khotbah atau diskusi teologis dalam format video singkat yang terstruktur dengan baik. Instagram Stories dan TikTok memungkinkan gereja untuk menjalin komunikasi yang lebih personal dan dinamis dengan jemaat muda. Selain itu, (Ostawa et al., 2023) juga menunjukkan pemanfaatan podcast untuk menyampaikan konten audio seperti refleksi mingguan tentang bacaan Alkitab memberi gereja fleksibilitas dalam menjangkau jemaat di mana pun dan kapan pun

Integrasi kebiasaan digital Generasi Z dan Milenial ke dalam strategi misi gereja membuka peluang besar bagi gereja di Indonesia untuk memperluas jangkauan misi dan memperkuat komunitas di era digital. Seperti yang disoroti oleh (Widjaja, 2022) pandemi Covid-19 telah mempercepat adopsi teknologi dalam pelayanan dan penginjilan, memaksa gereja untuk berinovasi dan menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi. Teknologi yang sudah “terbiasa” digunakan tidak mungkin ditarik mundur. Sebaliknya teknologi terus melaju kencang dan menuntut gereja untuk terus berinovasi memanfaatkan teknologi, media sosial dan platform digital lainnya, untuk menjangkau audiens atau “umat” yang lebih luas.

Namun, penting bagi gereja untuk tidak hanya mengikuti tren teknologi semata. Inovasi digital harus selalu dikaitkan dengan nilai-nilai spiritual yang mendasari misi gereja. Tantangan utama adalah bagaimana menjaga keseimbangan antara adopsi teknologi modern dengan menjaga integritas teologi agar pesan Injil tetap otentik dan jelas. (Hutabarat, 2023) menekankan bahwa gereja perlu merumuskan strategi misi yang menekankan pemahaman mendalam tentang kebutuhan spiritual jemaat, bukan hanya sekadar mengikuti tren teknologi.

3.2.4 Tantangan Teknologi dan Teologi

Meskipun peluang yang ditawarkan oleh teknologi digital sangat besar, gereja menghadapi tantangan dalam menjaga keseimbangan antara inovasi teknologi dan integritas teologis. (Hutabarat, 2023) menekankan bahwa strategi misi digital harus dirancang tidak hanya mengikuti tren teknologi, tetapi juga mempertimbangkan kebutuhan spiritual jemaat dan menjaga keaslian pesan Injil. Risiko kehilangan kedalaman spiritual jika gereja terlalu terfokus pada aspek teknis menjadi perhatian utama.

Selain itu, ketergantungan pada teknologi digital menghadirkan tantangan lain, terutama di gereja-gereja yang berada di daerah terpencil atau memiliki keterbatasan finansial. Gereja-gereja yang tidak memiliki akses yang memadai terhadap teknologi digital atau tim khusus yang terlatih di bidang digital sering kali mengalami hambatan dalam mengoptimalkan strategi digital mereka (Widjaja, 2022). Hal ini memengaruhi kemampuan gereja dalam menjalankan misi digital yang efektif dan konsisten.

Tantangan lainnya adalah menjaga relevansi di tengah arus informasi digital yang sangat cepat dan penuh distraksi. Hutabarat menekankan bahwa gereja harus berhati-hati dalam merumuskan strategi misi yang tidak hanya mengikuti tren teknologi, tetapi juga menekankan pemahaman mendalam tentang kebutuhan spiritual jemaat. Teknologi digital memungkinkan gereja untuk berinovasi, namun inovasi tersebut harus selalu dikaitkan

dengan tujuan utama misi Kristiani, yaitu memberitakan Injil dan membangun iman jemaat (Hutabarat, 2023)

Pelaksanaan misi digital oleh gereja di Indonesia, meskipun menawarkan banyak peluang, juga menghadapi sejumlah tantangan signifikan. Beberapa di antaranya meliputi ketergantungan pada teknologi, keterbatasan sumber daya, dan kekhawatiran mengenai keamanan data. Tantangan-tantangan ini, jika tidak dikelola dengan baik, dapat menghambat efektivitas strategi misi digital yang diimplementasikan oleh gereja.

