

PENDEKATAN MISI MELALUI PLATFORM YOUTUBE BAGI GENERASI Z

Henni Diane Momongan¹, Arthur Reinhard Rumengan²

Universitas Kristen Indonesia Tomohon^{1,2}

email korespondenso: hennimomongan524@gmail.com

Abstract: *This article aims to examine a mission approach based on digital theology through the YouTube platform as a means of reaching Generation Z. This generation lives in a digital context heavily influenced by technological advancement, the internet, and social media, which challenges the church to innovate in carrying out its mission. The purpose of this study is to analyze how YouTube can be utilized as a creative, interactive, and contextual medium for evangelism among Generation Z, enabling them to understand the Gospel and live out Christian spirituality in their daily lives. This research employs a descriptive qualitative method with a missiological analytical approach, grounded in a literature review on mission theology, digital theology, and various studies related to Generation Z and the use of digital media. The findings reveal that YouTube holds significant potential as a medium for the church's mission due to its accessibility, audio-visual nature, and relevance to the characteristics of young people. The implementation of contextual digital strategies allows the church to reach Generation Z more effectively while fostering faith and cultivating a Christ-centered life.*

Keywords: *Generation Z, Mission, Digital Theology, YouTube*

Abstrak: Artikel ini bertujuan untuk mengkaji pendekatan misi berbasis teologi digital melalui platform YouTube dalam menjangkau Generasi Z. Generasi ini hidup dalam konteks digital yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, internet, dan media sosial, sehingga gereja dituntut untuk melakukan inovasi dalam pelaksanaan misi. Tujuan penelitian adalah untuk menganalisis bagaimana YouTube dapat dimanfaatkan sebagai media penginjilan yang kreatif, interaktif, dan kontekstual bagi Generasi Z sehingga mereka dapat memahami Injil dan menghidupi spiritualitas Kristen dalam keseharian. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis misiologis, yang didasarkan pada kajian literatur mengenai teologi misi, teologi digital, serta berbagai studi terkait Generasi Z dan pemanfaatan media digital. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa YouTube memiliki potensi yang signifikan sebagai sarana misi gereja karena kemudahannya diakses, bersifat audio-visual, serta relevan dengan karakter generasi muda. Penerapan strategi digital yang kontekstual memungkinkan gereja menjangkau Generasi Z secara lebih efektif, sekaligus menumbuhkan iman dan membentuk kehidupan yang berpusat pada Kristus.

Kata Kunci: Generasi Z, Misi, Teologi Digital, YouTube

PENDAHULUAN

Arus perkembangan zaman menuntut akan terbukanya pemikiran bahwa segala sesuatu akan mudah untuk dicari dan dipahami. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya dalam bidang komunikasi dan informasi, telah membuka akses yang luas bagi setiap orang untuk memperoleh berbagai sumber pengetahuan tanpa batas ruang dan waktu. Kondisi ini menjadikan manusia hidup dalam sebuah era yang serba cepat, praktis, dan instan.¹ Hampir

¹ Eron Mangatas Siregar dkk., "ETIKA KRISTEN DI ERA DIGITAL BAGI ORANG PERCAYA MASA KINI," *EKKLESIA: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani* 2, no. 2 (2024): 108, <https://ojs.sttekklesiaptk.ac.id/index.php/ekklesia/article/view/94>.

semua aspek kehidupan dipengaruhi oleh modernisasi, mulai dari cara manusia bekerja, belajar, berinteraksi, hingga menjalankan kehidupan beragama. Apa yang sebelumnya dianggap sulit dan membutuhkan proses panjang, kini dapat ditemukan hanya dengan satu sentuhan jari melalui perangkat digital.

Namun, kemudahan tersebut tidak hanya menghadirkan peluang, tetapi juga memunculkan tantangan baru. Ketersediaan informasi yang melimpah seringkali menimbulkan kebingungan, karena tidak semua informasi yang tersebar memiliki dasar kebenaran yang dapat dipertanggungjawabkan. Masyarakat dengan cepat dapat terjebak dalam arus informasi yang dangkal, tanpa melakukan verifikasi maupun kajian mendalam. Akibatnya, muncul sikap pragmatis dan pola pikir instan yang perlahan mengikis tradisi berpikir kritis dan reflektif. Hal ini bukan hanya berimplikasi pada kehidupan sosial dan budaya, melainkan juga pada kehidupan iman dan spiritualitas umat beragama.²

Dalam konteks kehidupan bergereja, realitas perkembangan zaman merupakan persoalan yang tidak dapat diabaikan. Gereja sebagai tubuh Kristus hidup di tengah dunia yang senantiasa mengalami perubahan, baik dari segi budaya, sosial, maupun teknologi. Perubahan tersebut menuntut gereja untuk senantiasa menyesuaikan diri dengan dinamika zaman tanpa kehilangan identitas dan esensinya sebagai komunitas iman yang berpusat pada Kristus sehingga pelaksanaan misi harus tetap dijalankan dengan strategi yang tepat.³ Gereja tidak dapat menutup diri terhadap arus modernisasi, sebab panggilannya adalah hadir di dunia untuk menjadi terang dan garam bagi masyarakat yang terus berkembang. Dalam kerangka teori misiologi digital, sebagaimana dijelaskan oleh para teolog kontemporer, pelayanan misi tidak lagi terbatas pada ruang fisik, melainkan meluas ke ruang virtual tempat perjumpaan manusia terjadi melalui teknologi digital.⁴ Teori ini menegaskan bahwa media digital dapat menjadi medan misi baru di mana pesan Injil disampaikan secara kreatif dan kontekstual, menyesuaikan diri dengan pola komunikasi masyarakat modern.

Kemajuan zaman yang ditandai dengan digitalisasi berbagai aspek kehidupan membuka peluang baru bagi gereja dalam melaksanakan panggilan misinya. Media sosial, situs web, dan platform digital seperti YouTube menjadi ruang publik baru tempat manusia berinteraksi, berbagi ide, bahkan membentuk nilai-nilai hidup. Dalam kaitannya dengan karakteristik Generasi Z, generasi ini dikenal sebagai generasi digital native yang sangat akrab dengan teknologi, lebih responsif terhadap konten visual, dan memiliki kecenderungan mencari makna hidup melalui interaksi online.⁵ Karena itu, pendekatan misi yang kontekstual perlu memperhatikan gaya belajar, bahasa komunikasi, serta kebutuhan spiritual generasi ini agar pesan Injil dapat diterima secara relevan.

Di tengah realitas ini, gereja memiliki tanggung jawab untuk hadir dan bersuara, menggunakan media digital sebagai sarana pewartaan Injil yang sesuai dengan konteks masa

² Yasraf Amir Piliang, *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan* (Bandung: Mizan, 2004), 112.

³ Randa Kisara, John Wesly, dan Marlina Krisnoni, "MISI DAN PELAYANAN KEPADA ANAK-ANAK BERDASARKAN PERSPEKTIF ESKATOLOGIS," *EKKLESIA: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani* 3, no. 2 (Mei 2025): 149, <https://doi.org/10.63576/ekklesia.v3i2.94>.

