

## Kontekstual Sinergisitas Gereja dan Influencer Rohani dalam Pembangunan Spiritual Generasi "Z"

**Hendrik Bernardus Tetelepta**

Sekolah Tinggi Teologi REAL Batam

Email: [hendrikbern@sttrealbatam.ac.id](mailto:hendrikbern@sttrealbatam.ac.id)

**Joni Manumpak Parulian Gultom**

Sekolah Tinggi Teologi REAL Batam

Korespondensi: [jonimanumpakgultom@gmail.com](mailto:jonimanumpakgultom@gmail.com)

### Abstract

*This article looks at aspects of biblical spirituality, service commitment, and spiritual development as a wedge for the context of a praxis approach in the spiritual development of generation Z. The author looks at the synergies of the church with its physical ministry tradition, which synergizes with Christian influencers in the social media space. The aim is to formulate Church postulates that synergize with Christian Influencers in the spiritual development of Generation Z. The first part contains the role of churches and Christian influencers as initiators in developing Generation Z relationships and communities in physical and virtual spaces. The second part describes the steps of Christian influencers as a continuation of spiritual development and opinion leaders in the media. The last section is the two categories of synergistic forms of church and Christian influencers. The initial category is when the church is responsible for training and producing Christian influencers in the message of repentance and spiritual development with divine anointing and authority, as well as high-quality ethical norms in the digital space. The final category is synergy in the form of quality equivalence of God's Word in physical and virtual spaces. Research method with a descriptive qualitative, and data collection through literature study*

**Keywords:** generation Z; spiritual; church; spiritual influencers; social media

### Abstrak

Artikel ini melihat aspek spiritualitas biblikal, komitmen pelayanan, dan pengembangan spiritual sebagai irisan untuk konteks pendekatan praksis dalam pengembangan spiritual generasi Z. Penulis melihat ruang sinergisitas antara gereja dengan tradisi pelayanan fisik dengan influencer Kristen dalam ruang media sosial. Tujuannya adalah merumuskan kembali konstekstualitas gereja bersama Influencer Kristen dalam pengembangan spiritual generasi Z. Beberapa metode yang dapat digunakan adalah gereja dan influencer Kristen berperan sebagai inisiator dalam pengembangan relasi dan komunitas generasi Z dalam ruang fisik dan virtual, influencer rohani bertindak sebagai opinion leader dalam media, serta dua bentuk sinergisitas gereja dan influencer Kristen yakni melatih dan melahirkan influencer Kristen dan sinergisitas dalam bentuk ekuivalensi kualitas Firman Tuhan dalam ruang fisik dan virtual. Metode penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif, dan pengumpulan data melalui studi literatur.

**Keywords:** generasi Z; spiritual; gereja; influencer rohani; media sosial



### Info Artikel

Received : 09 Agustus 2022

Revisions : 23 Desember 2022

Accepted : 24 Desember 2022

## Pendahuluan

Generasi Z adalah kelanjutan dari generasi Y dengan tahun kelahiran antara tahun 1995-2010, dan memiliki populasi terbesar dari semua generasi sebelumnya. Secara kuantitas, jumlah mereka berkisar 74.93 juta (27.94%) dari total penduduk Indonesia, dan pembangunan selama tujuh tahun ke depan akan menjadi wakil dan pencipta masa depan.<sup>1</sup> Demografi keanggotaan jemaat dalam gereja pun sekarang ini lebih didominasi oleh anak muda.<sup>2</sup> Mereka hidup dan berkembang pesat dalam kemajuan teknologi dan penggunaan media sosial, namun faktor spiritual mereka tidak berkembang. Kajian Bilangan Research Center tahun 2021 menyebutkan Generasi Z mempunyai indeks pertumbuhan spiritual hanya 3.50 berbanding indeks spiritual Indonesia sebesar 3.79.<sup>3</sup> Data tahun 2018 menunjukkan dari 4.095 orang yang diteliti, 21,2% yang berusia 15-25 menyatakan kepemimpinan umat tidak tepat, 12,4% memandang pelayanan tidak menarik, dan 12,4% menyatakan gereja tidak optimal. Intinya adalah 61.8% dari mereka menganggap Gereja tidak menarik.<sup>4</sup> Generasi ini terkoneksi hampir di seluruh elemen, ruang dan bergerak dinamis atau mobile. Mereka hidup di antara dunia maya dan realitas.<sup>5</sup>

Selain itu, mereka menggunakan internet secara masif dan berwawasan luas. Penggunaan *Internet of Things* dengan peralihan era industri 4.0 ke *era society* 5.0, menjadikan pola hidup menjadi *hybrid*, termasuk yang berkaitan dengan spiritual.<sup>6</sup> Media sosial membuat kemudahan untuk mengupload kehidupan privasi. Tidak ada gap kehidupan pribadi yang jelas antara privasi dan informasi umum. Mereka lemah dalam *screen* terhadap setiap informasi. Selain itu, mereka terkesan lebih mandiri, membuat keputusan tanpa saran, lebih toleran terhadap perbedaan, dan berambisi untuk mendapatkan yang diinginkan<sup>7</sup>. Tipikal mereka secara umum adalah mudah

<sup>1</sup> Dwi Hadya Jayani, "Proporsi Populasi Generasi Z Dan Milenial Terbesar Di Indonesia [The Largest Proportion of the Population of Generation Z and Millennials in Indonesia]." Central Bureau of Statistics, 2021], "Badan Pusat Statistik, last modified 2021, accessed September 15, 2021, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia>.