Ketergantungan pada teknologi digital menjadi tantangan utama dalam pelaksanaan misi gereja di era digital. (Purnomo & Sanjaya, 2020) menekankan bahwa gereja harus mengadopsi teknologi digital untuk tetap relevan dan menjangkau generasi muda. Namun, ketergantungan ini membawa risiko tersendiri. Masalah teknis seperti gangguan koneksi internet, kesalahan sistem, atau perangkat yang usang dapat menghambat pelaksanaan misi digital. Selain itu, tidak semua gereja di Indonesia memiliki akses yang setara terhadap teknologi canggih, terutama di daerah terpencil atau dengan anggaran terbatas.

Penggunaan teknologi yang efektif membutuhkan infrastruktur yang memadai dan tim yang memiliki kompetensi untuk mengelola berbagai platform digital. (Hutabarat, 2023) menyatakan bahwa gereja yang sukses dalam misi digital biasanya memiliki tim khusus yang bertanggung jawab atas pengelolaan konten digital, media sosial, dan aspek teknis lainnya. Namun, gereja-gereja yang tidak memiliki sumber daya manusia terampil di bidang teknologi sering kali mengalami hambatan dalam mengoptimalkan misi digital mereka. Widjaja menambahkan bahwa gereja yang tidak memiliki strategi digital yang terarah berisiko kehilangan relevansi di tengah kemajuan teknologi yang cepat (Widjaja, 2022).

3.2.5 Adaptasi dan Inovasi Berkelanjutan

Agar strategi misi digital gereja berhasil, diperlukan adaptasi dan inovasi berkelanjutan untuk menjaga relevansi dan efektivitas. Teknologi dan perilaku digital terus berubah, dan gereja harus mampu merespons perubahan ini secara cepat. Misalnya, TikTok dan podcast merupakan platform yang semakin populer dan dapat dimanfaatkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, dengan penyesuaian konten yang sesuai dengan tren dan preferensi pengguna generasi muda. Gereja juga harus terus memonitor perkembangan teknologi untuk memastikan bahwa mereka menggunakan alat yang paling relevan untuk menjangkau Generasi Z dan Milenial.

(Tobi et al., 2021) menekankan bahwa pendekatan kontekstual dalam misi gereja sangat penting. Gereja perlu terus memantau perkembangan teknologi dan perubahan perilaku digital generasi muda untuk memastikan strategi misi mereka tetap relevan dan sesuai dengan kondisi sosial yang dinamis. Dengan strategi yang tepat dan pemahaman yang mendalam akan kebutuhan generasi digital, gereja dapat membangun komunitas spiritual yang kuat dan relevan di era digital ini. Adaptasi berkelanjutan diperlukan agar gereja dapat mempertahankan peran spiritualnya di tengah transformasi teknologi yang semakin pesat (Tobi et al., 2021). Dengan strategi yang tepat dan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan digital generasi muda, gereja dapat memainkan peran penting dalam membangun komunitas spiritual yang kuat di era digital. Seperti disarankan (Laoli et al., 2024), pemanfaatan AI dapat meningkatkan pengalaman spiritual jemaat dengan cara yang lebih personal, misalnya dengan mengkurasi konten sesuai kebutuhan rohani mereka. Hal ini dapat memperkuat pertumbuhan iman di kalangan jemaat muda yang semakin terbiasa dengan teknologi digital.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Copyright © 2025 | Slamet Wiyono¹, Edward E Hanock², Bryan A Arwam³

Proses Artikel Diterima 07-09-2024; Revisi 14-02-2025; Terbit Online 31-05-2025;

4. KESIMPULAN (*Conclusion*)

Dalam era revolusi industri 4.0 dan perkembangan teknologi digital, gereja di Indonesia dihadapkan pada tantangan untuk merumuskan strategi misi yang relevan dan efektif, terutama dalam menjangkau Generasi Z dan Milenial. Generasi ini sangat akrab dengan teknologi dan media sosial, sehingga gereja perlu mengadaptasi pendekatan penginjilan dan pemuridan untuk tetap relevan dalam menghadapi dinamika sosial dan budaya yang berubah.

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi beberapa temuan kunci. Pertama, perilaku digital Generasi Z dan Milenial menuntut gereja untuk memanfaatkan platform digital seperti TikTok, Instagram, YouTube, dan podcast dalam menyampaikan pesan Injil. Konten video singkat, interaksi langsung melalui media sosial, serta pembentukan komunitas digital terbukti menjadi metode yang efektif dalam menarik dan melibatkan jemaat muda. Penelitian ini menegaskan bahwa keterlibatan aktif di media sosial, melalui format yang sesuai dengan preferensi generasi muda, mampu meningkatkan partisipasi dan memperkuat ikatan spiritual mereka.

