

MEDIA SOSIAL SEBAGAI RUANG BERTEOLOGI, UPAYA KONTEKSTUALISASI MISI GEREJA DI ERA DIGITAL

Aan¹ Ambarwaty P.I.P Taturu²
Institut Agama Kristen Negeri Manado^{1,2}
andreaaan211@gmail.com

Abstract

Social media is currently a medium that many people use to communicate, search for information and entertainment, create business and business opportunities. The development of social media is also a challenge for the church, how does the church make social media a space for theology in order to carry out the church's mission. This research aims to describe how social media is used as a theological space which is seen by researchers as a contextualization effort by believers (churches) in the digital era. The research method used is descriptive qualitative research with a library study method using books, articles, journals, social media as sources of research data. The research results found that in the current digital era, ways to preach and communicate the Gospel can be done in various places, including social media. Making social media a medium for preaching the Gospel is one effort to create a new space for theology in the digital era. For this reason, efforts need to be made to utilize various social media features to support ministry and communication of the Gospel through utilizing status sharing features, creating online worship spaces that can reach many people for worship, sharing spiritual content and also building community/fellowship Christians who have an impact on mission service on social media.

Keywords: *Contextual Theology, Mission, Social Media*

Abstrak

Media sosial saat ini menjadi media yang banyak digunakan orang untuk berkomunikasi, mencari informasi dan hiburan, menciptakan peluang usaha dan bisnis. Perkembangan media sosial ini juga menjadi tantangan tersendiri bagi gereja, bagaimana gereja menjadikan media sosial menjadi ruang untuk berteologi dalam rangka melaksanakan misi gereja. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang bagaimana media sosial digunakan sebagai ruang berteologi yang dilihat oleh peneliti sebagai usaha kontekstualisasi oleh orang-orang percaya (gereja) di era digital. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan metode studi kepustakaan menggunakan buku-buku, artikel, jurnal, media sosial sebagai sumber data penelitian. Hasil penelitian temukan bahwa di era digital saat ini cara untuk memberitakan dan mengomunikasikan Injil dapat dilakukan di berbagai macam tempat termasuk dalam media sosial. Menjadikan media sosial sebagai media untukewartakan Injil merupakan salah satu upaya menciptakan ruang baru untuk berteologi di era digital. Untuk itu, perlu adanya upaya pemanfaatan berbagai macam fitur media sosial untuk menunjang untuk pelayanan dan pengkomunikasian Injil melalui pemanfaatan fitur berbagi status, penciptaan ruang-ruang peribadatan online yang dapat menjangkau banyak orang untuk beribadah, membagikan konten-konten rohani dan juga membangun komunitas/persekutuan Kristen yang berdampak dalam pelayanan misi di media sosial.

Kata Kunci: *Teologi Kontekstual, Misi, Media Sosial*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa manusia hidup pada era yang serba cepat, dan bahkan menembus batas-batas hidup konvensional. Pada era digital, media sosial semakin berkembang dan memfasilitasi komunikasi antar manusia dan juga menjadi sarana untuk menghasilkan informasi dengan cepat. Era digital identik dengan keterbukaan informasi serta kemudahan konektivitas. (Selatang et al., 2022, pp. 26–33) Hal itu tentu mempengaruhi budaya masyarakat yang tadinya tidak bergantung pada teknologi mau tidak mau harus meleak teknologi dan menjadikan teknologi sebagai alat untuk memudahkan kehidupan. Mulai dari anak kecil, remaja, pemuda hingga kalangan orang dewasa dan lanjut usia menggunakan teknologi dalam hal ini media sosial untuk melakukan berbagai macam aktivitas. Bahkan penelitian menunjukkan bahwa perkembangan teknologi digital telah mengubah perilaku masyarakat yang tadinya menggunakan transaksi ekonomi secara konvensional menjadi transaksi ekonomi melalui media sosial. (Maria & Widayati, 2020, pp. 234–239) Evolusi teknologi digital juga telah mengubah dan mengubah pola konsumsi media dari pola konsumsi media konvensional menjadi terpinggirkan atau dipadukan dengan penggunaan media sosial. Hidayat berasumsi bahwa pada akhirnya, pertumbuhan akses media online di Indonesia telah menciptakan kebiasaan dan budaya media baru bagi individu dan masyarakat, yang mempunyai implikasi sosial, budaya, ekonomi, dan politik. (Hidayat, 2016, pp. 59–77)

Media sosial sudah menjadi sebuah kebutuhan di masyarakat modern saat ini. Kosasih menyebutkan bahwa saat ini jejaring sosial telah menjadi fenomena baru dan sangat populer di masyarakat modern, tanpa memandang usia dan kelas sosial. (Kosasih, 2019, pp. 263–296) Oleh karena media sosial sudah menjadi kebutuhan masyarakat, maka media sosial kini telah menjadi motor penggerak utama dalam membentuk perilaku manusia dalam kehidupan yang modern dan dinamis ini. Akibat perkembangan tersebut, banyak terjadi perbedaan penggunaan media sosial di masyarakat. Ada yang memanfaatkan media sosial untuk belajar dan memperluas ilmunya, ada yang memanfaatkan media sosial untuk bekerja dan memulai usaha, ada juga yang memanfaatkan media sosial untuk mencari teman dan menjalin relasi, ada juga yang

memanfaatkan media sosial sekedar untuk mencari hiburan dan masih banyak aktivitas lainnya. Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial mempunyai pengaruh terhadap kehidupan umat beragama. Media mampu menggerakkan tatanan kehidupan masyarakat. Media seharusnya menjadi bagian dari aktor sosial dan penjaga gerbang, termasuk mengkomunikasikan nilai kebebasan dan perlindungan beragama dalam masyarakat. (Digdoyo, 2018, pp. 42–59)