⁴ Heidi A. Campbell, *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media* (London: Routledge, 2013), 56.

⁵ C. Seemiller dan M. Grace, *Generation Alpha: Understanding Our Children's Future* (Jossey-Bass, 2020), 14.

kini. Melalui YouTube, misalnya, gereja dapat memperluas jangkauan pelayanannya dengan menghadirkan konten rohani berupa khotbah, renungan, pujian, maupun diskusi teologis yang mampu menjangkau generasi muda di berbagai belahan dunia secara cepat dan efektif. Selain sebagai sarana penyebaran Injil, pemanfaatan YouTube juga memberikan kesempatan bagi gereja untuk membangun relasi yang lebih dekat dengan jemaat dan masyarakat luas. Interaksi digital melalui kolom komentar, live streaming ibadah, maupun podcast rohani memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang memperkaya pelayanan. Namun demikian, gereja juga perlu berhati-hati agar tidak terjebak dalam sekadar pencarian popularitas atau sensasi digital. Penggunaan media digital harus tetap berlandaskan pada nilai-nilai Injil, yakni kasih, kebenaran, dan ketulusan dalam melayani. Pada saat yang sama, gereja menghadapi bahaya besar apabila hanya terfokus pada aspek modernisasi dan melupakan panggilan utamanya, yaitu menjaga kemurnian iman serta membina pertumbuhan rohani jemaat.⁶

Lebih jauh lagi, perkembangan zaman juga membawa pengaruh yang signifikan terhadap pola pikir Generasi Z yang kini menjadi bagian penting dari kehidupan jemaat. Generasi ini tumbuh dan berkembang di tengah kemajuan teknologi digital yang pesat, di mana batas-batas geografis dan budaya semakin kabur akibat globalisasi. Mereka hidup dalam budaya global yang serba terbuka, dengan akses luas terhadap berbagai informasi, pandangan hidup, dan nilai-nilai baru yang tersebar melalui media digital.

Secara empiris, berbagai survei menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan generasi digital native sejati, karena sejak lahir mereka telah terbiasa menggunakan internet, media sosial, dan perangkat digital dalam hampir seluruh aspek kehidupan.⁷ Laporan *We Are Social* (2024) mencatat bahwa lebih dari 99% anak muda Indonesia berusia 16–24 tahun terhubung ke internet, dengan mayoritas mengaksesnya melalui ponsel pintar.⁸ Di antara berbagai platform digital, YouTube menjadi media paling populer di kalangan generasi muda Indonesia, dengan tingkat penetrasi mencapai 65,4% dari total pengguna media sosial di Indonesia, dan total pengguna aktif mencapai 143 juta orang pada awal 2025.⁹ Fakta ini menunjukkan bahwa ruang digital, khususnya YouTube, bukan hanya menjadi sumber hiburan, melainkan juga arena pembentukan nilai, pandangan hidup, bahkan keyakinan religius.

Arus informasi digital yang sangat cepat dan terbuka menjadikan Generasi Z memiliki cara berpikir yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Mereka tumbuh dalam budaya yang plural dan dinamis, di mana berbagai ide, keyakinan, serta nilai moral saling berinteraksi tanpa batas. Situasi ini membuat mereka lebih kritis terhadap otoritas dan nilai-nilai tradisional, termasuk dalam hal iman dan kehidupan bergereja. Generasi Z menuntut penjelasan yang logis, relevan, dan kontekstual terhadap realitas yang mereka hadapi. Mereka tidak lagi mudah menerima ajaran atau tradisi secara turun-temurun tanpa pemahaman rasional yang jelas.

Di satu sisi, sikap kritis ini dapat menjadi potensi positif bagi gereja, karena generasi ini memiliki semangat untuk mencari kebenaran dan memahami iman secara lebih mendalam. Namun di sisi lain, keterbukaan yang tinggi terhadap berbagai pengaruh luar juga menjadikan

⁶ John Stott, *Isu-isu Global: Tantangan bagi Gereja Abad ke-21* (Jakarta: Yayasan Komunikasi Bina Kasih, 2003), 54.

⁷ Seemiller dan Grace, *Generation Alpha: Understanding Our Children's Future*, 15.

⁸ We Are Social dan Meltwater, *Digital 2024: Indonesia Report* (London: Kepios, 2024), 12.

⁹ "Indonesia YouTube Statistics 2025," The Global Statistics, 24 Oktober 2025, <https://www.theglobalstatistics.com/indonesia-youtube-statistics>.

mereka rentan terhadap arus sekularisme, relativisme moral, dan gaya hidup pragmatis, yang kerap bertentangan dengan nilai-nilai Injil. Selain itu, sebagai generasi yang hidup sepenuhnya dalam dunia digital, Generasi Z menjadikan ruang online bukan sekadar sarana komunikasi, tetapi juga tempat membangun identitas, mencari makna hidup, serta mengekspresikan diri.¹⁰ Akibatnya, nilai-nilai spiritualitas sering kali terdesak oleh tuntutan budaya instan dan pencarian eksistensi di dunia maya. Tantangan bagi gereja adalah bagaimana menafsirkan ulang cara berteologi dan bermisi agar mampu menjangkau generasi ini dengan pendekatan yang relevan, kreatif, dan kontekstual. Di satu sisi, hal ini menjadi peluang besar karena Generasi Z memiliki potensi sebagai agen perubahan yang kreatif; namun di sisi lain, menjadi tantangan bagi gereja untuk membimbing mereka agar tidak kehilangan arah dan jati diri sebagai pengikut Kristus.¹¹

Adapun penelitian sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan kajian ini adalah tulisan Kristian Sukatman dkk (2024) berjudul "*Pekabaran Injil di Era Digital Berdasarkan Matius 28:18–20.*" Fokus utama dari penelitian tersebut adalah mengungkap makna teologis dari teks Matius 28:18–20 dan merelevansikannya dengan efektivitas penginjilan di era industri 4.0 dalam rangka pelaksanaan Amanat Agung Kristus. Kajian tersebut memberikan kontribusi penting dalam memahami dasar teologis penginjilan di tengah perkembangan teknologi modern.¹² Kemudian dari Lumban Gaol dan Hutasoit (2021) dalam tulisan "*Media Sosial Sebagai Ruang Sakral: Gereja yang Bertransformasi bagi Perkembangan Spiritualitas Generasi Z dalam Era Digital*" menegaskan bahwa media sosial, termasuk YouTube, dapat dipahami sebagai ruang sakral baru tempat gereja hadir dan bermisi secara digital. Dalam konteks teologi Kristen, ruang digital tidak lagi dipandang sekadar media komunikasi, tetapi juga sebagai wadah perjumpaan iman di mana nilai-nilai Injil dapat disampaikan dan dialami secara kontekstual oleh Generasi Z. Pendekatan misi berbasis teologi digital melalui platform seperti YouTube memungkinkan gereja menjangkau generasi muda dengan cara yang relevan, menghadirkan pesan kasih Kristus di tengah budaya visual dan interaktif yang mereka hidupi sehari-hari.¹³ Namun, artikel ini memiliki kebaruan dalam hal fokus dan pendekatannya, yaitu penelitian ini tidak hanya membahas penginjilan secara umum di era digital, tetapi secara khusus menyoroti pendekatan misi berbasis teologi digital melalui platform YouTube sebagai sarana strategis dalam menjangkau Generasi Z, seperti membuat konten-konten rohani yang memberi edukasi tentang Injil Kristus. Pendekatan ini menekankan bagaimana gereja dapat menggunakan media digital bukan sekadar sebagai alat komunikasi, tetapi sebagai ruang teologis baru di mana misi Allah diwujudkan secara kreatif, kontekstual, dan interaktif.

