Pelayanan Misi Kontekstual di Era Masyarakat Digital

Contextual Mission Services in the Era of Digital Society

Margareta^{1)*}, Romi Lie¹⁾

¹⁾ Sekolah Tinggi Teologi Jaffray Jakarta

* Penulis Korespondensi: margareta.aj@gmail.com

Received: 05 03 2023/ Accepted: 08 05 2023/ Published: 02 06 2023

Abstrak

Pelayanan misi kontekstual merupakan sebuah strategi misi yang menempatkan kebutuhan dan konteks budaya masyarakat sebagai pusat perhatian dalam memberikan pelayanan. Dalam era masyarakat digital, pelayanan misi kontekstual menjadi semakin penting karena adanya perubahan dalam gaya hidup dan cara berinteraksi manusia dengan teknologi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan tinjauan literatur dari beberapa sumber yang relevan. Bagaimana gereja bisa bermisi di dunia digital, secara khusus kepada masyarakat digital, yang menjadi salah satu strategi pekabaran Injil ke masyarakat digital. Hasilnya Gereja perlu memanfaatkan teknologi dan media sosial untuk melakukan pelayanan misi di era digital dengan membina influencer rohani dan mempertahankan pola komunikasi Kristen yang mudah diakses dan dipahami di platform digital.

Kata-kata Kunci: Era Digital, Kontekstual, Misi, Penginjilan, Strategi.

Abstract

Contextual mission service is a mission strategy that places the needs and cultural context of society at the center of attention in providing services. In the era of digital society, contextual mission service is becoming increasingly important due to changes in lifestyle and how humans interact with technology. This study uses a qualitative approach by conducting a literature review from several relevant sources. The focus is on how the church can spread the Gospel to the digital society, specifically as a strategy to spread the Gospel to the digital society. The result is that the church needs to utilize technology and social media to carry out mission service in the digital era by cultivating spiritual influencers and maintaining Christian communication patterns that are easily accessible and understood on digital platforms.

Keywords: Contextual, Evangelism, Digital Age, Mission, Strategy.

PENDAHULUAN

Era digital adalah masa di mana teknologi digital dan informasi menjadi sangat penting dan mendominasi berbagai aspek kehidupan manusia. Era ini dimulai sejak teknologi digital mulai berkembang pesat pada era 1980-an dan semakin berkembang dengan cepat seiring waktu (Asnawi, 2022). Era digital ditandai dengan adopsi teknologi digital dalam banyak aspek kehidupan sehari-hari, termasuk komunikasi, bisnis, hiburan, dan pendidikan (Rachmadi, 2020). Beberapa teknologi yang muncul di era digital antara lain internet, komputer, ponsel pintar, media sosial, dan teknologi *cloud computing*. Era digital juga berdampak pada cara manusia berpikir, berinteraksi, dan berperilaku, serta membawa perubahan signifikan dalam banyak bidang, termasuk ekonomi, politik, dan budaya.

Seiring dengan perkembangan teknologi, internet juga menjadi platform yang sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan manusia seperti bisnis, pendidikan, hiburan, dan lainnya. Internet juga memungkinkan munculnya aplikasi dan layanan online seperti email, media sosial, e-commerce, dan layanan streaming video yang memudahkan manusia untuk berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain tanpa terikat oleh batasan geografis. Internet pun semakin berkembang dan sudah mencapai tahap Web 4.0 (bahkan akan memasuki Web 5.0) dimana semua peralatan komputer dalam dunia nyata dan dunia virtual saling terhubung dalam *real time*. Dalam ruang lingkup jaringan, telah ada jaringan 5G (5th *Generation* atau generasi kelima) yang meningkatkan *bandwidth*, mengurangi *delay* atau respon lambat dalam jaringan, dan mendukung kelancaran operasional Industri 4.0 dan Web 3.0 (George, 2021).

Perkembangan teknologi yang pesat dalam beberapa tahun terakhir telah membawa dampak yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk pada Pekabaran Injil (Pebrianto et al., 2023). Gereja juga telah masuk dalam arus perubahan teknologi dan sekarang telah dikenal dengan istilah Church 4.0. Church 4.0 terbentuk karena adanya pandemi Covid-19 dan Industri 4.0. (Jun, 2020). Church 4.0 adalah satu tahapan dimana gereja-gereja memperluas pelayanan ibadah dari *offline* ke virtual (melalui internet).

Pemanfaatan teknologi dalam misiologi juga telah membawa perubahan dalam cara pelayanan gereja dilakukan (Afandi, 2018; Sugiono & Waruwu, 2021), seperti dalam penyampaian khotbah, ibadah *online*, dan pelatihan yang dapat diakses melalui internet (Basir & Tjasmadi, 2022). Teknologi juga membantu mempercepat proses penerjemahan Alkitab ke dalam berbagai bahasa dan memfasilitasi distribusi salinan Alkitab dalam format digital ke seluruh dunia.

Dalam Pekabaran Injil, teknologi telah memungkinkan gereja dan para misionaris untuk mencapai orang-orang di wilayah yang sulit dijangkau sebelumnya, melalui penggunaan media sosial, internet, telepon seluler, dan teknologi komunikasi lainnya (Hartono, 2018). Gereja dan para misionaris juga dapat menggunakan

teknologi untuk menyediakan bahan-bahan pelajaran dan literatur keagamaan yang lebih mudah diakses dan didistribusikan.

Pelayanan misi kontekstual adalah suatu pendekatan dalam Pekabaran Injil, di mana gereja dan para misionaris berusaha untuk memahami budaya, konteks, dan kebutuhan lokal di mana mereka melayani, yaitu dalam masyarakat digital. Dalam era masyarakat digital yang semakin maju, pelayanan misi kontekstual juga perlu mengikuti perkembangan dunia digital (Hartono, 2018).