Di tahun 2019 Facrul Razi yang menjabat Menteri Agama kala itu menuturkan bahwa masyarakat Indonesia menggunakan media sosial untuk mencari informasi tentang keberadaan dan sifat Tuhan. Diketahui bahwa masyarakat Indonesia memiliki minat yang besar untuk memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan konten tentang Tuhan ataupun hal-hal yang berkaitan dengan agama. Dari hal ini, dapat disimpulkan bahwa teknologi dan dimensi spiritual manusia telah mengalami integrasi. Hal itu dikarenakan manusia menggunakan telah teknologi dan dunia sosial untuk memenuhi kebutuhan hati manusia dalam hal spiritualitas. Corak spiritualitas yang seperti ini disebut sebagai spritualitas online. Spiritualitas adalah proses pencarian makna dari hal yang bersifat transenden sehingga berdampak bagi seseorang dalam menjalani kehidupan pribadi yang juga bermakna bagi lingkungan sekitar. (Sopacoly & Lattu, 2020, p. 138) Melihat fenomena tersebut, secara kontekstual dapat diartikan bahwa pengaruh sosial media tidak hanya berpengaruh pada kehidupan masyarakat secara sosiologis akan tetapi sosial media juga telah menyentuh kehidupan spiritual dari seorang individu.

Ketika pandemi Covid-19, dampak media sosial sangat dirasakan dalam kehidupan setiap orang terlebih dalam kehidupan bergereja. Pandemi memaksa setiap orang untuk dapat menggunakan media sosial sebagai sarana dan ruang baru untuk berteologi. (Lilo, 2020) Segala hal menyangkut kegiatan dan aktivitas kerohanian umat yang biasanya dilakukan digereja kini harus beralih fungsi menggunakan kemajuan teknologi di era digital dengan memanfaatkan media sosial. Tentu saja hal ini membawa perubahan besar dalam kehidupan Gereja, namun misi Gereja tetap dapat terpenuhi dalam segala kondisi sosial, bahkan tanpa perlu bertatap muka, dengan membekali jemaat Anda dengan cara aktif menggunakan media sosial sebagai media sosial sebagai alat penyerbarluasan Injil. (Arifianto et al., 2020, pp. 86–104) Suka tidak suka mau tidak mau aktivitas kerohanian

dipindahkan ke ruang virtual karena terjadi pembatasan untuk datang di gedung gereja. (Camerling et al., 2020)

Akan tetapi, masih ada gereja-gereja yang kala itu belum siap memanfaatkan media sosial untuk berteologi. (Epan, 2021) Bukan hal yang aneh jika muncul kekhawatiran dari gereja-gereja yang memandang pembangunan dan perubahan sosial sebagai ancaman terhadap doktrin-doktrin yang sudah berabad-abad lamanya dan bahkan pemahaman penuh mereka. Smith mengatakan banyak gereja tradisional yang waspada dan bahkan ragu untuk mengeksplorasi penggunaan media digital yang ada. (Smith, 2016, p. 11) Banyak gereja membatasi Tuhan pada dunia offline, termasuk di dalam tembok gereja dan dalam pertemuan ritual fisik yang dianggap sakral. Namun, ketika dia berada di dunia lain (online), Tuhan sudah tidak ada lagi. (Sopacoly & Lattu, 2020, p. 139) Dapat dikatakan bahwa penggunaan sosial media dikala pandemi belum efektif dan merata dikarenakan masih banyak menuai pro dan kontra. Ada gereja yang siap, ada pula yang belum, karena mereka merasa media sosial bukan ruang untuk melakukan teologi atau karena sarana dan prasarana tidak memadai untuk menggunakan media sosial untuk pekerjaan teologi.

Bisa dikatakan, pandemi Covid-19 telah memunculkan ide bagi gereja untuk mengontekstualisasikan media sosial sebagai sarana komunikasi yang membantu menyampaikan misi Gereja. (ASA, 2022) Terkait dengan itu adanya media sosial dapat menjadi ruang baru bagi orang Kristen untuk merefleksikan dan mengomunikasikan Injil di Era yang modern saat ini dan tidak hanya terbatas pada masa pandemi saja. Penelitian yang dilakukan Firmanto mengungkapkan perbincangan di grup WhatsApp berupa renungan, link bersama, inspirasi, doa dan informasi menunjukkan bahwa komunitas gerejawi berani hadir dan berpartisipasi dalam kehidupan di masyarakat saat ini. Diskusi di grup WhatsApp mengutarakan nilai-nilai kristiani yang menentang individualisme, konsumerisme dan hedonisme di ruang digital; malah menjadi ruang untuk mengekspresikan nilai-nilai kehidupan Kristiani yaitu: kasih, kepedulian, persahabatan, keadilan, perdamaian, solidaritas serta hidup penuh kepada Tuhan, sumber kehidupan. (Firmanto, 2021, pp. 480–495)