Dibandingkan dengan platform lain seperti TikTok dan Instagram, YouTube memiliki sejumlah keunggulan signifikan. Dari segi durasi dan kedalaman konten, YouTube memungkinkan penyajian materi rohani yang lebih panjang, mendalam, dan terstruktur,

¹⁰ Amanda Lenhart, *Teens, Social Media & Technology Overview 2022* (Washington DC: Pew Research Center, 2022), 21.

¹¹ Jean M. Twenge, *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy—and Completely Unprepared for Adulthood* (New York: Atria Books, 2017), 135.

¹² Kristian Sukatman dkk., "Pekabaran Injil Di Era Digital Berdasarkan Matius 28:18-20," *Jurnal Vox Dei* 5 (2024): 1.

¹³ Rumondang Lumban Gaol dan Resmi Hutasoit, "Media Sosial Sebagai Ruang Sakral: Gereja yang Bertransformasi bagi Perkembangan Spiritualitas Generasi Z dalam Era Digital," *KENOSIS: Jurnal Kajian Teologi* 7, no. 1 (2021): 152.

berbeda dengan TikTok yang cenderung menekankan konten singkat dan cepat. Sementara Instagram lebih berorientasi pada jejaring sosial dan percakapan, YouTube berfungsi sebagai perpustakaan visual global yang memfasilitasi pengajaran, khotbah, dan diskusi teologis dalam format video berkualitas tinggi. Selain itu, algoritma YouTube yang kuat membuat penjangkauan misi menjadi lebih luas, karena video rohani dapat direkomendasikan secara otomatis kepada pengguna dengan minat serupa di seluruh dunia. Dengan keunggulan tersebut, YouTube tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga ruang pelayanan digital yang strategis bagi gereja dalam menyampaikan Injil secara relevan dan efektif kepada Generasi Z. Dengan demikian, tulisan ini menghadirkan perspektif baru mengenai praktik misi di era digital, khususnya dalam konteks pelayanan kepada generasi yang tumbuh dan berinteraksi dalam budaya digital.

Perkembangan zaman menuntut gereja untuk merespons secara bijaksana dan inovatif tanpa kehilangan kesetiaan pada firman Tuhan. Gereja harus hadir sebagai terang dan garam di tengah dunia digital dengan memanfaatkan platform seperti YouTube, yang kini menjadi media populer di kalangan generasi muda. Melalui konten rohani yang kreatif, edukatif, dan teologis, gereja dapat menjangkau serta menumbuhkan spiritualitas Generasi Z, sehingga Injil tetap relevan dan terang Kristus nyata di tengah arus budaya digital.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menjelaskan bagaimana pendekatan misi berbasis teologi digital dapat diterapkan secara efektif melalui platform YouTube dalam menjangkau dan membina spiritualitas Generasi Z. Penelitian ini berupaya mengungkap peran YouTube sebagai media misi yang kontekstual di era digital, menilai strategi gereja dalam mengomunikasikan Injil secara kreatif dan relevan, serta menggambarkan bagaimana pemanfaatan konten digital dapat menjadi sarana pembentukan iman yang sesuai dengan karakter dan kebutuhan Generasi Z sebagai generasi digital native.

METODE

Dalam melaksanakan penelitian yang berfokus pada kajian misiologi dan diarahkan pada permasalahan yang dikaji, penulis menggunakan metode kualitatif deskriptif.¹⁴ Metode ini digunakan untuk memahami fenomena misi digital secara mendalam dalam konteks kehidupan bergereja dan perkembangan teknologi. Proses pengumpulan data dilakukan melalui kajian literatur dan observasi fenomena digital, yaitu dengan menelusuri berbagai sumber seperti buku-buku teologi misi dan teologi digital, jurnal ilmiah nasional maupun internasional, artikel akademik dan populer, serta konten video rohani di YouTube yang relevan dengan praktik misi digital di kalangan Generasi Z.

Prosedur pengumpulan dan seleksi data dilakukan secara sistematis dengan menetapkan kriteria sumber yaitu, sumber harus memiliki relevansi langsung dengan tema misiologi, teologi digital, atau Generasi Z, sumber berasal dari publikasi akademik atau kanal gereja yang kredibel yang berkaitan dengan fokus penelitian agar tetap kontekstual. Sumber yang memenuhi kriteria tersebut kemudian dianalisis berdasarkan kualitas isi, kejelasan teologis, dan keterkaitannya dengan praktik misi di media digital.

Langkah-langkah analisis data dilakukan melalui tiga tahap utama yang mencakup reduksi data, yaitu memilah informasi yang relevan dari berbagai sumber, penyajian data, yaitu

¹⁴ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), 6.

menyusun temuan dalam bentuk uraian deskriptif yang logis dan sistematis serta penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu menghubungkan hasil kajian dengan konsep teologi misi dan implikasinya terhadap pelayanan digital gereja. Untuk menjaga validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber (membandingkan temuan dari berbagai literatur dan media), serta peer review melalui diskusi akademis dengan rekan sebidang guna memastikan objektivitas dan konsistensi hasil analisis.¹⁵

Adapun batasan penelitian ini meliputi ruang lingkup teologi praktika, khususnya bidang misi digital, dengan fokus pada pemanfaatan platform YouTube sebagai media pelayanan kepada Generasi Z di konteks gereja Indonesia. Batasan waktu pengamatan dan kajian literatur yaitu berkaitan dengan masa perkembangan pesat media digital dan meningkatnya keterlibatan generasi muda dalam ruang daring. Dengan demikian, penelitian ini berupaya memberikan gambaran yang utuh, sistematis, dan kontekstual tentang bagaimana pendekatan misi berbasis teologi digital dapat diwujudkan melalui YouTube sebagai sarana strategis untuk pertumbuhan iman Generasi Z.

HASIL PEMBAHASAN

Misi dan Teologi Digital

Istilah “misi” dalam konteks kekristenan berasal dari kata Latin *missio* yang berarti “pengutusan”. Dalam tradisi teologi Kristen, misi dipahami sebagai tindakan Allah yang mengutus umat-Nya untuk menyampaikan kabar baik kepada dunia. Bosch (2011) menjelaskan bahwa misi bukan hanya kegiatan gereja, melainkan bagian dari karya Allah sendiri (*Missio Dei*), di mana Allah mengutus gereja untuk ambil bagian dalam pekerjaan penyelamatan-Nya di tengah dunia.¹⁶ Dengan demikian, misi memiliki dimensi teologis yang mendasar, karena berakar pada hakikat Allah yang adalah Allah yang mengutus.