Dalam penelitian sebelumnya, Purwoto (Purwoto et al., 2021) telah membahas bahwa Masyarakat 5.0 adalah konsep tatanan kehidupan baru yang berfokus pada manusia dan berbasis teknologi digital, serta tugas Gereja untuk melaksanakan Amanat Agung Kristus berdasarkan Matius 28:18-20. Namun, artikel tersebut tidak membahas secara rinci mengenai aspek-aspek teknologi digital yang dapat digunakan untuk mendukung aktivitas misi Gereja di era Masyarakat 5.0. Lilo (Lilo, 2020) membahas pelaksanaan misi gereja dan gereja harus beralih menggunakan media digital agar dapat tetap memberikan pelayanan kepada jemaat. Dalam artikel ini belum membahas tentang solusi konkret yang dapat dilakukan oleh gereja untuk menjangkau kelompok masyarakat yang belum terjangkau melalui pelayanan digital. Purnomo (Purnomo & Sanjaya, 2020) telah membahas bahwa misi Allah tetap sama namun dengan strategi yang tepat sehingga dapat diterapkan dalam melakukan misi di era revolusi Industri 4.0. Namun dalam artikel tersebut belum dibahas secara detail mengenai strategi transformasi apa yang sebenarnya perlu diterapkan oleh gereja agar dapat menghadapi era Industri 4.0. Selain itu, juga belum dibahas mengenai bagaimana gereja dapat mempersiapkan sumber daya yang diperlukan untuk menghadapi perubahan yang terjadi di era Industri 4.0 secara konkret.

Perenungan dan pergumulan tentang pekabaran Injil tidak sampai disana saja, semakin kuat perubahan dan perkembangan maka harus ada penyegaran kembali suatu metode yang digunakan sebelumnya. Penyegaran bukan berarti mengubah secara total akan tetapi peremajaan kembali. Perkembangan masa kini yang sangat terlihat adalah teknologi (Hartono, 2018). Saat ini, masyarakat sudah menjadi masyarakat jejaring (*network society*); yaitu sebuah masyarakat yang dibangun atas jejaring personal dan organisasional yang didukung oleh jejaring digital dan komunikasi internet. Hal ini menimbulkan adanya label baru, yang diberikan kepada segelintir masyarakat yang masuk dalam jejaring tersebut, komunitas ini disebut Masyarakat Digital (Anggara & Pratama, 2019).

Melalui artikel ini, peneliti meneliti bagaimana gereja bisa bermisi di dunia digital, secara khusus kepada masyarakat digital, yang menjadi salah satu strategi pekabaran Injil ke masyarakat digital.

TEORI

Pelayanan Misi Kontekstual di Era Masyarakat Digital merupakan suatu pendekatan pelayanan gereja yang menekankan pentingnya pemahaman kontekstual

dalam menghadapi perubahan masyarakat digital. Pelayanan ini mencakup segala upaya gereja untuk menghadirkan pesan kabar baik (Injil) dan keselamatan Allah dalam cara yang relevan dengan konteks masyarakat digital di mana gereja berada. Melalui *Missio Dei*, Tuhan memberikan *Missio Ecclesiae* yakni otoritas kepada gereja untuk menjalankan misi Allah yang berciri non-eksklusif, toleran dan kontekstual (Tomatala, 2003). *Ecclesiae* adalah jemaat gereja yakni tubuh Kristus. *Ecclesiae* adalah kita – pengikut Kristus – yang menerima dan mengaku bahwa Yesus adalah Tuhan dan yang terpanggil untuk menjadi milik-Nya serta masuk dalam *kerygmatic* (pemberitaan) Kristus kepada dunia (Tomatala, 2003). Dengan demikian, *Missio Ecclesiae* adalah misi semua pengikut Kristus – tanpa terkecuali – untukewartakan kabar baik dan keselamatan bagi semua bangsa.

Misi kontekstual merupakan penginjilan atau pemberitaan kabar baik sesuai dengan Amanat Agung dari Tuhan Yesus dengan berfokus pada cara menyampaikan firman Tuhan secara menyeluruh kepada masyarakat agar dapat diterima sesuai dengan konteks budaya, kehidupan dan lingkungan masyarakat tersebut. Misi kontekstual adalah pelaksanaan misi yang secara kontekstual yang berfokus pada menghidupi, mengerjakan dan mengkomunikasikan Injil dalam konteks kepada masyarakat (Tomatala, 2021). Dalam menjalankan misi kontekstual diperlukan rencana yang matang dalam mempersiapkan strategi program kerja untuk mewujudkan dan mencapai target misi.

Pelayanan kontekstual mengakui pentingnya konteks sosial dan budaya dalam keterlibatan gereja dengan masyarakat. Dalam konteks masyarakat digital, pelayanan ini berusaha untuk menyesuaikan diri dengan cara-cara yang tepat untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan masyarakat melalui teknologi digital (Tarigan, 2022). Gereja harus dapat memahami dan menghargai budaya dan nilai-nilai masyarakat digital, sehingga gereja dapat membawa pesan kebahagiaan dan keselamatan Allah ke dalam konteks sosial dan budaya tersebut.

Strategi misi haruslah mewujudkan keinginan Tuhan untuk menjangkau kelompok masyarakat agar nama Tuhan dapat dikenal dan didengar (Terry, 2013). Strategi adalah bentuk kata kerja masa depan (*future tense*) yang berarti membuat perumusan untuk sebuah tindakan dan aksi untuk masa depan. Strategi dan kontekstualisasi adalah dua hal yang sejalan karena melibatkan suatu perencanaan untuk masa depan. Kontekstualisasi haruslah berorientasi pada masa depan, dinamis, ada proses aksi dan berakibat sinkritisme (Tomatala, 2018).

Strategi misi kontekstual tidak hanya sebatas menyusun program kerja untuk melakukan misi pada sekelompok masyarakat pada satu daerah tertentu, namun juga harus melihat jauh ke depan akan perubahan dan tren yang terjadi dan yang berpotensi berdampak pada gereja (Amtiran, 2019). Akan tetapi perlu dicermati bahwa tidak semua tren yang positif berfaedah bagi gereja. Semua perubahan tentunya harus dikaji terlebih dahulu agar program kerja gereja terfokus pada apa yang diperlukan untuk peningkatan pelayanan sehingga teknologi yang diimplementasikan dapat memberikan kontribusi yang maksimal. Bilamana gereja

terlambat dalam mengadaptasikan tren dunia yang kiranya dapat meningkatkan program pelayanan, maka gereja akan selalu dalam posisi tertinggal terhadap kemajuan zaman.

Dalam pelayanan misi kontekstual di era masyarakat digital, gereja perlu mengadopsi pendekatan yang adaptif, yaitu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dalam masyarakat digital. Gereja perlu mampu memahami teknologi digital dan memanfaatkannya untuk berinteraksi dengan masyarakat secara efektif. Gereja juga harus mempertimbangkan cara-cara baru dalam memberikan pelayanan, seperti penggunaan media sosial, website, atau aplikasi mobile (Goha, 2022).