Kemajuan teknologi digital telah memungkinkan akses yang mudah dan cepat, dapat diakses kapanpun dan dimanapun, tentunya di sinilah ruang dimana media sosial

akan menjadi sarana yang baik untuk berteologi. (Dessindi, 2020, pp. 91–103) Memanfaatkan media sosial di zaman sekarang ini untuk berteologi adalah upaya kontekstualisasi yang sangat relevan karena budaya yang berkembang saat ini adalah budaya bersosial media. (Zandro, 2023, pp. 10–24) Jejaring media sosial dapat bermanfaat untuk perjumpaan dan hubungan yang terjalin antara manusia dan Tuhan melalui status doa dan kesaksian. (Winman & Lahamendu, 2021, pp. 44–62) Karena itu, merespon berbagai fenomena yang terjadi akibat perkembangan teknologi saat ini peneliti akan menganalisis serta mendeskripsikan bagaimana pemamfaatan media sosial sebagai upaya berteologi kontekstual dengan menjadikan media sosial sebagai ruang baru dalam berteologi di era digital saat ini. Hal ini dilakukan agar gereja terbuka dan menyadari bahwa gereja saat ini sedang berada pada era baru yaitu era digital. Oleh karena itu, gereja dapat menggunakan jejaring media sosial sebagai sarana teologis untuk tujuan mendidik masyarakat kristen dan menjalankan misi Gereja, bukan menganggap jejaring sosial sebagai sesuatu yang jahat.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan metode penelitian dokumen kepustakaan. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang secara alami mengumpulkan data dengan tujuan untuk mengkaji dan menjelaskan fenomena secara lebih menyeluruh, dengan peneliti sebagai instrumen utama, dan penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada konsep. Pengumpulan data dilakukan pada lingkungan alamiah dengan tujuan untuk menjelaskan fenomena dimana peneliti sebagai instrumen utamanya dimana pengambilan sampel sebagai sumber data dilakukan secara sengaja dan snowballing. Teknik pengumpulan data menggunakan triangulasi (kombinasi) dan datanya dianalisis secara induktif/kualitatif. Hasil penelitian deksriptif kualitatif lebih menekankan pada makna dibandingkan generalisasi. (Setiawan & Anggito, 2018, p. 8) Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran, penjelasan dan validasi terhadap fenomena yang diteliti. Untuk menunjang studi kepustakaan peneliti menggunakan berbagai macam literatur seperti buku-buku teologi, Alkitab, jurnal, artikel, berbagai jenis media sosial, majalah online,

maupun berita agar dapat menghasilkan data yang dibutuhkan. Peneliti akan memaparkan bagaimana budaya media sosial berkembang dalam kehidupan masyarakat, serta mengontekstualisasikan dan merefleksikannya dalam teologi Kristen di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Sosial

Kata media merupakan istilah yang berasal dari bahasa Latin jamak media yang berarti perantara atau pengantar. Dengan kata lain media adalah medium yang memperantarai atau menyampaikan pesan yang datang dari pengirim pesan. (Barus & Suratno, 2016, p. 17) Berdasarkan definisi tersebut, media adalah suatu hal yang digunakan untuk menghubungkan. Dalam hal ini menjadi perantara agar suatu pesan dapat disampaikandari satu pihak ke pihak yang lain dengan baik. Media sosial merupakan media interaksi sosial online yang terhubung dengan internet yang membantu penggunaanya dengan mudah berbagi informasi atau cerita, berpartisipasi, berkomunikasi dengan mengirimkan pesan, dan membangun relasi. (Faiza et al., n.d., pp. 49–50) Setelah mengetahui definisi media, perlu juga mengetahui jenis-jenis media. Menurut Satrianawati dalam bukunya “*Media dan Sumber Belajar*” membagi media kedalam empat kategori yaitu: media visual, media audio, media audio visual dan multimedia. Media visual merupakan media yang dapat didengar oleh telinga. Media audiovisual merupakan gabungan antara media visual dan audio yang dapat dilihat dan didengar. Multimedia mencakup semua jenis yang dapat diringkas dalam satu kata, yaitu Internet. (Satrianawati, 2018, p. 10)

Pengertian Media Sosial

Istilah media sosial terdiri dari dua kata yang memiliki implikasi tersendiri, yaitu kata media dan kata sosial. Kata media dapat diartikan sebagai suatu alat yang umumnya digunakan untuk menyampaikan, sedangkan sosial adalah suatu kegiatan (interaksi) yang dilakukan oleh masyarakat yang akan melahirkan kontribusi terhadap masyarakat disekelilingnya. (Mulawarman & Nurfitri, 2014, p. 37) Media sosial merupakan platform internet yang memfasilitasi interaksi sosial online penggunaanya. Mereka mungkin berbagi, berjejaring, berkomunikasi, dan melakukan banyak hal lainnya di sana. Saat ini, Instagram,

Twitter, Facebook, YouTube, Tiktok adalah platform media online yang populer. Kadarudin menyebutkan bahwa media sosial merupakan sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. (Kadarudin, 2020, p. 66) Singkatnya, media sosial adalah sebuah platform atau area di mana individu dapat memanfaatkan teknologi internet untuk berkomunikasi dan terlibat satu sama lain. Platform media sosial dipandang sebagai bentuk komunikasi kontemporer yang paling produktif dan sukses, serta memberikan dampak signifikan terhadap penggunanya. Saat ini, siapa pun yang memiliki ambisi apa pun dapat memanfaatkan platform media sosial sebagai alat atau media untuk kepentingan apapun, karenanya ia menjadi sangat populer.

Karakteristik Media Sosial

Orang dapat diidentifikasi berdasarkan kualitas atau karakteristiknya; media sosial tidak berbeda. Media sosial dapat diidentifikasi dengan memeriksa sejumlah karakteristik fiturnya, diantaranya sebagai berikut: a) Keterlibatan pengguna, setiap platform media sosial mengundang orang untuk terlibat dan memberikan umpan balik tentang sebuah postingan atau pesan. Pesan yang dikirimkan dapat diterima atau dibaca oleh banyak orang. b) Keterbukaan, mayoritas platform media sosial memungkinkan pengguna untuk berbagi, memilih, berkomentar, dan melakukan hal-hal lain. Pengiriman pesan dapat dilakukan secara terbuka tanpa melalui penjaga. c) Diskusi, mayoritas platform media sosial memungkinkan keterlibatan pengguna kedalam percakapan melalui konten, termasuk obrolan dan balasan antar pengguna. Selain itu, penerima pesan bebas memilih kapan harus terlibat. d) Konektivitas melalui media sosial, pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna yang berbeda melalui tautan (links) penghubung dan sumber informasi lainnya. Metode pengiriman pesan ke media berbasis online lebih cepat dibandingkan media lain, dan hal ini membuat banyak sekali informasi mudah terhubung pada satu media sosial. (Kosasih, 2019, pp. 263–296) Gustam mengungkapkan lima karakteristik dari media sosial yaitu 1. Partisipasi, mendorong kontribusi dan umpan balik dari semua pihak yang tertarik atau ingin memanfaatkannya, hingga mengaburkan batas antara media dan massa. 2. Transparansi, sebagian besar media sosial tersedia untuk masukan dan kerjasama melalui