<sup>2</sup> Adhika Tri Subowo, "Membangun Spiritualitas Digital Bagi Generasi Z, [Building Digital Spirituality for Generation Z]," *Dunamis* 5, no. 2 (2021): 379-395, <https://doi.org/https://doi.org/10.30648/dun.v5i2.464>.

<sup>3</sup> Handi Irawan, "Spiritualitas Umat Kristen Indonesia 2021 [Indonesian Christian Spirituality 2021]," *Bilangan Research Center* (Jakarta, 2021).

<sup>4</sup> Cemara A. Putra Handi Irawan D, "Gereja Sudah Tidak Menarik Bagi Kaum Muda, [The Church Is Not Attractive To Young People]," *Bilangan Research Center*, last modified 2018, accessed July 31, 2021, <http://bilanganresearch.com/gereja-sudah-tidak-menarik-bagi-kaum-muda.html>.

<sup>5</sup> Lintang Citra Christiani and Prinisia Nurul Ikasari, "Generasi Z Dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi Dalam Perspektif Budaya Jawa [Generation Z and Maintenance of Inter-Generational Relations in the Perspective of Javanese Culture]," *Jurnal komunikasi dan kajian media* 4, no. 2 (2020): 84-105.

<sup>6</sup> Aldrin Purnomo and Yudhy Sanjaya, "Tantangan Dan Strategi Gereja Menjalankan Misi Allah Dalam Menghadapi Penerapan Industri 4.0 Di Indonesia [Challenges and Strategies of the Church Carrying Out God's Mission in Facing the Application of Industry 4.0 in Indonesia]," *Diagesis* 3, no. 2 (2020): 91-106.

<sup>7</sup> Winda Oktavia, "Memahami 6 Karakter Generasi Z, Bukan Cuma Familiar Teknologi Sejak Kecil," *Tempo.Co* (Jakarta, 2021), last modified 2021, accessed October 3, 2021, [gaya.tempo.co/read/1467165/memahami-6-karakter-generasi-z-bukan-cuma-familiar-teknologi-sejak-kecil](http://gaya.tempo.co/read/1467165/memahami-6-karakter-generasi-z-bukan-cuma-familiar-teknologi-sejak-kecil).

beradaptasi, tidak suka dengan gaya otoriter, dan memakai gen Y sebagai jembatan komunikasi dengan gen X.<sup>8</sup> Barna group menyebutkan generasi ini begitu *mobile* (86%), minim bimbingan orangtua (41%), tanpa kepedulian generasi di atasnya (22%), dan tidak mempunyai minat rohani (20%).<sup>9</sup> Generasi ini terdeteksi pluralitas, dan tidak memiliki afiliasi agama, serta memiliki kepanikan moral dari pengembangan teknologi.<sup>10</sup> Media sosial dijadikan sebagai masa depan, cenderung tidak menolak hubungan otoritas, dan berhasil ketika terlibat secara aktif. Pikiran mereka global namun realitas lokal dan beraneka ragam.<sup>11</sup> Meskipun peduli dengan sesama dan perilaku bermasyarakat sangat tinggi, namun ketidakmampuannya dalam melakukan *screening* informasi digital, membuat mereka *overloading*.<sup>12</sup> Asumsi dari fakta dan kondisi di atas memberikan gambaran bahwa generasi Z sedang bermasalah dalam membangun nilai prinsip kehidupan kerohanian yang cukup parah, sehingga diperlukan strategi baru dalam pengembangan spiritual generasi digital ini.

Zarzycki meneliti tanggung jawab gereja dalam mengungkapkan kebenaran Injil dan sejarah keselamatan di dalam Yesus Kristus. Tindakan penebusan atas manusia selalu diwartakan di setiap zaman sejarah, karena itu bukan milik tatanan pengetahuan dan iman, tetapi semua orang dalam sepanjang waktu.<sup>13</sup> Rumondang dan Resmi mengusulkan pentingnya media sosial sebagai media pendidikan untuk membangun spiritualitas Generasi Z di era digital. Jejaring sosial digital sangat berdampak besar pada ibadah, dan dapat digunakan sebagai ruang sakral dalam memperkenalkan, membangun, dan memelihara hubungan kasih mereka kepada Kristus.<sup>14</sup> Jackelen merujuk bentuk polarisasi, populisme, proteksionisme, pasca-kebenaran, patriarki, dan interaksi ambigu dari sekularisasi dan visibilitas baru agama yang berbahaya dari teknologi media. Praktisi gereja memainkan peran kenabian, etis, dan teologis agar pengembangan digitalisasi bermanfaat kepada mental dan spiritual umat manusia.<sup>15</sup> Yuli menemukan karakteristik Generasi Z mencakup desain ibadah yang kreatif, ajaran Alkitab, pembangunan iman dan

<sup>8</sup> Christiani and Ikasari, "Generasi Z Dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi Dalam Perspektif Budaya Jawa [Generation Z and Maintenance of Inter-Generational Relations in the Perspective of Javanese Culture]."