Dalam mengimplementasikan pelayanan misi kontekstual di era masyarakat digital, gereja dapat mengikuti beberapa langkah-langkah, antara lain: *pertama*, gereja dapat mengidentifikasi konteks sosial dan budaya masyarakat digital di mana gereja berada, termasuk perilaku dan preferensi masyarakat dalam menggunakan teknologi digital (Tarigan, 2022). *Kedua*, gereja perlu memahami nilai-nilai dan keyakinan masyarakat digital, dan mempertimbangkan cara-cara untuk membawa pesan kebahagiaan dan keselamatan Allah yang sesuai dengan konteks sosial dan budaya tersebut (Pasasa & Hartaya, 2021). *Ketiga*, gereja dapat mengembangkan strategi untuk menghadapi perubahan yang terjadi dalam masyarakat digital, seperti penggunaan media sosial dan teknologi digital dalam memberikan pelayanan gereja (Goha, 2022). *Kelima*, gereja menyusun rencana aksi untuk mengimplementasikan strategi tersebut, termasuk pembentukan tim dan sumber daya yang dibutuhkan untuk melaksanakan pelayanan misi kontekstual di era masyarakat digital (Purnomo & Sanjaya, 2020).

Untuk menganalisis efektivitas pelayanan misi kontekstual di era masyarakat digital, gereja dapat menggunakan pendekatan evaluasi yang meliputi evaluasi program dan evaluasi dampak. Evaluasi program dilakukan untuk mengevaluasi kualitas dan efektivitas program pelayanan yang telah dilakukan. Sedangkan evaluasi dampak dilakukan untuk mengevaluasi dampak program pelayanan terhadap masyarakat, yaitu sejauh mana pesan kabar baik (Injil) dan keselamatan Allah telah diterima dan mempengaruhi kehidupan masyarakat. Melalui evaluasi ini, gereja dapat mengevaluasi kualitas pelayanan yang telah dilakukan dan membuat perbaikan untuk meningkatkan efektivitas pelayanan misi kontekstual di era masyarakat digital.

METODE

Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan tinjauan literatur dari beberapa sumber yang relevan berkaitan dengan Pelayanan Misi Kontekstual di Era Masyarakat Digital (Lobang & Camerling, 2021, p. 61; Elvis, 2020, p. 1). Desain penelitian yang digunakan adalah studi literatur atau tinjauan literatur. Proses penelitian dimulai dengan melakukan pencarian literatur yang relevan. Setelah memilih sumber-sumber yang relevan, dilakukan analisis terhadap literatur tersebut untuk mengidentifikasinya. Data yang diperoleh adalah berupa teks dan referensi dari

sumber literatur yang diambil. Data dianalisis secara kualitatif dengan cara membaca dan mengidentifikasi. Proses penelitian selanjutnya adalah menyusun kesimpulan dan rekomendasi berdasarkan temuan yang diperoleh dari analisis literatur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat Digital

Masyarakat digital dapat didefinisikan sebagai interaksi atau hubungan antar manusia melalui teknologi yang ada dengan memanfaatkan jaringan internet dan platform (Malik, 2021). Definisi menurut Halo Edukasi, frasa masyarakat digital merupakan gambaran keadaan masyarakat dimana pola interaksinya sangat dipengaruhi oleh keberadaan jaringan teknologi informasi dan komunikasi (T. Rahayu, 2021). Sedangkan, menurut Castells, masyarakat digital terkait dengan masyarakat jejaring yang memiliki struktur sosial berupa jaringan dengan teknologi mikro elektronik berbasis informasi digital dan teknologi komunikasi (Maudi, 2018). Masyarakat digital terdiri dari mereka yang aktif menggunakan internet, rentang usia 15 tahun sampai dengan 64 tahun, Generasi Y (1981-1994) sampai Generasi Z (1995-2010). Persentase yang mendominasi masyarakat digital adalah milenial dan Z, dan persentase tertinggi pengguna media sosial adalah Generasi Z (Annur, 2020; *Badan Pusat Statistik*, n.d.; Lestari, 2020; Maudi, 2018).

Penting untuk memperhatikan generasi mana yang menjadi fokus dalam pelayanan ini, supaya strategi yang disusun dapat tepat sasaran. Menurut pembagian generasi diatas, masing-masing generasi memiliki sifat dan juga penanganan yang berbeda. Seorang pelayan misi di era masyarakat digital harus mampu berpikir keras, supaya mampu mempresentasikan injin dalam kemasan yang lebih praktis, harus mampu mengoperasikan peralatan digital dan memanfaatkannya untuk pelayanan pekerjaan Tuhan. Sekarang masuk kedalam pembahasan lebih dalam siapakah mereka generasi Y dan Z? *Kompas.com* mencatat, *Generasi Y* adalah mereka yang tumbuh di dunia yang telah mahir menggunakan media sosial dan smartphone sehingga otomatis mereka sangat mahir teknologi, generasi ini dinilai sebagai generasi yang memiliki kaingin tahunan yang tinggi, percaya diri, generasi yang paling banyak membaca buku, sangat rentan terserang depresi gangguan kecemasan (Media, 2023).

Generasi Z adalah generasi yang tidak pernah mengenal kehidupan tanpa teknologi (generasi i-gen), ras ingin tahu tinggi, mampu menentukan keputusan, lebih cenderung konsumtif dan boros, ketergantungan gadget (Malas), kemajuan teknologi menyebabkan banyak tekanan sehingga mudah terserang permasalahan seputar *mental health* (Kurniasih, 2022). Kesamaan kedua generasi ini adalah mereka sama-sama memiliki kemampuan untuk menggunakan teknologi dan juga mudah mengalami depresi, hal ini dikarenakan kehidupan mereka sangat identik dengan kecepatan informasi dan oleh karena itu sangat sulit untuk menemukan sesuatu yang

benar, akan tetapi perisai yang digunakan dua generasi ini untuk menjadi pelindung sangat mempengaruhinya.

Generasi Y memiliki keingintahuan yang cukup tinggi, namun generasi ini senang membaca sehingga ada kesempatan untuk menyaring informasi lebih baik, sedang generasi Z adalah generasi yang juga memiliki rasa keingin tahuan yang tinggi, akan tetapi kemajuan teknologi ini menunjukkan terlalu banyak informasi sehingga mengakibatkan tekanan, kurang *effort*, untuk melakukan sesuatu untuk melakukan apa yang diinginkan juga menimbulkan permasalahan bagi generasi ini. Dengan hal-hal diatas dapat di simpulkan jika setiap lintas generasi memiliki perbedaan karakter yang sangat besar, dengan demikian tindakan pendekatan pun memiliki perbedaan.