pemungutan suara, komentar, dan berbagi data. Jarang ada batasan dalam mengakses dan menggunakan konten pesan. 3. Diskusi, peluang terjadinya diskusi “dua arah” antar pengguna. 4. Komunitas, Media sosial memungkinkan komunitas terbentuk dengan cepat dan menyampaikan secara efektif tentang berbagai isu ataupun kepentingan. 5. Keterhubungan, sebagian besar platform media sosial berkembang karena kemampuannya untuk memberikan hubungan antar penggunanya, melalui situs, sumber-sumber informasi, dan pengguna lainnya. (Gustam, 2015, pp. 224–242)

Fungsi dan Tujuan Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa fungsi sebagai sarana interaksi sosial yaitu berbagai hubungan sosial yang terhubung dengan hubungan antar manusia dengan manusia lainnya, individu dengan kelompok serta kelompok dengan kelompok tanpa batas. Pengguna media sosial dapat berinteraksi dengan pengguna media sosial lainnya dengan mudah. Dan karenanya, media sosial juga dapat berfungsi sebagai sarana untuk membranding diri, yaitu suatu metode untuk menampilkan dan memasarkan diri secara individual. (Franzia, 2018, pp. 15–20) Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai sarana komunikasi dimana media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi atau wadah menjalin hubungan antar pengguna. Pengguna individu dapat berkomunikasi dalam jarak yang jauh karena media sosial berbasis online yang memiliki jangkauan di seluruh dunia. (Kadarudin, 2020, pp. 70–71)

Tujuan masyarakat menggunakan media sosial adalah sebagai berikut: a. Realisasi Diri. Banyak orang yang memanfaatkan media sosial sebagai ajang realisasi diri. Realisasi diri merupakan kerinduan individu untuk menunjukkan dan memanfaatkan setiap potensi yang dimilikinya. Jadi lewat media sosial mereka akan memamerkan bakat atau apapun yang dimilikinya agar banyak orang bisa melihatnya. Dan akhirnya, sampai saat ini banyak orang yang terkenal di internet karena kontennya yang beredar di internet viral. (Sabekti, 2019, p. 196) b. Komunitas. Melalui media sosial, pengguna sangat mudah membuat komunitas sehingga begitu mudah menjumpai komunitas-komunitas tertentu di platform media sosial. Orang-orang tertentu menggunakan platform media sosial sebagai tempat

berkumpul dan berbicara dengan orang-orang yang memiliki minat atau bakat yang serupa. (Dewantara & Widhyharto, 2015, pp. 40–52) c. Menjalin Hubungan. Membangun hubungan antar individu bisa dibayangkan. Saat ini ada beberapa pengguna media sosial yang telah menemukan belahan jiwa, sahabat, kolega, rekan bisnis dan sahabat di sana. (Asmarani & Kusuma, 2019, pp. 63–74) d. Media Pemasaran. Banyaknya pengguna media sosial membuat banyak orang juga menggunakannya untuk memamerkan sesuatu. Yang saat ini sedang terkenal adalah bisnis online. Banyak orang membuka toko berbasis media sosial dan banyak yang sukses dalam mengiklankan produk mereka. (Puspitarini & Nuraeni, 2019, pp. 71–80)

Teologi Kontekstual dan Kontekstualisasi Misi Gereja di Era Media Sosial

Kontekstualisasi merupakan salah satu keadaan yang terbentuk dari sebuah latar belakang peristiwa, pernyataan ataupun gagasan untuk memperjelas arti. Kontekstualisasi adalah upaya menempatkan sesuatu pada situasi spesifiknya, sehingga sudah tidak asing lagi, namun dijalin dan dikoordinasikan menjadi satu kesatuan yang utuh seperti benang dalam tekstil. Dalam situasi ini, praktik sosial kebudayaan sangatlah menentukan. (Rachman, 1999, p. 122) Secara teologis, Grenz mendefinisikan kontekstualisasi sebagai upaya pencarian dan mengomunikasikan ajaran kitab Suci melalui bahasa yang dapat dimengerti audiens saat ini. (Grenz et al., 1999, p. 99) Hart mengemukakan bahwa upaya kontekstualisasi terjadi pada era tahun 1970-an dimana pada saat itu para teolog Asia dipaksa menjawab pertanyaan-pertanyaan yang muncul dari industrialisasi dan urbanisasi yang terjadi secara cepat dan mengakibatkan terjadinya kesenjangan sosial ekonomi diberbagai macam negara Asia. (Hart, 2000, p. 38) Jadi, teologi kontekstual adalah sebuah teologi yang hadir untuk menjembatani dan mengomunikasikan Injil agar sesuai dengan konteks dimana Injil itu hendak diberitakan. Proses untuk mengomunikasikan Injil serta berteologi berkembang melalui proses kontekstualisasi. Proses kontekstualisasi terjadi karena melihat lingkup masyarakat secara total sehingga pada akhirnya akan menghasilkan suatu teologi yang mampu memenuhi kebutuhan dimana konteks itu berasal.