<sup>9</sup> Barna, "The Priorities, Challenges, and Trends in Youth Ministry," *Barna Group*, [6 April 2016], <https://www.barna.com/research/the-priorities-challenges-and-trends-in-youth-ministry/2016/03/06> accessed September 23, 2021.

<sup>10</sup> Bex Lewis, "Social Media, Peer Surveillance, Spiritual Formation, and Mission: Practising Christian Faith in a Surveilled Public Space," *Surveillance and Society* 16, no. 4 (2018): 517-532.

<sup>11</sup> Bruce Tulgan, "Meet Generation Z: The Second Generation within the Giant 'Millennial' Cohort," *RainmakerThinking*, last modified 2013, accessed January 1, 2022, <https://grupespsichoterapija.lt/wp-content/uploads/2017/09/Gen-Z-Whitepaper.pdf>.

<sup>12</sup> Amar Ahmad, "Media Sosial Dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial [Social Media And Millennial Generation Future Challenges]," *Avant Garde* 8, no. 2 (2020): 134-148.

<sup>13</sup> Stanisław T. Zarzycki, "'History' as a Category in Contemporary Spiritual Theology," *Verbum Vitae* 38, no. 1 (2020): 399, <https://doi.org/10.31743/VV.9915>.

<sup>14</sup> Dadang Sugiana, Ira Mirawati, and Putri Trulline, "Peran Ulama Sebagai Opinion Leader Di Pedesaan Dalam Menghadapi Informasi Hoaks, [The Role of Ulama as Opinion Leaders in Rural Areas in Facing Hoax Information]," *Avant Garde* 7, no. 1 (2019): 1-18.

<sup>15</sup> Antje Jackelén, "Technology, Theology, and Spirituality in the Digital Age," *Zygon* 56, no. 1 (2021): 6-18.

dukungan spiritual yang kuat. Mereka perlu dilengkapi dengan pelatihan menghadapi *Artificial Intelligent*, dan globalisasi. Disarankan gereja membangun pelayanan dengan pengembangan personal branding.<sup>16</sup> Kebaharuan penelitian ini model pendekatan yang digunakan dalam pengembangan spiritual generasi Z dengan sinergisitas peran antara gereja fisik dengan influencer rohani di era digital.

Tujuan penelitian adalah menggambarkan secara komprehensif bentuk sinergisitas yang terjadi antara gereja dengan influencer rohani dalam pembangunan spiritual generasi Z. Asumsi dasarnya adalah bahwa gereja sedang mengalami kesulitan dan stagnasi dalam pembentukan spiritual generasi Z saat ini. Sedangkan influencer umumnya dapat bergerak bebas dan fleksibel dalam media dengan pengikut dan pemirsa yang beragam. Apabila gereja mampu memanfaatkan posisi influencer dengan beban misi rohani yang jelas maka gereja dapat menjangkau generasi Z serta membangun spiritualitas mereka. Satu contoh Pastor Oloan Panggabean yang menjadi influencer rohani kaum milenial Indonesia.<sup>17</sup> Bahkan kalangan katolikpun memberi penekanan khusus untuk memberikan konseling dan pelayanan kontemporer bagi generasi muda dalam media dengan menjadi influencer rohani.<sup>18</sup>

Gereja memang telah memiliki pelayanan media, namun pribadi yang bertanggung jawab lebih berfokus kepada konten. Kecenderungannya adalah bahwa mereka kelihatan hanya berusaha untuk menyambung pelayanan onsite kepada online. Mereka kurang memiliki kemampuan untuk menjangkau anak muda secara luas, terbatas hanya penjangkauan kepada anggota tetap gereja lokal. Sedangkan influencer rohani sendirimemiliki pengikut yang lebih luas, dan besar kemungkinan berkembang dengan signifikan. Ketertarikan gen Z bersifat subjektif kepada pribadi influencer itu sendiri yang dapat memberi nilai positif untuk diikuti. Namun mereka seing kali tidak bertanggung jawab dengan program dan visi misi gereja yang mereka naungi. Oleh sebab itu membangun sinergisitas antara gereja dan influencer rohani sangat diperlukan secara serius oleh kedua belah pihak. Pertanyaannya adalah bagaimanakah sinergisitas gereja dan influencer rohani dalam pembangunan spiritual gen Z ini? Serta bagaimanakah langkah langkahnya? Tujuan adalah untuk menjelaskan pengertian sinergisitas gereja dan influencer rohani dalam pengembangan spiritual gen Z, serta untuk menggambarkan langkah langkah sinergisitas yang dilakukan.