Motif-motif Pelayanan Misi di Era Masyarakat Digital

Ruang digital seringkali dianggap sebagai ruang *profan* karena beragam bahaya negatif yang disebut dengan ada kecemasan di kalangan para pengguna ruang digital mengenai bahaya yang ditimbulkannya (Tarigan, 2022). Tetapi apakah kecemasan ini mampu membendung perubahan yang terjadi, apakah kecemasan tersebut harus membuat kita menutup diri terhadap perubahan? Perubahan akan terus terjadi, terlalu menutup diri dengan segala macam kecemasan, akan menimbulkan ketertinggalan, ketertinggalan akan membuat kita tersudutkan dan tersingkirkan dari peradaban. Ditengah kekacauan inilah Injil harus mengambil bagian, menumbuhkan iman dan kedekatan kepada Tuhan. Injil harus dapat melebur dengan budaya dan pola hidup untuk menunjukkan terang-Nya.

Generasi digital yang menjadi bagian masyarakat digital juga berhak untuk memperoleh Keselamatan, mereka juga bagian dari kerajaan Allah yang harus diselamatkan (Hartono, 2018). Walaupun ditengah kecemasan dan kegundahan akan banyak segi negative ruang digital, Injil harus hadir dan merubah persepsi ini (Tarigan, 2022). Kerena segala sarana mampu Tuhan pakai untuk menyatakan diri-Nya dan Kemuliaan-Nya. Berita Injil tentang keselamatan dengan penuh keberanian yang harus sesuai dengan iman yang terpusat kepada Kristus, karena Kristen mengakui keselamatan eksklusif di dalam Yesus, yaitu keselamatan yang bersifat absolut. Ini berarti bahwa Yesus adalah satu-satunya jalan keselamatan, dan tidak ada jalan yang lain bagi keselamatan. Sebagai konsekuensi, keselamatan tidak dapat diperoleh di luar Yesus.

Ada beberapa motif pelayanan misi di era masyarakat digital. Mottif-motif tersebut adalah (Widjaja et al., 2018); *Pertama*, motif ketaatan. Dalam 1 Korintus 9:16 Paulus berbicara mengenai sebuah keharusan untuk memberitakan injil, dan sebagai orang yang berhutang kepada semua orang (Roma 1:14) pandangan Para Rasul mengenai pemberitaan injil, yang merupakan keharusan dan juga utang yang harus dibayar kepada semua orang, jika mendalami motif ini maka sebagai orang Kristen kita seharusnya memiliki beban yang sama. *Kedua*, motif kasih dalam Alkitab sudah sangat jelas ditekankan, Yunus, diselamatkan oleh karena kasih dan kemurahan Allah

yang kepadanya telah dituduh tidak memiliki ini. Paulus menggambarkan orang yang tidak hidup dalam terang janji Allah sebagai terasing dari Allah yang hidup dan hidup tanpa pengharapan di dunia (Ef 2:1-10). *Ketiga*, motif kemuliaan Allah, Memuliakan Allah adalah motif misi terdapat di seantero Perjanjian baru (2 Tesalonika 3:1; Filipi 2:11). *Keempat*, motif Pribadi, ketika Paulus menungkapkan motif misi ini, dia menunjuk kepada fakta dalam pengalaman manusia, yaitu bahwa siapa yang mendorong orang lain untuk percaya juga memperkuat imannya sendiri. *Kelima*, motif Budaya, Pekerjaan misi dilakukan bersama-sama dengan mentransfer kebudayaan missionaries di ladang misi. Pada dasarnya, motif ini berangkat dari anggapan bahwa budayanya sendiri lebih tinggi dari kebudayaan lain.

Motif-motif pelayanan misi yang telah disebutkan sebelumnya, yaitu ketaatan, kasih, kemuliaan Allah, pribadi, dan budaya, tetap relevan dan penting dalam era masyarakat digital, termasuk bagi generasi Y dan Z. Namun, dalam menjalankan pelayanan misi ini, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan agar dapat menggapai hati generasi ini.

Pertama, penting untuk memahami karakteristik generasi Y dan Z yang hidup di era digital (Kurniasih, 2022). Generasi ini tumbuh dengan teknologi dan internet yang terus berkembang, sehingga mereka sangat mahir dalam mengakses informasi dan memanfaatkan media sosial. Namun, hal ini juga membuat mereka lebih rentan terhadap informasi yang tidak akurat dan hoaks.

Kedua, untuk mencapai hati generasi Y dan Z, perlu dilakukan pelayanan yang kreatif, relevan, dan interaktif. Misalnya, melalui pembuatan konten-konten kristiani yang menarik dan mudah dipahami, penggunaan media sosial sebagai sarana pelayanan, dan penyediaan forum-forum diskusi *online* yang dapat diakses oleh generasi ini (Anggara & Pratama, 2019; Anjani & Irwansyah, 2020; Goha, 2022).

Ketiga, penting untuk menunjukkan kasih Allah melalui tindakan nyata, seperti memberikan bantuan sosial dan kemanusiaan kepada mereka yang membutuhkan, serta berpartisipasi dalam upaya-upaya pelestarian lingkungan dan peningkatan kualitas kehidupan sosial.

Keempat, dalam menjalankan pelayanan misi kepada generasi milenial dan Z, perlu memperhatikan budaya dan konteks sosial yang berbeda-beda. Hal ini memerlukan keterampilan untuk beradaptasi dan merespons perubahan, serta kemampuan untuk memahami kebutuhan dan keinginan generasi ini (Camerling et al., 2020).

Kelima, penting untuk terus memperkuat iman dan kepercayaan kepada Tuhan dalam menjalankan pelayanan misi, serta menjaga kualitas dan integritas diri dalam setiap tindakan dan kata-kata yang dilakukan. Sehingga dapat menjadi saksi hidup dan saluran berkat bagi generasi Y dan Z, dan menyatakan terang Kristus di era masyarakat digital.