Terdapat beberapa macam teologi kontekstual. Binsar mengutip pandangan Singgih

yang memberikan penekanan teologia kontekstual kepada tiga hal yaitu: konteks Alkitab, konteks tradisi sistematis dan konteks yang terjadi di masa kini. Konteks masa kini terbagi ke beberapa subkonteks yaitu konteks budaya, ekonomi, sosial serta konteks politik. Setiap usaha berteologi harus menjadi teologi yang kontekstual. (Pakpahan et al., 2020, p. 9) Upaya mengkontekstualisasikan misi di masa yang serba digital ini merupakan upaya Gereja untuk mewartakan Injil dengan cara yang sesuai dengan kondisi masyarakat yang sudah maju. Dalam pelaksanaan misi gereja yang kontekstual di era digitalisasi, gereja perlu menggunakan metodologi yang efektif dan adaptif, khususnya dengan kemajuan yang terjadi di masyarakat maju. Rumah ibadah harus mampu memahami inovasi dari kemajuan teknologi dan menggunakannya untuk menjalin hubungan serta berinteraksi dengan masyarakat. (Pasasa & Hartaya, 2021, pp. 294–305) oleh karena itu, gereja harus membuka diri dan mulai mempertimbangkan penggunaan media sosial, website maupun mobile untuk memberikan pelayanan kepada jemaat dan juga untuk melaksanakan misi gereja.

Menurut Yosua Feliciano Camerling, dkk tujuan dari misi gereja dengan pemamfaatan media di era digital yaitu a) untuk memberikan kemudahan kepada setiap jemaat atau umat kristen dalam berbagi informasi mengenai firman Tuhan. Contohnya, penggunaan berbagai macam gadget yang memudahkan setiap orang membagikan pesan Injil ke media sosial. b) bertujuan untuk memberikan data dan informasi kepada pembaca dan audiens dengan cara yang kreatif dan inovatif. Ada begitu banyak cara kreatif yang bisa digunakan ketika meyampaikan berita Injil di era digital seperti dengan mengupload konten berupa gambar ataupun video-video yang menarik perhatian banyak orang untuk dilihat. c) bertujuan untuk menjangkau lapisan masyarakat yang sulit dijangkau karena keterbatasan wilayah dan waktu. Artinya melalui media, pesan Injil dapat dijangkau oleh siapa saja dan dimana saja selama mereka terhubung dengan internet tersebut. (Camerling et al., 2020, pp. 1–22)

Bentuk-bentuk Penggunaan dan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Ruang Berteologi

Pemanfaatan Fitur Berbagi Status

Fitur update status merupakan salah satu fitur yang tidak asing lagi bagi pengguna

platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Whatsapp serta Twitter. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk membagikan kata-kata, gambar ataupun video kepada siapapun yang ada di media sosial. Adanya fitur ini membuat orang-orang dapat membagikan dan mengungkapkan apa saja yang hendak ingin ia tunjukkan kepada banyak orang. Saat ini banyak orang-orang Kristen menggunakan fitur ini dengan membagikan ayat-ayat Alkitab, kata-kata rohani dan penyemangat yang membangun iman bahkan khotbah-khotbah singkat bagikan di sosial media melalui fitur ini. Menurut Adrianus Pasana, media sosial sangat menolong pelayanan pemberitaan Injil dan dapat dilakukan dalam tingkat lokal maupun global. Media sosial membuat seseorang dapat memberitakan Injil tanpa terbatas pada waktu dan tempat. (Pasana, 2015, pp. 71–98) Dengan mengupdate status di berbagai macam aplikasi media sosial dapat membawa dampak yang baik untuk memperluas misi kerajaan Allah Allah di konteks kehidupannya saat ini. Ini juga merupakan wujud nyata upaya kontekstualisasi misi gereja di era digital. Dengan menggunakan fitur update status orang-orang dapat mengkomunikasikan Injil kepada siapa saja.

Ibadah Online di Ruang Virtual

Salah satu sisi positif dari pandemi Covid-19 adalah munculnya berbagai macam aplikasi dan media sosial yang memfasilitasi terjadinya ibadah. (Pakpahan, 2022, pp. 42–57) Kemajuan teknologi yang menghasilkan fitur *live streaming*/siaran langsung pada beberapa aplikasi, membuat banyak gereja maupun komunitas Kristen menggunakannya sebagai media untuk melakukan kegiatan ibadah. (Simanjuntak et al., 2020, pp. 99–114) Fitur ini terdapat dalam Facebook, Instagram, Tiktok dan Youtube. Sejauh ini banyak gereja yang menggunakan fitur live streaming yang ada di Youtube untuk menayangkan siaran langsung ibadah-ibadah yang ada di gereja masing. Contohnya: GSJS (Gereja Satu Jam Saja), GBI (Gereja Bethel Indonesia), GMS (Gereja Mawar Sharon), Komunitas Muda.

Ibadah online yang dilakukan oleh gereja pada ruang virtual tentu membawa dampak yang positif maupun negatif. Positifnya orang-orang bisa beribadah kapan saja dan dimana saja. Misalnya ada orang yang tidak sempat beribadah langsung di gereja karena sakit atau halangan lainnya bisa mengakses siaran langsung ibadah dari gereja-gereja yang ada dan secara fleksibel mengikuti ibadah itu di rumah atau dimana saja ia berada. Selain itu juga dampak positif lainnya adalah ibadah yang didalamnya berisikan khotbah-khotbah

Injil kerajaan Allah dapat dengan mudah menjangkau banyak pendengar sehingga dapat pula membawa banyak orang untuk menjadi bagian dari orang-orang percaya. (Gunawan, 2022, pp. 214–238) Adapun dampak negatifnya adalah bisa saja karena nyaman mengikuti siaran langsung ibadah online di media sosial orang-orang akan malas hadir dan bersekutu secara komunal di gedung gereja dan jemaat masing-masing. Tentunya ini harus disikapi dengan bijaksana, jangan sampai kedepannya malah lebih banyak dampak negatif yang dihasilkan ketimbang dampak positifnya.