Kedua, penelitian ini juga menyoroti tantangan yang dihadapi gereja dalam menjalankan misi digital. Ketergantungan pada teknologi, keterbatasan sumber daya, dan masalah keamanan data menjadi hambatan utama yang harus ditangani. Gereja tidak hanya perlu berinvestasi dalam infrastruktur teknologi yang memadai, tetapi juga meningkatkan literasi digital di kalangan pemimpin dan jemaat. Kesiapan teknologi dan kesadaran akan keamanan data sangat penting untuk menjaga kepercayaan jemaat dan kelancaran pelaksanaan misi digital. Penelitian ini memberikan gambaran jelas bahwa pengelolaan sumber daya digital yang efektif dapat mendorong keberhasilan penginjilan dan pemuridan di era digital.

Lebih dari sekadar menyajikan temuan praktis, penelitian ini berkontribusi pada kajian teologi Kristen dengan memberikan refleksi kritis terhadap bagaimana gereja dapat menyesuaikan teologinya dalam konteks perubahan zaman. Meskipun penggunaan teknologi menjadi alat yang diperlukan untuk menjangkau generasi muda, gereja juga diingatkan untuk tidak mengorbankan integritas teologisnya dalam proses tersebut. Penyesuaian strategi misi harus tetap berakar pada prinsip-prinsip teologi yang kuat, dengan menjaga keselarasan antara inovasi dan esensi Injil yang tidak berubah.

Penelitian ini juga memberikan wawasan bahwa penginjilan di era digital bukan sekadar masalah teknis atau strategis, tetapi juga berkaitan dengan transformasi misi gereja secara holistik. Gereja dipanggil untuk merangkul perubahan zaman tanpa kehilangan jati diri teologisnya, dan hal ini hanya dapat tercapai melalui refleksi teologis yang mendalam terhadap implikasi digitalisasi pada kehidupan rohani umat.

Sebagai rekomendasi, gereja perlu terus berinovasi dalam strategi digital, dengan fokus pada pendekatan yang kontekstual dan terstruktur. Pengembangan platform digital, peningkatan literasi digital, serta pembentukan komunitas online yang interaktif merupakan langkah-langkah yang dapat membantu gereja tetap relevan di era digital. Selain itu, gereja perlu menjaga konsistensi dalam penyampaian pesan Injil dan memastikan bahwa setiap inovasi digital yang diadopsi tetap selaras dengan misi teologis yang lebih besar.

Dalam perspektif yang lebih luas, penelitian ini berkontribusi pada kajian teologi Kristen kontemporer dengan menunjukkan bahwa transformasi digital tidak hanya memengaruhi cara gereja berinteraksi dengan jemaatnya, tetapi juga bagaimana gereja menafsirkan panggilan misi dalam konteks dunia yang terus berubah. Gereja di era digital dihadapkan pada tantangan untuk tidak hanya menjangkau generasi muda, tetapi juga

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Copyright © 2025 | Slamet Wiyono¹, Edward E Hanock², Bryan A Arwam³

Proses Artikel Diterima 07-09-2024; **Revisi** 14-02-2025; **Terbit Online** 31-05-2025;

merefleksikan ulang bagaimana Injil dapat disampaikan secara otentik di tengah kemajuan teknologi. Penelitian ini mengajak gereja untuk tidak hanya melihat digitalisasi sebagai alat, tetapi juga sebagai peluang untuk memperbarui panggilan misinya dalam terang teologi yang dinamis dan relevan.

Daftar Pustaka (References)