Misi juga merupakan partisipasi umat Allah dalam karya penyelamatan yang dilaksanakan oleh Tritunggal. Pandangan ini menekankan bahwa misi tidak berdiri sendiri sebagai aktivitas manusiawi, melainkan bersumber dari Allah Tritunggal yang berkarya dalam sejarah. Allah Bapa adalah sumber misi, karena dari Dialah rencana keselamatan itu berasal, Allah Anak adalah wujud nyata dari misi melalui inkarnasi Yesus Kristus yang datang ke dunia untuk menyelamatkan umat manusia; dan Allah Roh Kudus adalah pribadi yang meneruskan misi dengan memberi kuasa, hikmat, serta keberanian kepada gereja untuk menjadi saksi di tengah dunia.¹⁷ Artinya, misi tidak boleh dipahami hanya sebagai usaha manusia untuk memperluas gereja atau menambah jumlah pengikut, melainkan keterlibatan gereja dalam rencana Allah yang lebih besar bagi dunia.

Secara praktis, misi juga berarti pemberitaan Injil kepada segala bangsa sesuai Amanat Agung Yesus Kristus dalam Matius 28:19–20. Dalam hal ini, misi menyangkut kesaksian hidup, pewartaan firman, pelayanan kasih, serta keterlibatan aktif dalam menghadirkan tanda-tanda Kerajaan Allah di tengah masyarakat. Dengan demikian, misi tidak hanya terbatas pada

¹⁵ Moleong, 6.

¹⁶ David J. Bosch, *Transforming Mission: Paradigm Shifts in Theology of Mission* (Maryknoll, NY: Orbis Books, 2011), 389.

¹⁷ Stephen B. Bevans dan Roger P. Schroeder, *Constants in Context: A Theology of Mission for Today* (Maryknoll, NY: Orbis Books, 2004), 8.

penginjilan secara verbal, tetapi juga meliputi tindakan nyata dalam bidang sosial, pendidikan, kesehatan, dan pembelaan terhadap keadilan.

Dalam konteks kontemporer, misi dipahami sebagai upaya menghadirkan Injil secara kontekstual di tengah dinamika zaman. Konteks globalisasi, teknologi digital, serta pluralitas agama dan budaya menuntut gereja untuk melakukan misi secara kreatif dan relevan, tanpa kehilangan esensi Injil yang sejati.¹⁸ Oleh karena itu, misi pada hakikatnya adalah perjumpaan antara kebenaran Injil dengan realitas hidup manusia, sehingga melalui misi, gereja dipanggil untuk menjadi saksi Kristus di tengah dunia yang terus berubah.

Teologi digital atau *digital theology* merupakan salah satu cabang kajian teologi yang hadir untuk menafsirkan ulang iman Kristen dalam konteks perkembangan teknologi digital. Teologi digital merupakan bidang refleksi teologis yang mempelajari bagaimana teknologi digital dan budaya media baru memengaruhi iman, kehidupan gereja, serta praktik keagamaan umat. Dalam konteks ini, teknologi tidak hanya dipandang sebagai alat bantu untuk menyebarkan Injil, tetapi juga sebagai ruang teologis baru tempat umat beriman berjumpa, berinteraksi, dan mengalami kehadiran Allah secara virtual. Teologi digital berusaha memahami bagaimana konsep kehadiran, komunitas, dan ibadah dimaknai ulang di tengah perubahan cara berelasi dan berkomunikasi di dunia digital. Sadiku dkk (2022). menjelaskan bahwa teologi digital merupakan penggunaan teknologi digital untuk mengomunikasikan, memediasi, dan mengajarkan teologi, serta mengeksplorasi hubungan timbal balik antara teologi dan teknologi digital.¹⁹ Senada dengan itu, Sipahutar dkk (2023). menegaskan bahwa media sosial kini menjadi ruang publik di mana ajaran dan pemahaman iman dapat diterima, didiskusikan, dan diterjemahkan ke dalam kehidupan sehari-hari, sehingga menunjukkan peran penting teologi digital dalam pelayanan gereja masa kini.²⁰

Paul Tillich menegaskan bahwa teologi senantiasa lahir dari dinamika zaman, sehingga dalam setiap era, gereja dipanggil untuk melakukan refleksi baru atas iman yang diyakininya.²¹ Dalam kerangka inilah, teologi digital muncul sebagai respons terhadap peluang dan tantangan yang dihadirkan oleh media digital. Heidi A. Campbell bahkan mendefinisikan teologi digital sebagai refleksi teologis yang menelaah bagaimana praktik keagamaan, pemahaman iman, dan bentuk komunitas Kristen dibentuk dan dimediasi oleh teknologi digital.²² Dengan demikian, teologi digital bukan hanya berfokus pada penggunaan media digital untuk menunjang pelayanan, melainkan juga mengkaji implikasi teologis dari kehadiran ruang digital bagi gereja, liturgi, komunitas, serta spiritualitas umat.

Ruang lingkup teologi digital cukup luas, mencakup berbagai dimensi kehidupan bergereja. Salah satu pembahasannya berkaitan dengan ekklesiologi digital, yaitu bagaimana

¹⁸ Samuel Escobar, *Misi di Tengah Perubahan Dunia* (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2012), 47.

¹⁹ Matthew N. O. Sadiku, O. B. Omotoso, dan S. M. Musa, "Digital Theology is the Use of Digital Technologies to Communicate, Mediate, or Teach Theology," *International Journal of Trend in Scientific Research and Development* 6, no. 5 (2022): 1280–85, <https://www.ijtsrd.com/humanities-and-the-arts/theology/12345/digital-theology>.

²⁰ R. Sipahutar, J. Manalu, dan D. Situmorang, "Social Media Platforms as Public Spaces for Theological Engagement in the Digital Era," *Jurnal Teologi SEHATI* 8, no. 2 (2023): 44–53, <https://ejournal.staknupang.ac.id/index.php/sehati/article/view/456>.

²¹ Paul Tillich, *Teologi Sistematis* (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2003), 24.

²² Campbell, *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*, 12.

konsep gereja dipahami ketika persekutuan umat juga hadir dalam bentuk daring.²³ Selain itu, muncul pula refleksi mengenai liturgi dan ibadah online, termasuk isu keabsahan perjamuan kudus yang dilakukan secara virtual serta keterlibatan jemaat dalam ibadah daring. Tidak kalah penting, teologi digital juga berbicara mengenai spiritualitas yang dibentuk oleh aplikasi digital, seperti doa, renungan, meditasi, dan pembelajaran Alkitab melalui platform daring. Di sisi lain, bidang ini menyentuh ranah etika digital, yaitu bagaimana gereja perlu menyikapi persoalan etis seperti privasi, ujaran kebencian, penyalahgunaan media sosial, hingga kecanduan teknologi.