Membagikan Konten-konten Rohani

Di media sosial banyak sekali dapat ditemui konten-konten rohani yang dibagikan individu ataupun gereja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Radio Immanuel telah menghasilkan siaran yang terus berkembang dan kreatif, sehingga dapat menjangkau banyak orang secara keseluruhan dan juga mengalami pengembangan untuk menjangkau generasi muda kristen agar mereka tertarik dan terpuaskan kebutuhan spritualnya melalui stasiun siaran radio Immanuel misalnya renungan pagi, tifa on air, pemuridan, pemutaran lagu-lagu rohani, line doa serta ibadah di Gereja. Konten ini merupakan substansi inventif dan imajinatif yang dapat menjangkau dan mempengaruhi perkembangan dunia lain dari penonton radio Immanuel, dan radio Immanuel telah menyelesaikan amanat agung Kristus. Hal ini menjadi pemikiran dengan maraknya media-media stasiun radio baru seperti musik Spotify, musik Joox dan Webcast yang tentunya memiliki keuntungan tersendiri yang dapat dikonsolidasikan melalui stasiun-stasiun radio sederhana sehingga konten-konten yang berhubungan dengan amanat agung Kristus semakin meluas di kemajuan zaman masa kini. (Hermawan et al., 2022, pp. 68–78)

Adapun jenis konten rohani yang banyak digemari dan ditonton di media sosial saat ini adalah melalui gambar ataupun video. Banyak sekali gambar-gambar yang dibagikan di media sosial yang memuat kata-kata rohani ataupun ayat-ayat Alkitab yang bisa dibaca oleh siapapun. Selain itu juga banyak konten video yang berisi materi Khotbah, Saat Teduh, Pembelajaran Alkitab, konten musik rohani yang bisa di temukan di media sosial. Hal ini banyak dimanfaatkan oleh gereja ataupun individu untuk menjadi saluran berkat dalam melakukan pelayanan misi kepada pengguna media sosial. Ambil contoh dengan media sosial yang saat ini digemari oleh kebanyakan anak muda yaitu Tiktok. Hasil penelitian

menunjukkan bagaimana Theologiantok dapat memanfaatkan TikTok untuk menyebarkan substansi teologi progresif dan membangun komunitas pendukung yang antusias mengkaji berbagai isu rutin berdasarkan sudut pandang teologi. Kegiatan-kegiatan Theologiantok dipandang sesuai dengan misi relevan dan kontekstual yang dikemukakan oleh David Bosch dan kesulitan yang ditemukan dalam menjalankan misi melalui edia sosial yang dipahami oleh Calvin Sun. Konsekuensi dari hasil penelitian ini dapat dipergunakan oleh gereja maupun komunitas lainnya dengan memanfaatkan media sosial sebagai panduan untuk menjalankan misi dan menyebarkan substansi kontek teologi dengan memanfaatkan media virtual TikTok. (Sinaga, 2022) Awalnya media sosial ini adalah media yang digunakan untuk berjoget menggunakan musik akan tetapi saat ini banyakdigunakan oleh orang-orang untuk memposting beragam konten salah satunya konten rohani. Banyak orang Kristen dan juga anak-anak muda yang tertarik untuk melakukan pelayanan dengan membagikan konten rohani di aplikasi ini sehingga kembali lagi membawa dampak positif yaitu bisa dijangkau oleh siapa saja yang melihat konten tersebut. (Zalukhu, 2022, pp. 115–124)

Mengaktifkan Aktivitas Komunitas Kristen di Media Sosial

Media sosial tidak hanya media yang berisi tentang aktivitas pribadi dari pemiliknya. Ada juga aktivitas grup yang merupakan salah satu hal yang dapat ditemui dalam platform media sosial. Contohnya di Facebook banyak ditemukan grup yang beranggotakan orang-orang Kristen yang saling berbagi informasi dan konten-konten rohani. (Goha, 2022, pp. 12–20) Tak sampai disitu saja terkadang komunitas/grup yang ada di media sosial juga melakukan berbagai macam kegiatan positif seperti saling membagikan Firman Tuhan, membuat seminar online yang membahas tentang hal yang berkaitan dengan kekristenan dan bahkan sampai melakukan aktivitas-aktivitas sosial yang pada akhirnya mempertemukan mereka di dunia nyata. Disamping pemamfatan grup pada aplikasi Facebook, ada juga akrivitas komunitas kristen di media sosial melalui website. (Sahertian et al., 2017) Adanya komunitas/grup di media sosial bisa menjadi salah satu cikal bakal hadirnya gereja-gereja di media sosial. Jika komunitas yang terbentuk merupakan komunitas yang positif dalam membagikan serta mengomunikasikan Injil di media sosial tentunya komunitas tersebut nantinya bisa berdampak dan bukan tidak mungkin akan