- APJII. (2024). Internet Indonesia. *Survei Penetrasi Internet Indonesia*, 1–73.
- Ariefin, D., Wiriadinata, A. Y., Effendi, D. T., Prihatiningsih, U., & Turnip, G. (2022). Generation Z's Attitude towards Bible Study in the Disruption Era. *Proceedings of the International Conference on Theology, Humanities, and Christian Education (ICONTHCE 2021)*, 669. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220702.065>
- Gultom, J. M. P. (2022). Misi Gereja Dalam Pengembangan Praktek Penginjilan Pribadi Dan Pemuridan Generasi Z. *Manna Rafflesia*, 9(1), 18–36. https://doi.org/10.38091/man_raf.v9i1.241
- Hutabarat, S. (2023). Membangun Strategi Misi Kontekstual Bagi Generasi Milenial Memanfaatkan Metaverse. *Geneva – Jurnal Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen*, 26(1), 19–35. <http://www.e-journal.sttiaa.ac.id/index.php/geneva/article/view/106%0>
- Laoli, O., Pogo, B. A., Saer, S. N., & Kurniawan, J. (2024). AI Dalam Gereja : Mengungkap Peluang AI Bagi Pertumbuhan Iman Jemaat Dalam Gereja. *REI MAI: Jurnal Ilmu Teologi Dan Pendidikan Kristen*, 2(1), 75–84. <https://doi.org/10.69748/jrm.v2i1.95>
- Mello, J., & Martince Goha, F. (2022). Penginjilan Berbasis Media Sosial: Suatu Strategi Misi Di Era Digital Serta Relevansinya Dalam Kehidupan Umat Kristen. *Jurnal Mahasiswa Kristen*, 2(1), 12–20. <https://ejournal-iakn-manado.ac.id/index.php/mello/index>
- Nggebu, S. (2023). Mengaktualisasikan strategi pelayanan misi kontekstual kiai Sadrach pada era posmodern. *Kurios*, 9(2), 377. <https://doi.org/10.30995/kur.v9i2.727>
- Ostawa, O., Silitonga, A. R., & Marpay, B. (2023). Strategi Pelayanan Misi Kontekstual Terhadap Generasi Z Yang Percaya Dengan Memanfaatkan Teknologi Informasi Dan Komunikasi. *Predica Verbum: Jurnal Teologi Dan Misi*, 3(2), 109–121. <https://doi.org/10.51591/predicaverbum.v3i2.70>
- Purnomo, A., & Sanjaya, Y. (2020). Tantangan dan Strategi Gereja Menjalankan Misi Allah dalam Menghadapi Penerapan Industri 4.0 di Indonesia. In *DIEGESIS: Jurnal Teologi Kharismatika* (Vol. 3, Issue 2, pp. 91–106). download.garuda.kemdikbud.go.id. <https://doi.org/10.53547/diegesis.v3i2.83>
- Ronda, D., Gumelar, F., & Wijaya, H. (2024). The Church in a Digital Society: An Effort to Transform Church Ministry in Indonesia. *Pharos Journal of Theology*, 105(1), 1–13. <https://doi.org/10.46222/pharosjot.10526>
- Thacker, J. (Ed.). (2023). The Digital Public Square: Christian Ethics in a Technological Society. *Perspectives on Science and Christian Faith*, 75(3), 214–215. <https://doi.org/10.56315/pscf12-23thacker>

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Copyright © 2025 | Slamet Wiyono¹, Edward E Hanock², Bryan A Arwam³

Proses Artikel Diterima 07-09-2024; **Revisi** 14-02-2025; **Terbit Online** 31-05-2025;

- Tobi, O. R., Dju, O. A., Kote, I. E. P., & Tanhidy, J. (2021). Strategi Misi William Carey di India dan Implikasinya Bagi Pelayanan Misi Masa Kini. *Jurnal Kala Nea*, 2(1), 57–68. <https://doi.org/10.61295/kalanea.v2i1.101>
- van den Berg, J. A. (2021). @stephanjoubert: Tweeting the gospel aphoristically. *HTS Theologiese Studies / Theological Studies*, 77(4). <https://doi.org/10.4102/HTS.-V77I4.6697>
- Widjaja, F. I. (2022). Transformation of Christian Mission in the Covid-19 Pandemic. *Proceedings of the International Conference on Theology, Humanities, and Christian Education (ICONTHCE 2021)*, 669. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220702.012>
- Zendrato, C. P. (2024). Menyikapi Perkembangan Teknologi AI (ChatGPT) Sesuai Dengan Kebenaran Alkitabiah. *REI MAI: Jurnal Ilmu Teologi Dan Pendidikan Kristen*, 2(1), 23–37. <https://doi.org/10.69748/jrm.v2i1.105>

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Copyright © 2025 | Slamet Wiyono¹, Edward E Hanock², Bryan A Arwam³

Proses Artikel Diterima 07-09-2024; **Revisi** 14-02-2025; **Terbit Online** 31-05-2025;