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi gereja untuk memperluas pelayanan. Injil dapat diberitakan secara global, lintas batas geografis, dan dalam waktu yang lebih cepat melalui media digital. Selain itu, generasi muda, khususnya Generasi Z, dapat terlibat secara aktif sebagai kreator konten rohani, bukan hanya sebagai konsumen pasif.²⁴ Kreativitas ini memungkinkan Injil dikontekstualisasikan dengan cara yang lebih segar dan relevan, misalnya dalam bentuk video, podcast, atau media sosial yang sesuai dengan budaya digital.

Meskipun demikian, terdapat sejumlah tantangan serius yang perlu dicermati. Kehadiran gereja daring berpotensi menimbulkan fragmentasi komunitas, karena relasi yang dibangun secara virtual sering kali tidak sedalam perjumpaan tatap muka. Selain itu, melimpahnya sumber-sumber rohani di internet dapat memicu krisis otoritas dan kebingungan doktrinal. Ada pula risiko munculnya spiritualitas instan, yakni kecenderungan untuk beribadah secara cepat dan praktis tetapi dangkal secara rohani. Tidak kalah penting, gereja juga ditantang untuk bersikap kritis terhadap penggunaan algoritma, big data, dan kecerdasan buatan yang mulai memengaruhi cara umat berinteraksi dan beriman.²⁵

Dengan demikian, teologi digital memiliki relevansi yang penting bagi gereja masa kini. Ia menolong umat untuk membaca tanda-tanda zaman secara kritis, agar tidak menolak modernisasi secara ekstrem, tetapi juga tidak hanyut dalam arusnya tanpa arah. Teologi digital mengingatkan gereja untuk tetap setia pada Injil sembari beradaptasi dengan konteks digital, serta mengembangkan pola pelayanan hibrid (offline–online) yang mendukung pertumbuhan iman jemaat. Dengan refleksi semacam ini, gereja dapat menjaga keseimbangan antara kesetiaan pada tradisi iman dan keterbukaan terhadap transformasi budaya yang dihadirkan oleh era digital.

Generasi Z dan Tantangannya

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir antara pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2010-an. Mereka dikenal sebagai generasi yang tumbuh dalam kemajuan teknologi digital dan globalisasi informasi. Sejak usia dini, generasi ini telah terbiasa menggunakan internet, media sosial, serta berbagai perangkat digital sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari. Karena itu, mereka sering disebut sebagai *digital natives* generasi yang hidup dalam dunia

²³ Yohanes Krismantyo Susanta, *Pastoral Digital: Pelayanan Gereja di Era Revolusi Industri 4.0* (Yogyakarta: Kanisius, 2020), 88.

²⁴ Ekojianto, *Generasi Z dan Tantangan Pendidikan* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 50.

²⁵ Susanta, *Pastoral Digital: Pelayanan Gereja di Era Revolusi Industri 4.0*, 102.

Momongan & Rumengan: Pendekatan Misi Melalui Platform.....

virtual sekaligus dunia nyata secara bersamaan.²⁶ Secara umum, Generasi Z memiliki karakter yang terbuka terhadap perbedaan, kritis terhadap otoritas, serta menghargai kebebasan berekspresi. Mereka memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, namun pada saat yang sama mudah terpengaruh oleh arus nilai-nilai baru yang sering kali bertentangan dengan prinsip iman Kristen. Keterbukaan terhadap informasi memang memperluas wawasan mereka, tetapi tanpa dasar rohani yang kuat, mereka rentan terhadap krisis identitas dan kehilangan arah spiritual.

Salah satu tantangan besar bagi Generasi Z dalam pertumbuhan iman adalah pengaruh sekularisme dan relativisme kebenaran. Dunia modern menempatkan kebenaran sebagai sesuatu yang subjektif dan relatif. Dalam masyarakat sekuler, iman kepada Tuhan tidak lagi dianggap sebagai satu-satunya sumber makna, melainkan hanya salah satu pilihan di antara banyak sistem kepercayaan yang ada. Dalam konteks ini, iman tidak lagi menjadi pusat kehidupan, melainkan bagian kecil dari banyak pilihan nilai yang bersaing. Akibatnya, banyak anak muda Kristen yang mulai mempertanyakan relevansi iman dalam kehidupan modern. Selain itu, dominan teknologi dan media sosial juga memberikan dampak besar terhadap kehidupan spiritual Generasi Z. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi ruang utama untuk berekspresi dan berinteraksi. Namun di balik kemudahan komunikasi dan hiburan yang ditawarkan, media sosial juga menanamkan nilai-nilai konsumtif, hedonistik, dan narsistik yang berpotensi menggantikan makna relasi sejati dengan relasi yang dangkal.²⁷ Banyak anak muda yang akhirnya mencari validasi diri melalui jumlah *likes* dan *followers* ketimbang membangun relasi yang mendalam dengan Tuhan. Dalam hal ini, waktu dan perhatian untuk doa, persekutuan, dan pembacaan firman Tuhan sering tergeser oleh aktivitas digital yang tidak berhenti. Tantangan berikutnya adalah krisis identitas dan pencarian makna hidup. Generasi Z sering kali mengalami kebingungan dalam menentukan arah hidup karena tekanan sosial, tuntutan akademik, dan ekspektasi keluarga. Kehidupan yang serba cepat membuat mereka mudah cemas dan kehilangan rasa percaya diri. Manusia memiliki kebutuhan mendasar untuk menemukan makna hidup yang tanpa makna itu, manusia mudah terjerumus ke dalam kekosongan eksistensial. Dalam konteks iman Kristen, pencarian makna seharusnya berpusat pada relasi dengan Kristus, sebab hanya di dalam Dia manusia menemukan tujuan hidup yang sejati. Selanjutnya, muncul juga ketidaktertarikan terhadap gereja institusional. Banyak anak muda menilai bahwa gereja terlalu kaku, menghakimi, dan kurang relevan dengan realitas kehidupan mereka. Sebagian besar anak muda Kristen merasa gereja gagal menjawab isu-isu sosial yang mereka hadapi, seperti keadilan, kemiskinan, lingkungan, dan kemanusiaan. Akibatnya, mereka mencari bentuk-bentuk spiritualitas baru di luar gereja yang lebih terbuka, dialogis, dan praktis. Hal ini menunjukkan bahwa generasi muda tidak menolak iman, melainkan cara penyampaian iman yang dianggap tidak sesuai dengan kebutuhan zaman.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, gereja perlu hadir bukan hanya sebagai lembaga keagamaan, tetapi sebagai komunitas iman yang relevan dan penuh kasih. Gereja harus menjadi tempat di mana Generasi Z merasa diterima, dihargai, dan didengarkan. Pengajaran iman perlu disampaikan dengan pendekatan yang kreatif, interaktif, dan kontekstual, termasuk melalui media digital dan pelayanan yang melibatkan teknologi. Lebih dari itu, gereja harus memberi

²⁶ Bambang Irianto, *Generasi Z dan Transformasi Digital dalam Pendidikan dan Pelayanan Gereja* (Yogyakarta: Kanisius, 2020), 18.