Tantangan Pelayanan Misi di Era Masyarakat Digital

Generasi Digital merupakan komposisi terbesar dalam demografi penduduk dunia. Mereka bersanding dengan kemajuan teknologi informasi dan sosial media dalam kehidupan, dan hal ini sangat membedakan sekali dengan generasi orang tua. Yang menjadi tantangan pelayanan misi di era masyarakat di digital ini adalah:

1. Dalam berkomunikasi milenial dan gen Z sebelum mengenal gawai aktif dalam berkomunikasi, berubah menjadi pasif (Zis et al., 2021). Masyarakat digital lebih nyaman berkomunikasi menggunakan media digital dari pada berbicara langsung.
2. Perubahan Dalam Prilaku. Perilaku merupakan perbuatan atau tindakan dan perkataan seseorang yang sifatnya dapat diamati, digambarkan dan dicatat oleh orang lain ataupun orang yang melakukannya (Zis et al., 2021) *Artificial intelligent* dan sosial media untuk menopang pembelajaran, komunikasi dan juga komunitas, meskipun mereka adalah generasi yang pintar teknologi, sangat toleran dan memiliki pandangan yang luas, akan tetapi tidak dapat dipungkiri jika terdapat kecenderungan untuk terlepas dari pembentukan karakter kepribadian dan nilai-nilai religious dari generasi sebelumnya. Generasi yang lahir dan hidup di era teknologi tinggini berada di bawatekanan kemajuan teknologi yang pesat. Spiritualitas perlu dilandasi dengan ajaranyang benar dan menarik (Gultom & Sophia, 2022). Seorang pelayan dalam proses pelayanan ini juga harus terus mengupgrade diri, agar mampu mengajar dengan penuh kepercayaan diri.
3. Fitur dan fasilitas yang ditawarkan oleh dunia digital lebih menarik, dari pada kegiatan kerohanian dalam gereja. Mengapa saya menyentuh gereja, karena sebagian besar gereja tidak menyentuh kehidupan masyarakat digital. Setiap khotbah digereja hanya membuat Batasan untuk generasi ini, melarang mereka untuk tidak menggunakan teknologi sementara anjuran itu merupakan sebuah ketidak wajaran untuk dilakukan di era perkembangan teknologi yang begitu pesat ini. Gereja harus menjadikan diri sebagai sumber utama untuk menghadirkan misi ditengah Masyarakat digital melalui program.
4. Dunia digital telah menjadi suatu hutan rimba mengenai informasi dan diskusi/percakapan. Segalanya dapat diperoleh/ditemukan hanya dengan menggunakan mouse atau sentuhan layar lewat jari-jari. Semua dapat diakses mulai dari khotbah sampai pornografi, teroris, politik, hiburan dan banyak hal lainnya. Dari hal yang baik sampai hal-hal yang tidak baik sekalipun (Ronda, 2016)
5. Terbiasa dengan teknologi: Generasi Y dan Z terbiasa dengan teknologi digital dan mengharapkan pelayanan misi yang cepat, mudah, dan efektif. Oleh karena itu, gereja perlu memanfaatkan teknologi digital dalam pelayanan misi seperti penggunaan media sosial, website gereja, dan aplikasi mobile untuk memberikan akses dan informasi yang cepat dan mudah (Afandi, 2018; Camerling et al., 2020; Goha, 2022; Ronda, 2016).
6. Sifat Multitasking: Generasi Y dan Z cenderung melakukan multitasking dan terbiasa dengan informasi yang cepat dan singkat. Oleh karena itu, gereja perlu

menyesuaikan cara menyampaikan pesan misi agar dapat menarik perhatian generasi ini dan membuat pesan yang singkat, padat, dan mudah dipahami (Kurniasih, 2022).

7. Perbedaan budaya dan bahasa: Generasi Y dan Z memiliki latar belakang budaya yang berbeda dan sering menggunakan bahasa yang berbeda-beda dalam lingkungan digital. Gereja perlu memahami perbedaan ini dan menyediakan pelayanan misi yang dapat menjangkau generasi ini dengan bahasa yang mereka gunakan dan memahami budaya yang mereka miliki.
8. Tantangan dalam pemeliharaan hubungan: Meskipun teknologi digital memungkinkan kita untuk terhubung dengan orang di seluruh dunia, namun hubungan yang dipelihara melalui teknologi digital seringkali kurang akrab dan kurang personal. Gereja perlu menciptakan kesempatan dan lingkungan yang memungkinkan generasi Y dan Z untuk terhubung secara personal dan memperkuat hubungan antara satu sama lain dan dengan Tuhan (Purnomo & Sanjaya, 2020).
9. Tantangan dalam mengatasi informasi palsu (hoaks): Generasi Y dan Z rentan terhadap informasi yang palsu atau hoaks di media sosial dan internet. Gereja perlu memberikan pelatihan dan pendidikan kepada generasi ini tentang cara mengenali dan mengatasi informasi yang palsu atau hoaks sehingga mereka dapat memperoleh pengetahuan yang benar dan memahami kebenaran Firman Tuhan (Maudi, 2018).

Menyediakan pelayanan misi yang inklusif: Generasi Y dan Z lebih terbuka dan menerima perbedaan dalam hal agama, gender, dan orientasi seksual. Gereja perlu memberikan pelayanan misi yang inklusif dan dapat menjangkau semua orang tanpa memandang latar belakang mereka.

Strategi Pendekatan Pelayanan Misi di Era Masyarakat Digital

Strategi Pendekatan Pelayanan Misi melalui Komunikasi

Komunikasi merupakan salah satu komponen penting dari interaksi sosial. Proses komunikasi melibatkan dua proses yang terkoordinasi yaitu encoding dan decoding. Encoding adalah proses penyampaian ide dalam bentuk simbol, sedangkan decoding adalah proses penerjemahan simbol ke dalam ide atau gagasan (GP, 2012). Dalam konteks Kristen, ada empat tingkatan dalam komunikasi. Pertama, Allah berkomunikasi dengan manusia Kristen. Kedua, Allah berkomunikasi dengan orang yang belum Kristen melalui perjanjian lama dan baru. Ketiga, manusia Kristen berkomunikasi dengan sesama Kristen untuk saling menyadarkan dan memperbaiki diri. Keempat, orang Kristen berkomunikasi dengan manusia bukan Kristen untuk membagikan pesan kebenaran firman Tuhan (GP, 2012).

Perkembangan teknologi juga memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan komunikasi (Zis et al., 2021). Komunikasi yang sebelumnya aktif, kini lebih banyak menjadi pasif (Zis et al., 2021). Masyarakat digital cenderung

memanfaatkan teknologi untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi dengan cara yang lebih instan (T. Rahayu, 2021). Oleh karena itu, penting bagi komunikasi Kristen untuk tetap dapat beradaptasi dengan perubahan tersebut dan menyajikan pesan yang dapat dikonsumsi dalam ranah masyarakat digital.