## Metode

Metode penelitian dengan pendekatan kualitatif deskriptif, dan pengumpulan data melalui studi pustaka. Sumber data utama berasal dari observasi dalam gereja lokal, komunitas generasi Z yang diikuti. Kemudian ditambah dengan

<sup>16</sup> Yuli Kristyowati, "Generasi 'Z' Dan Strategi Melayaninya [Generation 'Z' And Strategies To Serve It]," *Ambassadors: Journal of Theology and Christian Education* 2, no. 1 (2021): 23–34.

<sup>17</sup> Henrik Toatubun, "Influencer Rohani Milenial, Ps Raditya Oloan Pangabean Tutup Usia," *Suaradamai.Com*, last modified 2021, accessed October 7, 2021, <https://www.suaradamai.com/influencer-rohani-milenial-ps-raditya-oloan-pangabean-tutup-usia/>.

<sup>18</sup> Michal Wyrostkiewicz, Joanna Sosnowska, and Aneta Wojciszyn- Wasil, "The Catholic Influencer As A Challenge For Spritual Leadership In The Age of Social Media," *Journal for the Study of Religions and Ideologies* 21, no. 61 (2022): 81–96.

literature buku yang berkaitan dengan gereja dan generasi Z. Sedangkan sumber data sekunder berasal dari web page, pengamatan dan media sosial serta jurnal-jurnal terdahulu. Penelitian ini mencakup deskripsi yang akurat dari variabel tanggung jawab pelayanan gereja dan fleksibilitas konten influencer rohani kepada gen Z untuk mendapatkan presentasi penting sesuai dengan kebutuhan sinergisitas yang dibangun. Penjelasan tentang ciri-ciri atau sifat suatu fenomena yang menjadi objek kajian bersifat khas dalam memberikan informasi masalah yang diteliti.<sup>19</sup> Langkah awal dengan pembahasan kontekstualisasi fungsi umum serta peran gereja dalam panggilan pelayanan yang dikaitkan juga dengan peran influencer Kristen sebagai inisiator dalam pengembangan relasi dan komunitas generasi Z dalam virtual. Setelah itu menjelaskan langkah spesifik keduanya sebagai decision maker dan influencer rohani bertindak sebagai opinion leader dalam media. Bagian selanjutnya selanjutnya adalah menjelaskan bentuk-bentuk sinergisitas gereja dan influencer Kristen. Kemudian lewat penelaahan dan pertimbangan teoritis dan fakta maka didapatkan pendekatan solusi terhadap kontekstualitas sinergis antara gereja dan influencer rohani dalam pengembangan kerohanian generasi Z ini, dan akhirnya menghasilkan kesimpulan.

### Hasil dan Pembahasan

Influencer adalah orang yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi keputusan orang lain karena otoritas, pengetahuan dan statusnya, atau karena memiliki hubungan yang kuat dengan publik di ruang virtual. Jika mengacu pada kekristenan, maka yang dimaksud adalah influencer rohani adalah influencer yang beragama Kristen yang tujuannya menyampaikan nilai-nilai yang berkaitan dengan kekristenan di ruang media.<sup>20</sup>

### *Kontekstualisasi Gereja dan Influencer Rohani sebagai Inisiator Pertumbuhan Relasi dan Komunitas*

Gereja memiliki pengertian sebagai umat Allah yang berkumpul untuk beribadah.<sup>21</sup> Ciri utamanya adalah pernyataan kuat akan Sabda Allah (Kerygma) sebagai pernyataan iman sehubungan dengan pernyataan Pribadi Tuhan oleh Yesus Kristus. (Yoh 1:1; I Tes 2:13).<sup>22</sup> Misi pertama gereja adalah mempersiapkan jiwa yang percaya untuk menjadi murid Tuhan Yesus (Mat. 28:19-20), dan memberikan pengajaran serta pendisiplinan untuk pertumbuhan iman. Gereja bertanggung-jawab untuk mendidik jemaatnya dalam berdiri kokoh di setiap pergumulan hidup (Kis. 2:24). Gereja harus mempersiapkan jemaat untuk menanggapi zaman perubahan.<sup>23</sup> Sejak awal, panggilan gereja adalah untuk memberikan pendidikan

<sup>19</sup> Sonny Eli Zaluchu, "Di Dalam Penelitian Agama," *Evangelical* 4, no. 1 (2020): 28-38.

<sup>20</sup> Joni M. P. Gultom et al., "Strategi Musik Dan Kerygma Influencer Kristen Berdasarkan Kepemimpinan Daud Dalam Membangun Motivasi Diri Native Digital [Christian Influencer Music and Kerygma Strategy Based on David's Leadership in Building Native Digital Self-Motivation]," *EPIGRAPHE* 5, no. 2 (2021): 161-175.

<sup>21</sup> G. Marvin Pate, *Teologi Paulus*, ed. Gandum Mas, Kedua. (Malang: Gandum Mas, 2020), 150.

<sup>22</sup> Ibid 164.