menjadi sebuah gereja di dunia nyata yang lahir dari media sosial. Demikianlah beberapa bentuk penggunaan serta pemanfaatan media sosial yang merupakan wujud nyata usaha kontekstualisasi misi gereja di era digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian-uraian diatas, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa untuk berteologi saat ini tidak hanya terbatas di dalam gedung-gedung gereja. Di era digital saat ini cara untuk memberitakan dan mengomunikasikan Injil dapat dilakukan di berbagai macam tempat termasuk dalam media sosial. Menjadikan media sosial sebagai media untukewartakan Injil merupakan salah satu upaya menciptakan ruang baru untuk berteologi di era digital. Dalam media sosial ada begitu banyak hal yang bisa dilakukan untuk mengomunikasikan Injil seperti dengan menggunakan berbagai macam fitur yang ada untuk membagikan konten-konten rohani, menciptakan ruang- ruang peribadatan online dan menciptakan komunitas/persekutuan Kristen yang membawa dampak positif di media sosial. Ini tentunya bukanlah merupakan hal yang sulit karena sekarang semua orang menggunakan media sosial akan tetapi juga merupakan hal yang mudah karena tentunya memiliki kekurangan didalamnya. Dengan menggunakan media sosial siapa saja dapat menjadi misi gereja tidak hanya terbatas pada orang Kristen saja akan tetapi orang-orang yang belum percaya pun bisa menerima berita Injil kerajaan Allah. Segala lapisan masyarakat baik darianak kecil sampai orang tua, berbagai macam suku dan kebudayaan tanpa dibatasi oleh waktu bisa menerima berita Injil lewat sosial media. Harus diingat bahwa bukan berarti pemanfaatan media sosial hanyalah satu-satunya cara untuk bermisi di zaman sekarang ini tetapi inilah salah satu cara yang relevan digunakan di konteks kehidupan saat ini. Untuk itu sebagai orang Kristen penting untuk selalu bijak dan tak lupa juga selalu berlandaskan Alkitab dalam menggunakan berbagai macam teknologi terlebih lagi media sosial sebagai media untuk membawa misi gereja di tengah-tengah dunia.

REFERENSI

- Arifianto, Y. A., Saptorini, S., & Stevanus, K. (2020). Pentingnya Peran Media Sosial dalam Pelaksanaan Misi di Masa Pandemi Covid-19. *HARVESTER: Jurnal Teologi Dan Kepemimpinan Kristen*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.52104/harvester.v5i2.39>
- ASA, I. (2022). *Peran Media Sosial Bagi Karya Pewartaan Gereja di Masa Pandemi Covid-19* [Undergraduate, IFTK Ledalero]. <http://repository.iftkledalero.ac.id/1244/>
- Asmarani, Y. A., & Kusuma, R. S. (2019). Media Sosial Facebook sebagai Sarana Memelihara Pertemanan. *PETANDA: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*, 1(2), 63–74.
- Barus, U., & Suratno. (2016). *Pemanfaatan candi bahal sebagai media pembelajaran Alam terbuka dalam proses belajar mengajar*. Perdana Mitra Handalan.
https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=OSIDDQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=info:e0YscgCccToJ:scholar.google.com&ots=nMZhtLPd09&sig=Mti17SHq8MIHjn23TYY30_ES9SI
- Camerling, Y. F., Lauled, M. C., & Eunike, S. C. (2020). GEREJA BERMISI MELALUI MEDIA DIGITAL DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0. *VISIO DEI: JURNAL TEOLOGI KRISTEN*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.35909/visiodei.v2i1.68>
- Dessindi, K. (2020). MEDIA DIGITAL SEBAGAI AGORA BARU PEWARTAAN GEREJA DALAM SEMANGAT KNOW, SHARE, MEET, EXPRESS YOUCAT. *CREDENDUM: Jurnal Pendidikan Agama*, 2(2), 91–103. <https://doi.org/10.34150/credendum.v2i2.389>
- Dewantara, R. W., & Widhyharto, D. S. (2015). Aktivisme dan Kesukarelawanan dalam Media Sosial Komunitas Kaum Muda Yogyakarta | Dewantara | Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 19(1), 40–52.
- Digdoyo, E. (2018). KAJIAN ISU TOLERANSI BERAGAMA, BUDAYA, DAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL MEDIA. *JPK (Jurnal Pancasila Dan Kewarganegaraan)*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.24269/jpk.v3.n1.2018.pp42-59>
- Epan, Y. (2021). Adaptasi Pelayanan Gereja Masa Pandemi. *Teokristi: Jurnal Teologi Kontekstual dan Pelayanan Kristiani*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.38189/jtk.v1i2.214>
- Faiza, A., Firda, S. J., & dkk. (n.d.). *ARUS METAMORFOSA MILENIAL*. Penerbit Ernest.

- Firmanto, A. D. (2021). WhatsApp Group Sebagai Ruang Percakapan Pastoral di Masa Pandemi Covid-19. *DUNAMIS: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.30648/dun.v6i2.552>
- Franzia, E. (2018). Personal Branding melalui media sosial. *Prosiding Seminar Nasional Pakar*, 15–20. <https://trijurnal.trisakti.ac.id/index.php/pakar/article/view/2690>
- Goha, F. M. (2022). PENGINJILAN BERBASIS MEDIA SOSIAL: SUATU STRATEGI MISI DI ERA DIGITAL SERTA RELEVANSINYA DALAM KEHIDUPAN UMAT KRISTEN. *Mello : Jurnal Mahasiswa Kristen*, 3(1), Article 1.
- Grenz, S. J., Guretzki, D., & Nordling, C. F. (1999). *Pocket Dictionary of Theological Terms*. IVP Academic.
- Gunawan, D. K. (2022). God's Presence in Digital Space: Theological Studies of Online Worship in the midst of the COVID-19 Pandemic. *Theologia in Loco*, 4(2), 214–238.
- Gustam, R. R. (2015). KARAKTERISTIK MEDIA SOSIAL DALAM MEMBENTUK BUDAYA POPULER KOREAN POP DI KALANGAN KOMUNITAS SAMARINDA DAN BALIKPAPAN. *ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id*, 3(2), 224–242.
- Hart, T. A. (Ed.). (2000). *The Dictionary of Historical Theology* (First Edition edition). Eerdmans Pub Co.
- Hermawan, W., Tamtomo, S. B., & Purwoto, P. (2022). Eksistensi Siaran Radio Immanuel Surakarta Dalam Mengemban Amanat Agung Kristus. *Teokristi: Jurnal Teologi Kontekstual dan Pelayanan Kristiani*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.38189/jtk.v2i1.295>
- Hidayat, Z. (2016). DAMPAK TEKNOLOGI DIGITAL TERHADAP PERUBAHAN KONSUMSI MEDIA MASYARAKAT. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 13(2), 59–77. <https://doi.org/10.47007/jkomu.v13i2.164>
- Kadarudin. (2020). *Cerdas Bermedia Sosial Dari Kacamata Hukum* (1st ed.). Pilar Nusantara. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1315486>
- Kosasih, E. (2019). Literasi Media Sosial dalam Pemasarakatan Sikap Moderasi Beragama. *Jurnal Bimas Islam*, 12(2), Article 2. <https://doi.org/10.37302/jbi.v12i2.118>
- Lilo, D. D. (2020). MISI GEREJA: MENJANGKAU YANG TIDAK TERJANGKAU DI ERA DAN PASCA PANDEMI COVID-19. *Phronesis: Jurnal Teologi dan Misi*, 3(2), Article 2.