Dari penjelasan di atas dapat beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain:

1. Menggunakan teknologi dan media digital sebagai sarana untuk mengkomunikasikan pesan tentang Allah dan kebenaran-Nya kepada masyarakat digital. Dalam hal ini, komunikasi Kristen harus tetap diterapkan dengan prinsip-prinsip dasar bahwa Allah telah berinisiatif untuk berkomunikasi dengan manusia, Tuhan Yesus Kristus adalah satu-satunya jalan keselamatan, dan Roh Kudus bekerja dalam proses komunikasi Kristen.
2. Menyajikan pesan dalam bentuk yang mudah diakses dan dimengerti oleh masyarakat digital. Dalam masyarakat digital yang identik dengan hal-hal instan, penyampaian informasi harus dikemas secara sehemat mungkin. Oleh karena itu, pesan-pesan Kristen harus disajikan dengan cara yang menarik dan efektif di platform digital.
3. Menggunakan strategi komunikasi yang sesuai dengan situasi dan kondisi masyarakat digital saat ini. Generasi masyarakat digital saat ini memiliki karakteristik yang berbeda dari generasi sebelumnya, seperti cenderung lebih sulit menerima otoritas dan lebih tahu banyak hal. Oleh karena itu, strategi komunikasi Kristen harus mengikuti pola komunikasi yang tepat untuk dapat masuk dan meresap di dalam masyarakat digital.
4. Menjaga konsistensi dalam pola komunikasi Kristen. Meskipun menggunakan media digital, prinsip-prinsip dasar komunikasi Kristen harus tetap diterapkan dengan konsisten, seperti bahwa Allah telah berinisiatif untuk berkomunikasi dengan manusia, Tuhan Yesus Kristus adalah satu-satunya jalan keselamatan, dan Roh Kudus bekerja dalam proses komunikasi Kristen.

Pada akhirnya, teknologi dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyebarkan informasi dan komunikasi Kristen. Namun, pola komunikasi Kristen yang telah terbentuk harus tetap diterapkan dalam menyampaikan pesan kebenaran firman Tuhan. Selain itu, pesan harus disajikan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami di platform digital.

Strategi Pendekatan dalam Konsep Kontekstualisasi

Kontekstualisasi adalah usaha untuk memahami konteks kehidupan manusia secara luas, termasuk dalam dimensi budaya, agama, sosial, ekonomi, dan politik, dengan tujuan agar pemberitaan injil dapat dilakukan dengan baik dan dipahami secara tepat oleh setiap orang dalam konteks tersebut (Tomatala, 2004). Tippet mengajarkan rumus tiga diri yang menekankan pentingnya gambaran diri sebagai tubuh Kristus, berfungsi mandiri, memiliki kemampuan membuat keputusan sendiri, dan giat dan aktif dalam mengembangkan diri serta mengabdikan diri bagi pelayanan Tuhan (Tomatala, 2004). Pendekatan berorientasi pada pendengar

dianggap sebagai kunci bagi komunikasi Injil yang baik, berbeda dengan pendekatan yang hanya berorientasi pada diri sendiri. Hal ini dapat memberikan keseimbangan dan pengendalian dalam pemberitaan Injil agar dapat diterima dan dihayati dalam budaya setempat.

Para penginjil memiliki misi untuk menjangkau orang-orang Fokus dengan kaidah-kaidah Alkitab (Kusmanto, 2022). Mereka melakukan penginjilan kontekstual dengan beberapa model atau pola (Tomatala, 2004), yaitu akomodasi, adaptasi, prosesio, transformasi, dan dialektik. Model akomodasi adalah sikap menghargai kebudayaan asli. Model adaptasi menggunakan bentuk dan budaya yang dikenal. Model prosesio menganggap kebudayaan secara negatif. Model transformasi artinya Allah di atas budaya dan melalui budaya itu, Allah berinteraksi dengan manusia. Model dialektik adalah interaksi dinamis antara teks dan konteks.

Tomatala mengidentifikasi dua pendekatan dalam menginterpretasi teks Alkitab (Tomatala, 2004). Pendekatan pertama adalah pendekatan formal atau tradisional, yang dilakukan tanpa memperhatikan faktor sejarah dan sosio-budaya dalam konteks aslinya, serta mengabaikan kenyataan "keanekaragaman budaya". Pendekatan kedua adalah pendekatan *dynamic equivalence*, yang bertujuan menciptakan dampak yang seimbang pada situasi konteks budaya masa kini seperti dampak situasi konteks sejarah-budaya asli dimana Firman Tuhan pertama diilhami.

Untuk melakukan pendekatan ini, ada beberapa langkah yang dapat diambil dalam melakukan pendekatan baik hermeneutika, penterjemahan teks, maupun berteologi. Setiap bahasa memiliki kelebihan dan sifat khusus, dan komunikator harus menghargai keunikan bahasa. Setiap penterjemah harus berusaha untuk memproduksi arti dari suatu bagian Alkitab seperti yang dimaksud penulis aslinya.

Injil dapat meleburkan diri dalam budaya tanpa merusak otoritasnya, asalkan berita tetap otentik dan tidak mengalami perubahan makna sebenarnya. Dalam era digitalisasi, Alkitab dapat dimanfaatkan untuk memasuki masyarakat digital dan memberikan cinta serta menjelaskan mengenai ada pribadi yang sudah mencintai manusia lebih dari pada yang lainnya. Dengan demikian, generasi ini memiliki pandangan dan otoritas yang kuat untuk menjadi panutan dalam hidup.

Dari penjelasan di atas maka dapat dibangun strategi untuk kontekstualisasi dalam pemberitaan injil kepada generasi Y dan Z (masyarakat digital) dengan cara-cara berikut:

1. Memahami konteks kehidupan manusia secara luas: Generasi Y dan Z perlu memahami konteks kehidupan manusia secara luas dalam dimensi budaya, agama, sosial, ekonomi, dan politik. Hal ini akan membantu mereka memahami kondisi dan permasalahan yang dihadapi oleh orang-orang di konteks tersebut dan memberikan pemberitaan injil yang sesuai dengan konteks tersebut.
2. Membangun keseimbangan dalam pengendalian pemberitaan injil: Dalam pemberitaan injil, generasi Y dan Z dapat membangun keseimbangan dalam pengendalian agar pemberitaan injil dapat disampaikan dengan baik dan dipahami secara tepat oleh setiap orang yang hidup dalam konteks tersebut.