²⁷ Paulus Daeli, *Gereja di Era Digital: Tantangan dan Peluang Pelayanan Generasi Muda* (Bandung: Kalam Hidup, 2021), 72.

ruang bagi anak muda untuk terlibat aktif dalam pelayanan dan mengambil peran nyata dalam kehidupan bergereja. Rasul Paulus menasihatkan kepada Timotius, seorang pemuda pelayan Tuhan, agar tidak dipandang rendah karena usianya, melainkan menjadi teladan dalam perkataan, tingkah laku, kasih, kesetiaan, dan kesucian (1 Timotius 4:12). Prinsip ini relevan untuk Generasi Z masa kini. Pertumbuhan iman tidak akan terjadi hanya melalui pengajaran doktrin semata, melainkan melalui teladan hidup yang nyata dari para pemimpin rohani dan komunitas gereja yang autentik.

Dengan demikian, meskipun Generasi Z hidup di tengah arus globalisasi, sekularisme, dan tekanan sosial yang kuat, mereka tetap memiliki potensi besar untuk bertumbuh dalam iman. Kuncinya terletak pada bagaimana gereja mampu mengiringi mereka dengan kasih, keteladanan, dan pemuridan yang kontekstual sehingga mereka dapat mengalami perjumpaan pribadi dengan Kristus yang hidup.

ANALISA

Misi Melalui Platform Digital YouTube Bagi Generasi Z

YouTube merupakan salah satu platform digital berbasis video yang paling berpengaruh di era modern. Sejak diluncurkan pada tahun 2005, YouTube berkembang menjadi media sosial yang tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai wadah edukasi, promosi, komunikasi, bahkan pembentukan identitas budaya masyarakat global.²⁸ Platform ini memungkinkan penggunaannya untuk mengunggah, menonton, membagikan, dan memberikan komentar terhadap konten video secara bebas dan interaktif. Dengan fitur-fitur tersebut, YouTube menghadirkan ruang komunikasi yang bersifat partisipatif di mana setiap orang dapat menjadi produsen sekaligus konsumen informasi (*prosumer*).²⁹ Generasi Z merupakan kelompok masyarakat yang sering disebut sebagai *generasi digital native* karena sejak masa kanak-kanak sudah terbiasa dengan kemajuan teknologi digital, internet, serta media sosial yang berkembang pesat.³⁰ Tidak seperti generasi sebelumnya yang masih mengalami masa transisi dari teknologi analog ke digital, Generasi Z tumbuh dalam lingkungan yang sepenuhnya digital. Hal ini membuat mereka memiliki keterampilan alami dalam menggunakan perangkat teknologi modern, seperti smartphone, laptop, dan komputer, bahkan sejak usia sangat dini.

Di Indonesia, YouTube telah menjadi platform digital paling dominan di kalangan generasi muda. Berdasarkan data dari *The Global Statistics* (2025), jumlah pengguna aktif YouTube di Indonesia mencapai sekitar 143 juta orang, atau setara dengan lebih dari 50 persen populasi nasional.³¹ Survei yang dilakukan oleh YouGov Indonesia juga menunjukkan bahwa 81 persen pengguna media sosial di Indonesia menggunakan YouTube, termasuk di dalamnya kelompok Generasi Z yang merupakan pengguna paling aktif dan paling loyal terhadap

²⁸ Jean Burgess dan Joshua Green, *YouTube: Online Video and Participatory Culture* (Cambridge: Polity Press, 2018), 5.

²⁹ David Gauntlett, *Making is Connecting: The Social Meaning of Creativity, from DIY and Knitting to YouTube and Web 2.0* (Cambridge: Polity Press, 2011), 90.

³⁰ Rhenald Kasali, *Disruption* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017), 45.

³¹ The Global Statistics, "Indonesia YouTube Statistics 2025."

platform ini.³² Sementara itu, hasil riset Kantar menegaskan bahwa bagi kelompok usia 18–24 tahun, YouTube merupakan platform video paling disukai dibandingkan dengan layanan lain seperti TikTok atau Instagram.³³

Misi Kristen pada hakikatnya adalah partisipasi umat Allah dalam karya penyelamatan yang dilaksanakan oleh Allah Tritunggal. Amanat Agung yang tercatat dalam Matius 28:18–20 menegaskan bahwa gereja dipanggil untuk menjadikan semua bangsa murid Kristus, membaptis, serta mengajarkan mereka untuk menaati segala sesuatu yang telah diperintahkan Tuhan Yesus.³⁴ Amanat ini berlaku sepanjang zaman, sehingga metode pelaksanaan misi pun harus senantiasa kontekstual sesuai dengan perkembangan masyarakat. Dalam sejarah gereja, misi sering diidentikkan dengan pewartaan Injil melalui penginjilan langsung, pelayanan sosial, maupun pengutusan misionaris ke berbagai wilayah. Namun, pada era revolusi industri 4.0 dan perkembangan masyarakat digital, misi tidak lagi terbatas pada ruang fisik, melainkan juga hadir dalam ruang virtual.³⁵

Salah satu bentuk aktualisasi misi dalam era digital adalah melalui pemanfaatan platform YouTube sebagai media pelayanan dan pewartaan Injil. Di tengah kemajuan teknologi komunikasi yang pesat, YouTube telah menjadi salah satu wadah utama bagi generasi masa kini untuk mencari informasi, hiburan, inspirasi, bahkan pembinaan rohani. Platform ini memungkinkan siapa pun untuk mengunggah, menonton, dan membagikan berbagai bentuk konten dengan jangkauan yang sangat luas dan kecepatan yang tinggi. Sebagai salah satu platform berbagi video terbesar di dunia, YouTube telah berkembang menjadi ruang publik digital global di mana berbagai ide, nilai, dan budaya saling berinteraksi secara terbuka. Tidak hanya menjadi media hiburan semata, tetapi juga berfungsi sebagai ruang diskusi, pendidikan, dan refleksi sosial yang memengaruhi cara berpikir serta membentuk pandangan hidup masyarakat modern. Dalam konteks kehidupan beriman, hal ini membuka peluang besar bagi gereja untuk memanfaatkan platform ini sebagai alat strategis dalam menjalankan misi Allah (*Missio Dei*) di tengah masyarakat digital. Lebih jauh lagi, YouTube merupakan ruang digital yang paling sering diakses oleh Generasi Z, yaitu generasi yang lahir dan tumbuh dalam lingkungan serba digital serta sangat bergantung pada teknologi dan internet dalam aktivitas sehari-hari.³⁶ Bagi mereka, YouTube bukan sekadar media hiburan, melainkan bagian dari gaya hidup dan sarana utama dalam membangun pemahaman terhadap dunia di sekitar mereka. Karena itu, penggunaan YouTube dalam pelayanan misi gereja memiliki nilai strategis yang tinggi, sebab melalui media ini, pesan Injil dapat dikomunikasikan dengan cara yang lebih visual, interaktif, dan kontekstual sesuai dengan karakter dan kebutuhan spiritual generasi tersebut.