<sup>23</sup> Junihot M. Simanjuntak, "Belajar Sebagai Identitas Dan Tugas Gereja [Learning As Church Identity And Duty]," *Jurnal Jaffray* 16, no. 1 (2018): 1-24.



rohani dan memperkuat iman setiap anggota gereja, termasuk generasi Z. Dasar utama pelayanannya adalah untuk mempersenjatai generasi ini beralih dari kegelapan menuju terang Allah (Mat 28:19-20). Relevansinya adalah gereja mendidik mereka sebagai bagian dari persekutuan Ilahi memperkenalkan Alkitab secara benar dalam konteks kehidupan sehari-hari. Esensi Alkitab tentang keselamatan, kebenaran, dan martabat hidup tetap menjadi inti misi Gereja dengan strategi yang adaptif. Raymond menunjuk eksplorasi dan pemahaman Injil menjadi kebutuhan inti yang sangat fleksibel. Korelasi yang paling mendukung dan kuat adalah pembukaan dan pendalaman ruang kelas rohani.<sup>24</sup> Praktisi rohani berkontribusi penting pada perkembangan gereja melalui media sosial di era Industri 4.0. Kemampuan beradaptasi untuk tetap nyata dan membangun kekuatan baru untuk memengaruhi dunia digital.<sup>25</sup>

Platform media sosial telah menciptakan tren baru dalam kelahiran influencer. Mereka dipercaya sebagai marketing dalam menjual produknya melalui media digital. Anjani mendefinisikan influencer sebagai aktivis yang terhubung, berpengaruh, aktif, dan menjadi trendsetter bagi pengikutnya. Influencer media sosial, di sisi lain, dianggap sebagai pemimpin opini pada topik tertentu seperti kecantikan, makanan, dan mode.<sup>26</sup> Dari sudut pandang spiritual, peran influencer juga tampaknya berdampak besar pada pengikut mereka. Hal ini dibuktikan dalam penelitian yang dilakukan oleh Dadang Sugiana, Ira Mirawati, dan Putri Truline. Di sini, Ulama adalah pemimpin berpengaruh yang masih digunakan sebagai pemimpin opini untuk mengklarifikasi berita dan isu-isu yang tersebar luas di media sosial.<sup>27</sup> Asumsi penting yang menjadi penekanan adalah *influencer* sangat berperan penting dalam mempengaruhi pengikutnya di berbagai elemen kehidupan termasuk spiritual seseorang.

Gereja kembali ke misi sejati Amanat Agung, menjadikan semua orang percaya murid Kristus yang sejati dan bebas dari dosa, belenggu, pengaruh jahat dan pengaruh duniawi.<sup>28</sup> Gereja terbuka sebagai pendiri dan pemimpin, baik secara fisik maupun untuk perkembangan dunia maya. Pendekatan komitmen dan lebih akurat untuk mengasuh, mengajar, dan mengajar kaum Gen Y kepada gen Z.<sup>29</sup> Tim kepemimpinan gereja merupakan perantara terpenting sebagai pengajar dan pendidik. Mereka menjadi mentor dan pendamping dalam praktik kelas pendampingan generasi Z secara umum dalam waktu relative cukup lama. Hal ini

<sup>24</sup> Raymond M. Rigdon Howard P. Colson, *Understanding Your Church's Curriculum* (Nashville: Baptist Sunday School Board, 1981), 50.

<sup>25</sup> Timotius Haryono, "Pelayanan Multifungsi Profesional Kristen Dalam Konteks Era Revolusi [Christian Professional Multifunctional Service in the Context of the Revolutionary Era]," *Gamaliel* 3, no. 2 (2021): 72-84.

<sup>26</sup> Sari Anjani and Irwansyah Irwansyah, "Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [the Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram]," *Polyglot* 16, no. 2 (2020): 203-229.

<sup>27</sup> Sugiana, Mirawati, and Trulline, "Peran Ulama Sebagai Opinion Leader Di Pedesaan Dalam Menghadapi Informasi Hoaks, [The Role of Ulama as Opinion Leaders in Rural Areas in Facing Hoax Information]."

<sup>28</sup> Johny Christian Ruhlessin, *Struktur Organisasi Dan Misi Gereja*, ed. Rosa de Lima (Sleman: Kanisius, 2020), 14.

<sup>29</sup> Tulgan, "Meet Generation Z: The Second Generation within the Giant 'Millennial' Cohort."

memang terlihat sulit untuk dilakukan, namun pemimpin rohani harus bertanggung jawab sepenuhnya buat mereka dalam era digital ini. Junihot mengemukakan bahwa misi pendidikan Kristen berbeda dengan pendidikan kemanusiaan dan pendidikan sekuler yang naturalistik. Pendidikan Kristen mengenali, memahami, menghayati, dan menyampaikan wahyu-wahyu Tuhan, membimbing penghargaan terbesar kepada Tuhan, Pencipta dan Penebus umat manusia, dan menumbuhkan Gereja secara rohani dalam kehidupan yang dinamis.<sup>30</sup> Bila dalam beberapa waktu yang lalu kelas dan mentoring generasi digital seperti terlihat di remehkan, namun hal ini harus mengalami perubahan menyangkut urgensi kekinian