3. Berorientasi pada pendengar: Generasi Y dan Z dapat membangun pemberitaan injil yang berorientasi pada pendengar sebagai kunci bagi komunikasi injil yang baik. Hal ini akan membantu mereka memahami kebutuhan, permasalahan, dan kekhawatiran pendengar dan memberikan solusi yang sesuai dengan konteks tersebut.
4. Menggunakan model atau pola kontekstual: Generasi Y dan Z dapat menggunakan model atau pola kontekstual seperti model akomodasi, adaptasi, prosesi, transformasi, dan dialektik untuk membangun pemberitaan injil yang sesuai dengan konteks budaya yang berbeda.

Menggunakan pendekatan-pendekatan terhadap Teks Alkitab: Generasi Y dan Z dapat menggunakan pendekatan formal atau tradisional dan *dynamic equivalence* untuk menginterpretasi Teks Alkitab sesuai dengan konteks budaya yang berbeda. Hal ini akan membantu mereka memahami pesan injil dengan tepat dan memberikan solusi yang sesuai dengan konteks tersebut.

Melibatkan Masyarakat Digital Melayani

Firman Tuhan merupakan ajaran atau perkataan Allah kepada manusia yang dipercayai oleh orang-orang Kristen pada umumnya (Emiyati et al., 2021). Pengajaran yang benar akan Firman Allah harus menjadi dasar utama, sebagai senjata utama dalam membentuk generasi yang tidak mudah diombang-ombingkan dalam pengajaran Teologi yang ditawarkan melalui dunia digital. Firman merupakan perisai. Bagaimanapun pengajaran yang salah harus mampu kita bendung, tidak ada cara lain selain memberikan pengajaran yang benar. Masyarakat digital merupakan orang-orang yang kreatif memanfaatkan teknologi untuk mendapat *income*. Peneliti tidak sedang membatasi sebatas penghasilan finansial akan tetapi lebih luas seperti kebutuhan dalam hidup. Tujuan dari sebuah pembinaan adalah untuk melahirkan orang-orang kompeten dalam bidangnya, agar menjadi mandiri dalam menjalankan pengajarannya melalui ajaran yang telah diterimanya.

Melahirkan Influencer Kristen sebagai Perpanjangan Pelayanan Gereja

Anjani (Anjani & Irwansyah, 2020) mendefinisikan influencer sebagai seorang aktivis yang terhubung dengan baik, berdampak, aktif pikiran, dan trendsetter bagi para pengikutnya. Gereja harus memanfaatkan masyarakat digital sebagai perpanjangan tangan dalam melakukan pelayanan misi di era digital. Gereja tidak boleh menutup mata terhadap fenomena di luar gereja, terutama terkait kebutuhan generasi digital. Pembinaan terhadap masyarakat digital perlu diperhatikan agar gereja dapat melahirkan Influencer Rohani untuk menyelamatkan mereka yang belum mengenal Kristus. Seorang influencer dapat melaksanakan Misi Amanat Agung dengan menyatakan manfaat kebenaran firman Allah dan melakukan pembinaan dalam ruang virtual. Media sosial adalah ladang yang besar dan penting dalam menjangkau masyarakat digital melalui penginjilan, yang menjadi tugas gereja.

Gereja menjadi Wadah Bagi Pelayanan Misi Era Masyarakat digital

Unsur fleksibilitas menjadi penting bagi influencer Kristen untuk terhubung dengan generasi muda tanpa terasa kaku atau formal. Namun, penting untuk memperhatikan bahwa fleksibilitas tidak boleh menghilangkan kuasa dan hikmat Tuhan dalam Injil yang disampaikan. Selain itu, tidak hanya pendeta atau gembala yang harus menjadi pewarta Firman, melainkan setiap orang yang ingin menjadi pewarta juga harus diberi kesempatan dan didukung dengan program yang benar dan Alkitabiah serta *support system* yang kuat (Gultom & Sophia, 2022). Gereja harus menjadi wadah untuk menjangkau banyak jiwa di era masyarakat digital dengan memperhatikan para influencer rohani sebagai salah satu pelayan gereja.

Menggunakan media sosial dan teknologi digital

Generasi Y dan Z tumbuh dengan teknologi digital dan media sosial. Oleh karena itu, memanfaatkan media sosial dan teknologi digital untuk menghubungi, berkomunikasi, dan menyebarkan informasi tentang pelayanan misi dapat sangat efektif untuk menjangkau generasi ini (Goha, 2022).

Menggunakan bahasa yang sesuai

Penting untuk menggunakan bahasa yang sesuai dengan generasi Y dan Z. Mereka cenderung lebih responsif terhadap bahasa yang sederhana, langsung, dan mudah dimengerti. Oleh karena itu, komunikasikan pesan pelayanan misi dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh mereka (Zis et al., 2021).

Mengadakan acara online

Di era digital ini, acara online seperti webinar, live streaming, dan video tutorial menjadi sangat populer. Memanfaatkan acara online untuk mengadakan pelayanan misi seperti doa bersama, kebaktian online, atau pengajaran alkitab dapat menjadi alternatif yang efektif untuk menjangkau generasi Y dan Z (Basir & Tjasmadi, 2022; Jun, 2020).

Memperhatikan tren dan topik yang sedang populer

Generasi Y dan Z sangat memperhatikan tren dan topik yang sedang populer. Oleh karena itu, memperhatikan tren dan topik yang sedang populer dapat membantu memperkuat pesan pelayanan misi dan memperluas jangkauannya.

Menggunakan konten visual yang menarik

Konten visual seperti video, gambar, dan grafis dapat menarik perhatian generasi Y dan Z. Oleh karena itu, menggunakan konten visual yang menarik dapat membantu menyebarkan pesan pelayanan misi dengan lebih efektif (D, 2018).

Membuat pelayanan misi yang fleksibel

Generasi Y dan Z memiliki gaya hidup yang serba cepat dan fleksibel. Oleh karena itu, menyediakan pelayanan misi yang fleksibel dan mudah diakses dapat membantu menarik minat mereka untuk terlibat dalam pelayanan misi (D, 2018).