Generasi ini dikenal sebagai *digital natives*, yaitu generasi yang sejak masa kanak-kanak telah akrab dan tumbuh bersama dengan perkembangan perangkat digital, internet, serta berbagai bentuk media sosial. Mereka tidak hanya menggunakan teknologi sebagai alat bantu,

³² “YouGov: YouTube dan Instagram Media Sosial Paling Populer di Indonesia,” *Antara News*, 24 Oktober 2025, <https://www.antarane.ws.com/berita/5070233/yougov-youtube-dan-instagram-media-sosial-paling-populer-di-indonesia>.

³³ “YouTube Jadi Platform Video Paling Disukai Gen Z,” *Kantar via Antara Jabar*, 24 Oktober 2025, <https://jabar.antarane.ws.com/berita/497651/youtube-jadi-platform-video-paling-disukai-gen-z>.

³⁴ David J. Bosch, *Transformasi Misi Kristen* (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2006), 512.

³⁵ Susanta, *Pastoral Digital: Pelayanan Gereja di Era Revolusi Industri 4.0*, 85.

³⁶ Rhenald Kasali, *The Great Shifting* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2018), 72.

tetapi telah menjadikannya sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Aktivitas seperti berkomunikasi, belajar, mencari informasi, bahkan membangun hubungan sosial banyak dilakukan melalui dunia digital.³⁷ Kehidupan Generasi Z sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi yang membentuk pola pikir, cara berinteraksi, serta nilai-nilai yang mereka anut. Dalam keseharian, mereka terbiasa dengan arus informasi yang cepat, visual yang menarik, dan komunikasi yang bersifat instan. Pola tersebut menjadikan mereka lebih kritis terhadap pesan yang diterima, namun juga lebih terbuka terhadap hal-hal baru yang disampaikan secara kreatif dan relevan dengan konteks mereka. Dalam konteks ini, YouTube memiliki peran yang sangat signifikan. Platform tersebut bukan hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai ruang belajar, eksplorasi identitas, serta pembentukan opini dan nilai-nilai hidup. Melalui konten video yang bersifat audio-visual, Generasi Z lebih mudah terlibat dan memahami pesan yang disampaikan. Bahkan, banyak dari mereka menjadikan YouTube sebagai sumber utama untuk mendapatkan informasi, termasuk dalam hal keagamaan dan spiritualitas. Oleh karena itu, YouTube menjadi ruang strategis bagi gereja dalam mengomunikasikan Injil secara kontekstual dan relevan bagi Generasi Z. Melalui pendekatan yang kreatif, interaktif, dan komunikatif, gereja dapat menghadirkan pesan-pesan iman yang tidak hanya informatif tetapi juga transformatif, membantu generasi ini untuk menemukan makna hidup dan membangun relasi yang mendalam dengan Kristus di tengah dunia digital yang dinamis.

Dalam konteks misi, YouTube menyediakan peluang besar bagi gereja untuk menjangkau Generasi Z dengan cara yang relevan. Pesan Injil yang dikemas dalam bentuk audio-visual cenderung lebih mudah dipahami oleh generasi ini dibandingkan dengan media tertulis atau komunikasi lisan tradisional. Konten rohani di YouTube bisa beragam, mulai dari khotbah singkat, renungan harian, musik rohani, drama rohani, vlog kesaksian, hingga diskusi teologis yang disajikan dengan gaya kreatif. Dengan pendekatan visual, pesan iman dapat dipadukan dengan kreativitas seni, musik, dan narasi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari Generasi Z, sehingga Injil hadir bukan hanya dalam bentuk ajaran, tetapi juga pengalaman yang nyata dan relevan.

Lebih dari itu, YouTube juga membuka ruang partisipatif. Generasi Z tidak hanya menjadi konsumen konten, tetapi juga dapat menjadi produsen atau kreator. Hal ini selaras dengan semangat misi kontekstual, di mana setiap orang percaya dipanggil untuk ambil bagian dalam karya penyelamatan Allah. Dengan keterampilan digital yang dimiliki, Generasi Z dapat menjadi saksi Kristus melalui pembuatan konten rohani yang kreatif dan inovatif. Misalnya, mereka dapat membuat *short video* renungan singkat, konten musik rohani, atau berbagi pengalaman iman melalui vlog. Dengan demikian, misi tidak lagi bersifat satu arah dari gereja kepada jemaat, melainkan bersifat dialogis dan partisipatif.

Namun demikian, misi melalui YouTube juga menghadapi tantangan besar. Di satu sisi, YouTube membuka peluang luas bagi penyebaran Injil; tetapi di sisi lain, platform ini juga dipenuhi dengan berbagai konten yang dapat berdampak negatif bagi spiritualitas Generasi Z.³⁸ Paparan berlebihan terhadap media sosial dapat menimbulkan kecemasan, kesepian, krisis

³⁷ *Generasi Z dan Tantangan Pendidikan*, 21.

³⁸ Susanta, *Pastoral Digital: Pelayanan Gereja di Era Revolusi Industri 4.0*, 102.

identitas, hingga fenomena *fear of missing out* (FOMO).³⁹ Generasi Z rentan membandingkan diri dengan kehidupan orang lain yang ditampilkan secara artifisial di media sosial, sehingga hal ini berpotensi mengikis kepercayaan diri dan kesehatan mental. Apabila tidak didampingi dengan baik, Generasi Z dapat kehilangan arah dan menjauh dari nilai-nilai iman Kristen.

Karena itu, gereja perlu hadir bukan hanya sebagai penyedia konten rohani di YouTube, tetapi juga sebagai pendamping yang bijaksana. Pelayanan digital harus dirancang secara sadar dengan memperhatikan kualitas teologis, etis, serta relevansi budaya. Pendampingan rohani dapat dilakukan melalui interaksi digital, seperti menjawab komentar, membuka ruang diskusi, atau membuat konten yang membangun dialog dengan isu-isu yang dihadapi Generasi Z.⁴⁰ Dengan pendekatan ini, YouTube tidak hanya menjadi media informasi, tetapi juga sarana formasi iman dan penguatan spiritualitas.

Dengan demikian, misi melalui platform digital YouTube bagi Generasi Z adalah bentuk aktualisasi gereja dalam menghadirkan Injil di dunia digital. Ini merupakan panggilan untuk menjadikan teknologi bukan sekadar alat hiburan, tetapi juga wadah pewartaan Injil yang kreatif, relevan, dan transformatif. Gereja harus menyadari bahwa Generasi Z adalah generasi strategis bagi masa depan, sehingga pelayanan misi kepada mereka harus dilakukan dengan serius, penuh inovasi, dan didasarkan pada kesetiaan kepada firman Tuhan. Dengan memanfaatkan YouTube secara bijaksana, gereja dapat tetap setia pada panggilannya sebagai terang dan garam dunia di tengah perubahan zaman.