Gereja juga bertindak sebagai inisiator dalam pengembangan relasi dan komunitas. Penelitian Paul menemukan masalah disaffiliasi dan kurangnya literasi agama untuk fokus dalam keterlibatan orang dewasa yang gagal menghasilkan pengembangan model pelayanan menanggapi trend penurunan spiritual.<sup>31</sup> Dari ruang eksklusif, gereja bergerak ke ruang publik yang sifatnya sama tetapi dengan metodologis yang berbeda. Generasi digital sendiri memiliki dua pola hidup yaitu aktivitas fisik dan aktivitas virtual. Gereja bertindak sebagai perantara melalui tim yang ideal, membuka kesempatan untuk konseling, waktu untuk pengembangan bakat, dan pemenuhan diri. Artinya, kegiatan pengumpulan dan koordinasi generasi digital akan disertai dengan tujuan pengembangan dan penelitian kemampuan generasi ini yang belum terlihat.<sup>32</sup> Relasi yang terjadi dalam komunitas setidaknya dapat menjadi solusi atas problem dan pengharapan mereka. Sebab apabila dibandingkan dengan gen Y, Gen Z saat ini memiliki harapan yang jauh lebih rendah, ekspresi kepercayaan diri mereka jauh lebih berhati-hati, dan tuntutan mereka cukup sederhana.<sup>33</sup>

Knight, Grant, dan Young mengidentifikasi peran pemimpin, meningkatkan kesadaran diri, mengelola emosi dan kecerdasan emosional, dan membangun gaya kepemimpinan yang berbeda, budaya peningkatan kinerja, dan hubungan pemimpin-pengikut pada abad 21.<sup>34</sup> Gereja perlu melihat kajian ini untuk dikembangkan dalam kepemimpinan gen Z dengan beberapa penyesuaian yang mendasar dalam ranah spiritual. Metode gereja dalam membangun komunitas dan relasi harus mengalami pembaharuan dan adaptasi. Penggunaan komunikasi verbal dengan persahabatan adalah pendekatan yang sangat mereka sukai. Tindakan seperti gap, kekakuan dan seperti ingin mengajari harus dihindari.

<sup>30</sup> Simanjuntak, "Belajar Sebagai Identitas Dan Tugas Gereja.": 1.

<sup>31</sup> Paul Jarzembowski, "Mobilizing the Field Hospital: Pastoral Care as a Paradigm for Ministry with Young Adults," *Religions* 11, no. 11 (2020): 1-9.

<sup>32</sup> Hengky Pesulima et al., *Handbook Community of Love*, ed. Christianto Silitonga, kedua. (Jakarta: Sub Divisi Pembinaan COoL, 2015).

<sup>33</sup> Tulgan, "Meet Generation Z: The Second Generation within the Giant 'Millennial' Cohort."

<sup>34</sup> John Knights, Danielle Grant, and Greg Young, "Developing 21st Century Leaders, a Complete New Process," *Journal of Work-Applied Management* 12, no. 1 (2020): 6-21.

### *Influencer Rohani berperan dalam Kelanjutan Pengembangan Spiritual dan Opinion Leader*

Peran gereja sebagai inisiator dan fasilitator dalam pelayanan fisik, masih membutuhkan peran pihak lain di ruang virtual. Hal ini mengacu pada gaya hidup generasi digital yang hidup dalam dunia maya. Gereja perlu bersinergi dengan influencer yang memiliki pengaruh spiritual di media sosial. Paul Soukup menyampaikan saran strategis untuk pendidikan agama dalam budaya digital, dan Paul Glader melihat perlunya mempengaruhi teknologi komunikasi baru agar berkembang sejalan dengan agama dalam evolusi kemajuan media terkait generasi selama 15 tahun terakhir. Intinya budaya digital sangat mempengaruhi pendidikan media tentang religiusitas generasi muda.<sup>35</sup> Sedangkan Gultom melihat influencer rohani berperan besar dalam membagikan nilai spiritual, menjadi penghubung antara gen Z dan gereja lokal dalam pembangunan kerohanian generasi digital ini. Salah satu langkah jelas yang dilakukan adalah influencer membuat, menyiarkan dan memandu konten pelayanan dalam ruang virtual. Mereka memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi dalam misi dan penjangkauan, serta komunikasi verbal-apologetika rohani yang berkualitas.<sup>36</sup>

Michał, Joanna, dan Aneta menunjuk potensi Internet dengan medianya yang luas sebagai lingkungan alami bagi para praktisi Katolik untuk menjadi pembimbing dan penasihat spiritual di dunia media modern. Karakteristik Katolik mempengaruhi dan menantang arah bimbingan spiritual tradisional.<sup>37</sup> Athik menilai media online sebagai merek tersendiri, dan memiliki pengaruh untuk membangun dan mempromosikan sesuatu secara unik dalam prisma identitas. Bahkan di era digital, media ini memiliki peran penting dalam kontra narasi hal yang bertentangan. Kontra-narasi juga memiliki koherensi dan kebenaran sebagai standar penting bagi publik untuk memilih dan menilai bahwa narasi tersebut konsisten dan kredibel.<sup>38</sup> Hal penting untuk ditekankan adalah meskipun ruang media dapat dijadikan alat mengembangkan hal religious, namun dalam waktu yang bersamaan mengalami peperangan narasi dari pihak lain yang menghalanginya.