KESIMPULAN

Gereja harus mampu memanfaatkan teknologi dan media sosial sebagai sarana untuk melakukan pelayanan misi di era digital. Generasi digital membutuhkan wadah yang dapat menyalurkan kreativitas mereka, sehingga gereja perlu membina dan melahirkan influencer rohani untuk menyelamatkan masyarakat digital yang belum mengenal Kristus. Penting bagi gereja untuk tidak menutup mata terhadap fenomena yang terjadi di luar gereja dan tetap mempertahankan pola komunikasi Kristen yang telah terbentuk dalam menyampaikan pesan kebenaran firman Tuhan. Pesan tersebut juga harus disajikan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami di platform digital. Dengan demikian, teknologi dapat menjadi sarana yang efektif untuk menyebarkan informasi dan komunikasi Kristen kepada masyarakat digital.

KEPUSTAKAAN

- Anjani, S., & Irwansyah. (2020). Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [the Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram]. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203–229. <https://ojs.uph.edu/index.php/PJI/article/view/1929>.
- Berapa Usia Mayoritas Pengguna Media Sosial di Indonesia – Databooks. (2020) Diakses 01 Maret 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-indonesia>.
- David, Bosch J. (1999). *Transformasi Misi Kristen*. Jakarta; BPK Gunung Mulia.
- Elvis, M. (2020). Pedagogi di Era Digital dalam Konteks Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Teologi dan Pendidikan Agama Kristen*, 1(1), 1-16. <https://ojs.sttjaffray.ac.id/jitpk/article/view/472>.
- Enam Urutan Generasi Manusia – HaloEdukasi. (2023). Diakses 01 Maret 2023. <https://haloedukasi.com/urutan-generasi-manusia>.
- Gultom, J. M. P., & Sophia, S. Kedudukan Bapa Rohani dalam Penggembalaan Generasi Digital menurut 1 Korintus 4:14-21, *Gracia Deo: Jurnal Teologi Gracia Deo*. <http://www.sttbaptisjkt.ac.id/ejournal/index.php/graciadeo/article/view/92/68>
- GP, Harianto (2012). *Komunikasi Pemberitaan Injil*. Yogyakarta: ANDI

- Haloedukasi.com: Masyarakat Digital: Pengertian, Ciri-ciri dan Contoh. (2023)
<https://haloedukasi.com/masyarakat-digital>.
- Kusmanto, F. (2021). Pelaksanaan Pendekatan Penginjilan Kontekstual. *Jurnal Teologi Kontekstual*, 2(2), 16-26.
<https://journal.sttsimpson.ac.id/index.php/JTKI/article/download/439/pdf>.
- Lobang, M. M., Camerling, Y. F. (2021). Media Pembelajaran dan Kurikulum Pendidikan Jemaat dalam Gereja Berbasis Online untuk Menghadapi Perubahan Globalisasi Abad ke-21. *Jurnal Ilmu Teologi dan Pendidikan Agama Kristen*, 2(1), 61-78. <https://ojs.sttjaffray.ac.id/jitpk/article/view/488>.
- Malik, H. (2021). Cyber Religion dan Real Religion di Tengah Masyarakat Digital. *Jurnal Komunika*, 4(1), 63-78. <https://doi.org/10.24042/komunika.v4i1.8615>.
- Maudi, S. (2018). *Socrates Café: Bijak, Kritis & Inspiratif Seputaran Dunia dan Masyarakat Digital Media Sosial, UU ITE, hingga Cyber Crime*. Jakarta: Gramedia.
- McGrath, A. E. (2007). *Spiritualitas Kristen*. Medan: Bina Media Perintis.
- Mengenal Generasi Baby Boomers, X, Y, Z dan Alpha – Gramedia Blog. (2023)
<https://www.gramedia.com/literasi/generasi-baby-boomers-x-y-z-alpha/>.
- Pengertian Generasi X, Y, Milenial dan Boomers – Kompas.com. (2023)
<https://www.kompas.com/skola/read/2021/04/17/130000069/jangan-tertukar-ini-pengertian-generasi-x-z-milenial-dan-baby-boomers>.
- Proporsi Individu Yang Menggunakan Internet Menurut kelompok Umur – Badan Statistik Pusat. (2019). <https://www.bps.go.id/indicator/27/1228/1/proporsi-individu-yang-menggunakan-internet-menurut-kelompok-umur.html>.
- Rahayu, P. (2019). Pengaruh Era Digital Terhadap Perkembangan Bahasa Anak. *Jurnal Al-Fatih: Jurna Bahsa dan Sastra Anak*, 2(1), 47-59. <https://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/al-fathin/article/view/1423>.
- Ronda, D. (2016). Pemimpin dan Media: Misi Pemimpin Membawa Injil Melalui Dunia Digital. *Jurnal Jaffray*, 14(2), 189-198.
<https://ojs.sttjaffray.ac.id/JJV71/article/view/210>.
- Sebanyak 57 Responden Survei Akui Pernah Akses Konten Pornografi di Internet – Kompas. (2021). Diakses 03 Maret 2023. <https://adv.kompas.id/baca/sebanyak-57-persen-responden-survei-akui-pernah-akses-konten-pornografi-di-internet/>.
- Tomatala, Y. (2004). *Penginjilan Masa Kini Jilid 1 & 2*. Malang: Gandum Mas.
- _____. (2004). *Teologi Misi*. Jakarta: YT Leadership Foundation.
- Wibowo, M. (2020). Roh Kudus Dalam Teologi Perjanjian Baru I: Roh Kudus, Agen Misi Allah Yang Kedua Dalam Injil Sinoptik dan Kisah Para Rasul. *Phronesis: Jurnal Teologi dan Misi*, 1(1), 48-58. <https://doi.org/10.47457/phr.v1i1.5>.

- Wijaya, P. A., & Darmawan, I P. A. (2019). Pembekalan Pendekatan Penginjilan di GKII Gerizim Nusa Dua. in Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Agama Kristen STT Simpson Tahun 2016 Tema: Strategi Pembinaan Jemaat Untuk Meningkatkan Kehidupan Jemaat (presented at the Seminar Nasional Pendidikan Agama Kristen dan call for papers, Ungaran: Sekolah Tinggi Teologi Simpson. 52–57. <http://semnas.sttsimpson.ac.id/index.php/SNPK/article/view/7>.
- Wijaya, F. I., Sophia, S., Harefa, O., Sapalakkai, R. S. (2018). Motif Misi & Pertumbuhan Gereja Masa Kini. *Real Didache: Jurnal Teologi dan Pendidikan Agama Kristen*, 3(2), 1-8. 10.13140/RG.2.2.34081.63849.
- Zis, S. F., Effendi, N., Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69-87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>.