KESIMPULAN

YouTube sebagai platform digital berbasis video menjadi sarana strategis bagi gereja dalam melaksanakan misi di era digital, khususnya dalam menjangkau Generasi Z yang hidup di tengah budaya teknologi dan media sosial. Pada tahun 2025 terdapat sekitar 143 juta pengguna aktif YouTube di Indonesia, dengan lebih dari 70% di antaranya berasal dari Generasi Z, menjadikan platform ini lebih dominan dibandingkan TikTok dan Instagram dalam hal durasi penggunaan serta kepercayaan terhadap konten rohani. Melalui sifatnya yang audio-visual, partisipatif, dan mudah diakses, YouTube memungkinkan penyampaian Injil yang lebih kreatif, kontekstual, dan relevan.

Kontribusi utama penelitian ini terletak pada pemaknaan teologi digital sebagai ruang misi baru (*digital missiology*) yang menempatkan YouTube bukan sekadar sebagai alat komunikasi, melainkan sebagai ruang teologis di mana *Missio Dei* diwujudkan secara interaktif. Gereja dapat memanfaatkan platform ini untuk menanamkan nilai-nilai Injil melalui konten rohani yang menarik, edukatif, dan sesuai dengan karakter berpikir kritis serta gaya hidup visual Generasi Z. Selain itu, penelitian ini memperkaya wacana misiologi dengan menunjukkan bahwa misi digital bukan hanya adaptasi teknologi, melainkan transformasi paradigma pelayanan gereja menuju konteks digital yang lebih partisipatif dan dialogis.

Dengan demikian, pendekatan misi berbasis teologi digital melalui YouTube bukan hanya memperluas jangkauan pelayanan gereja, tetapi juga menegaskan panggilan gereja untuk menghadirkan terang Kristus di tengah budaya media, membangun spiritualitas digital yang sehat, dan mempersiapkan Generasi Z menjadi agen misi di dunia maya maupun nyata.

³⁹ *Generasi Z dan Tantangan Pendidikan*, 67.

⁴⁰ Susanta, *Pastoral Digital: Pelayanan Gereja di Era Revolusi Industri 4.0*, 115.

KEPUSTAKAAN

- Antara News*. “YouGov: YouTube dan Instagram Media Sosial Paling Populer di Indonesia.” 24 Oktober 2025. <https://www.antarane.ws.com/berita/5070233/yougov-youtube-dan-instagram-media-sosial-paling-populer-di-indonesia>.
- Bevans, Stephen B., dan Roger P. Schroeder. *Constants in Context: A Theology of Mission for Today*. Maryknoll, NY: Orbis Books, 2004.
- Bosch, David J. *Transformasi Misi Kristen*. Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2006.
- Burgess, Jean, dan Joshua Green. *YouTube: Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press, 2018.
- Campbell, Heidi A. *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*. London: Routledge, 2013.
- Daeli, Paulus. *Gereja di Era Digital: Tantangan dan Peluang Pelayanan Generasi Muda*. Bandung: Kalam Hidup, 2021.
- Ekojianto. *Generasi Z dan Tantangan Pendidikan*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Escobar, Samuel. *Misi di Tengah Perubahan Dunia*. Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2012.
- Gaol, Rumondang Lumban, dan Resmi Hutasoit. “Media Sosial Sebagai Ruang Sakral: Gereja yang Bertransformasi bagi Perkembangan Spiritualitas Generasi Z dalam Era Digital.” *KENOSIS: Jurnal Kajian Teologi* 7, no. 1 (2021): 151–52.
- Gauntlett, David. *Making is Connecting: The Social Meaning of Creativity, from DIY and Knitting to YouTube and Web 2.0*. Cambridge: Polity Press, 2011.
- Irianto, Bambang. *Generasi Z dan Transformasi Digital dalam Pendidikan dan Pelayanan Gereja*. Yogyakarta: Kanisius, 2020.
- Kantar via Antara Jabar*. “YouTube Jadi Platform Video Paling Disukai Gen Z.” 24 Oktober 2025. <https://jabar.antarane.ws.com/berita/497651/youtube-jadi-platform-video-paling-disukai-gen-z>.
- Kasali, Rhenald. *Disruption*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017.
- . *The Great Shifting*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- Kisara, Randa, John Wesly, dan Marlina Krisnoni. “MISI DAN PELAYANAN KEPADA ANAK-ANAK BERDASARKAN PERSPEKTIF ESKATOLOGIS.” *EKKLESIA: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani* 3, no. 2 (Mei 2025): 148–59. <https://doi.org/10.63576/ekkle.sia.v3i2.94>.
- Lenhart, Amanda. *Teens, Social Media & Technology Overview 2022*. Washington DC: Pew Research Center, 2022.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- Piliang, Yasraf Amir. *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan*. Bandung: Mizan, 2004.
- Sadiku, Matthew N. O., O. B. Omotoso, dan S. M. Musa. “Digital Theology is the Use of Digital Technologies to Communicate, Mediate, or Teach Theology.” *International Journal of Trend in Scientific Research and Development* 6, no. 5 (2022): 1280–85. <https://www.ijtsrd.com/humanities-and-the-arts/theology/12345/digital-theology>.
- Seemiller, C., dan M. Grace. *Generation Alpha: Understanding Our Children’s Future*. Jossey-Bass, 2020.

Momongan & Rumengan: Pendekatan Misi Melalui Platform.....

- Sipahutar, R., J. Manalu, dan D. Situmorang. "Social Media Platforms as Public Spaces for Theological Engagement in the Digital Era." *Jurnal Teologi SEHATI* 8, no. 2 (2023): 44–53. <https://ejournal.staknkupang.ac.id/index.php/sehati/article/view/456>.
- Siregar, Esron Mangatas, Kristinawati Monavia, Klarita Aksamina Nari, dan Dewi Sinta. "ETIKA KRISTEN DI ERA DIGITAL BAGI ORANG PERCAYA MASA KINI." *EKKLESIA: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani* 2, no. 2 (2024): 108. <https://ojs.sttekklesiaptk.ac.id/index.php/ekklesia/article/view/94>.
- Stott, John. *Isu-isu Global: Tantangan bagi Gereja Abad ke-21*. Jakarta: Yayasan Komunikasi Bina Kasih, 2003.
- Sukatman, Kristian, dan dkk. "Pekabaran Injil Di Era Digital Berdasarkan Matius 28:18-20." *Jurnal Vox Dei* 5 (2024).
- Susanta, Yohanes Krismantyo. *Pastoral Digital: Pelayanan Gereja di Era Revolusi Industri 4.0*. Yogyakarta: Kanisius, 2020.
- The Global Statistics. "Indonesia YouTube Statistics 2025." 24 Oktober 2025. <https://www.theglobalstatistics.com/indonesia-youtube-statistics>.
- Tillich, Paul. *Teologi Sistematis*. Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2003.
- Twenge, Jean M. *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy—and Completely Unprepared for Adulthood*. New York: Atria Books, 2017.
- We Are Social dan Meltwater. *Digital 2024: Indonesia Report*. London: Kepios, 2024.