Influencer rohani bertindak sebagai eksekutor ruang media, sebagai pelaksana misi pembawa kabar baik dalam menyebarkan kebenaran Firman Tuhan lewat media sosial.<sup>39</sup> Pastor Salazar, menggambarkan dirinya sebagai “pemberi pengaruh Katolik.” mulai memposting video ke Instagram pada tahun 2018 dengan setiap video mendapat ribuan penayangan dan ratusan komentar. Dalam setahun,

<sup>35</sup> Paul Soukup and Paul Glader, “A Debate between Paul Soukup, SJ and Paul Glader on How Digital Culture Is Affecting Media Education on Religion,” *Church, Communication and Culture* 5, no. 2 (2020): 145-156.

<sup>36</sup> Joni Manumpak Parulian Gultom, “Diskursus Influencer Kristen Dalam Misi Dan Penginjilan Kepada Native Digital (Christian Influencer Discourse on Mission and Evangelism to Native Digital),” *VOX DEI* 2, no. 2 (2021): 1-16.

<sup>37</sup> Wyrostkiewicz, Sosnowska, and Wasil, “The Catholic Influencer As A Challenge For Spritual Leadership In The Age of Social Media.”

<sup>38</sup> Athik Hidayatul Ummah, “Digital Media and Counter Narrative of Radicalism,” *Jurnal THEOLOGIA* 31, no. 2 (2021): 233-256.

<sup>39</sup> Joni Manumpak Parulian Gultom, “Misi Gereja Dalam Pengembangan Praktek Penginjilan Pribadi Dan Pemuridan Generasi Z,” *Manna Rafflesia* 9, no. 1 (2022): 358-377.



akun Salazar—@Flas7.0— telah berkembang dari 5.000 menjadi lebih dari 120.000 pengikut.<sup>40</sup> Influencer rohani adalah bagian integral dari pemenuhan kebutuhan spiritual generasi digital. Hal penting diperhatikan adalah menjaga kualitas komunikasi verbal dan nilai ketertarikan mereka. Strategi pelaksanaannya memiliki pertimbangan karakter dan paradigma yang berbeda dengan generasi lain. Influencer sebagai pelaku ruang virtual memiliki kemampuan dan kepekaan untuk mentransfer elemen fisik dan spiritual gereja lokal tradisional ke ruang digital. Transformasi komunikasi kekinian telah bergeser dari kehadiran tatap muka secara fisik menjadi dunia maya. Doktrin normatif yang ketat mulai disederhanakan menjadi *hermeneutika* modern yang ringan namun mudah dicerna. Ada juga kecenderungan legitimasi yang ketat dan menakutkan untuk umat percaya secara terbuka mengakui kasih Tuhan dan menjalankan iman. Toni melihat teologi penyembuhan dan pemuridan berkembang menjadi teologi cyber, dan perlu diajarkan supaya dipahami dalam struktur gereja.<sup>41</sup>

Peran terpenting influencer rohani adalah sebagai opinion leader dalam hal spiritual. Mereka berperan sebagai mediator dalam memelihara dan meningkatkan kualitas dan kapasitas spiritual generasi Z. Kualitas unggahan atau konten yang mereka upload dapat mempengaruhi cara dan pola pikir para pengikutnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran influencer mempengaruhi pengikut tergantung pada konten yang mereka unggah dan yang mereka tulis di media sosial.<sup>42</sup> Semakin besar jumlah pengikut influencer, maka akan semakin mudah untuk nilai-nilai yang telah disampaikan sebelumnya dapat terus dipelihara dan dipatraktekan. Murat dan Erdogan dalam kajiannya menyatakan *leader influencer* memberikan inovasi yang mendorong dalam menemukan ide-ide yang menciptakan nilai, media pembelajaran yang reflektif dan mengembangkan kapasitas.<sup>43</sup> Hal ini menjadikan setiap *influencer* generasi digital *mengupgrade* diri dengan lebih baik dalam menunjukkan kebenaran dan nilai spiritual terbaik dalam media. Seperti contoh penelitian Dadan yang melihat kepribadian Ulama sebagai *opinion leader*. Dengan gelar sarjana yang mereka miliki, cukup mampu dalam membantu mereka dalam menginformasikan nilai rohani melalui media sosial yang dikenal masyarakat setempat.<sup>44</sup> Oleh sebab itu, keberadaan influencer rohani bukanlah menjadi hal pelengkap atau sekedar influencer pada umumnya. Namun kapasitas dan kapabilitas keberadaan mereka menjadi kunci penting dalam

<sup>40</sup> Manuel Rueda, "Bible-Preaching Priest Becomes Social Media Star," *Catholicphilly.Com*, last modified 2019, accessed July 31, 2021, <https://catholicphilly.com/2019/10/news/world-news/explaining-scripture-venezuelan-priest-becomes-social-media-sensation/>.