<https://doi.org/10.47457/phr.v3i2.118>

Maria, N. S. B., & Widayati, T. (2020). Dampak Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial dalam Melakukan Transaksi Ekonomi. *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 6(2), Article 2.

<https://doi.org/10.31289/jkbn.v6i2.3801>

Mulawarman, & Nurfitri, A. D. (2014). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*, V(1), 37.

Pakpahan, B. J. (2022). Partisipasi aktif dalam ibadah online sebagai tanda persekutuan. *KURIOS (Jurnal Teologi dan Pendidikan Agama Kristen)*, 8(1), Article 1.

<https://doi.org/10.30995/kur.v8i1.467>

Pakpahan, B. J., Darius, Panuntun, D. F., Rumbi, F. P., Buntu, I. S., Sampe, N., Sumiaty, Paembonan, Y., Timbang, Y. F. T., & Susanta, Y. K. (2020). *Teologi Kontekstual dan Kearifan Lokal Toraja*. BPK Gunung Mulia.

Pasasa, A. (2015). PEMANFAATAN MEDIA INTERNET SEBAGAI MEDIA PEMBERITAAN INJIL. *Jurnal Simpson*, 2(1), 71–98.

Pasasa, A., & Hartaya, Y. (2021). Perubahan-Perubahan Paradigma Dan Praksis Misi Gereja Di Era Society 5.0. *CARAKA: Jurnal Teologi Biblika Dan Praktika*, 2(2), 294–305.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Jurnal Common*, 3(1), Article 1.

<https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>

Rachman, R. (1999). *Pengantar Sejarah Liturgi*. Bintang Fajar.

<https://onsearch.id/Author/Home?author=Rasid+Rachman>

Sabekti, R. (2019). *HUBUNGAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL (JEJARING SOSIAL) DENGAN KECENDERUNGAN NARSISME DAN AKTUALISASI DIRI REMAJA AKHIR* [Skripsi, Universitas Airlangga]. <http://lib.unair.ac.id>

Sahertian, K. A., Setiabudi, D. H., & Santoso, L. W. (2017). Pembuatan Website untuk Komunitas PPKM. *Jurnal Infra*, 5(1), Article 1.

Satrianawati. (2018). *Media dan Sumber Belajar*. Deepublish.

Selatang, F., Derung, T. N., Seso, M. M., & Risti, M. A. E. (2022). Teologi Pastoral Digital. *Prosiding Seminar Nasional Rohani Katolik*, 26–33.

DAAT: Jurnal Teologi Kristen

Vol. 5, No. 1, Januari 2024

Https: <https://ejournal-iakn-manado.ac.id/index.php/daat/index>

<http://conference.um.ac.id/index.php/SNRK/article/view/3631>

Setiawan, J., & Anggito, A. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).

Simanjuntak, F., Sidabutar, D. L., & Sanjaya, Y. (2020). Amanat Pengembalaan dalam Ruang Virtual. *THRONOS: Jurnal Teologi Kristen*, 1(2), Article 2.

<https://doi.org/10.55884/thron.v1i2.6>

Sinaga, A. C. (2022). *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Upaya Publikasi Teologi oleh Komunitas Theologiantok dalam Perspektif Kontekstualisasi Misi* [Thesis].

<https://repository.uksw.edu//handle/123456789/28109>

Smith, P. (2016). *Meaningful communities: The growth of virtual churches*.

Sopacoly, M. M., & Lattu, I. Y. M. (2020). Kekristenan dan Spiritualitas Online:

Cybertheology sebagai Sumbangsih Berteologi di Indonesia. *GEMA TEOLOGIKA: Jurnal Teologi Kontekstual Dan Filsafat Keilahian*, 5(2), Article 2.

<https://doi.org/10.21460/gema.2020.52.604>

Winman, D. F., & Lahamendu, N. O. K. D. (2021). CYBERSPACE DAN UNGGAHAN STATUS RELIGIUS DI MEDIA SOSIAL. *Pute Waya : Sociology of Religion Journal*, 2(1), Article 1.

<https://doi.org/10.51667/pwjasa.v2i1.617>

Zalukhu, P. G. (2022). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PENGINJILAN DI ERA 4.0.

Jurnal Matetes STT Ebenhaezer, 3(1), Article 1.

Zandro, A. (2023). Peran Gereja Partikular Dalam Konteks Misi Evangelisasi Di Era Digital.

SAPA - Jurnal Kateketik Dan Pastoral, 8(1), Article 1.

<https://doi.org/10.53544/sapa.v8i1.363>