<sup>41</sup> Izak Y.M Lattu Mick Mordekhai Sopacoly, "Kekristenan Dan Spiritualitas Online. Cybertheology Sebagai Sumbangsih Berteologi Di Indonesia," *Gema Teologika : Jurnal Teologi Kontekstual dan Filsafat Keilahian* 5, no. 2 (2020): 137–151.

<sup>42</sup> Anjani and Irwansyah, "Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [the Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram].": 203.

<sup>43</sup> Sagbas Murat and Fahri Alp Erdogan, "Digital Leadership: A Systematic Conceptual Literatur Reiview," *Istanbul Kent Universitesi Insan ve Toplum Bilimleri Dergisi* 3, no. 1 (2022): 27.

<sup>44</sup> Dadang Sugiana, Ira Mirawati, "Peran Ulama Sebagai Opinion Leader Di Pedesaan Dalam Menghadapi Informasi Hoaks, [The Role of Ulama as Opinion Leaders in Rural Areas in Facing Hoax Information].": 8.

mengembangkan gambar diri generasi digital. Sebab itu, kualitas pendidikan dan pengalaman dalam bidang tertentu tidak boleh disepelekan oleh seorang *influencer* Kristen.

### ***Bentuk Sinergisitas Gereja dan Influencer Kristen***

Gereja sebagai institusi rohani bertanggung-jawab untuk menjaga kualitas standar nilai kebenaran yang hakiki sebagai dasar pelayanan dalam penjangkauan generasi Z. Hal ini penting sebagai tonggak dalam pembangunan relasi dan komunitas bersama mereka. Dalam dunia kesehatan, institusi rumah sakit dan lembaga kesehatan masyarakat bekerja sama dengan influencer dalam mensosialisasi dampak penyakit AIDS dan penularandiantara kaum pria di Cina.<sup>45</sup> Bahkan Influencer dapat memberikan dampak yang signifikan pada pengikut mereka berdasarkan apa yang mereka unggah dan tulis di media sosial di Instagram.<sup>46</sup> Analisis hasil penelitian di Mesir mengungkapkan bahwa influencer memainkan peran tidak langsung dalam negosiasi dan konstruksi identitas online penggemar mereka.<sup>47</sup> Influencer dapat bersinergi secara positif dengan lembaga lainnya. Dari sinipun peneliti melihat bahwa institusi gereja pun dapat bersinergi dengan influencer rohani. Ada beberapa bentuk sinergisitas antara gereja dan influencer dalam pembangunan spiritual generasi Z. Yang pertama adalah dalam menyatakan Esensi firman Tuhan.

Bagi Gereja Katolik, team pastoral bertindak sebagai influencer rohani dengan pembimbingan dan konselor spiritual di dunia media. Mereka berfokus pada konseling agama dan bimbingan spiritual yang bersumber dari Firman dalam memanifestasikan dirinya di ruang virtual.<sup>48</sup> Langkah mendeskripsikan secara terperinci dan tepat tentu mempunyai pendekatan yang berbeda dalam pertemuan fisik oleh pelayanan gereja dan ruang virtual oleh influencer dalam prakteknya. Subowo mengkaji cyberspace sebagai pendekatan utama dari pengembangan spiritualitas generasi Z, meskipun interaksi dan percakapan di dalamnya tidak selalu bermuatan rohani, namun gereja harus terlibat aktif dalam memberikan bimbingan kepada generasi Z. Hal kedua adalah dalam melakukan terobosan kualitas dan kuantitas relasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reaksi emosional dan hasil hubungan dalam menanggapi kritik dapat berbeda berdasarkan perbedaan individu dan konteks relasional, menunjukkan peran mereka dalam pemeliharaan hubungan dan pengembangan psikopatologi.<sup>49</sup> Jenis relational yang

<sup>45</sup> Nancy Yang et al., "Sexual Health Influencer Distribution of HIV/Syphilis Self-Tests among Men Who Have Sex with Men in China: Secondary Analysis to Inform Community-Based Interventions," *Journal of Medical Internet Research* 23, no. 6 (2021): 1-9.

<sup>46</sup> Anjani and Irwansyah, "Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [the Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram]."

<sup>47</sup> Hanan Ezzat, "Social Media Influencers and the Online Identity of Egyptian Youth," *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies* (Universitat Rovira i Virgili, 2020).

<sup>48</sup> Wyrostkiewicz, Sosnowska, and Wasil, "The Catholic Influencer As A Challenge For Spiritual Leadership In The Age of Social Media."

<sup>49</sup> Michelle Jin Yee Neoh et al., "Negative Emotional Reactions to Criticism: Perceived Criticism and Source Affects Extent of Hurt and Relational Distancing," *PLoS ONE* 17, no. 8 August (2022): 1-17.

dibangun sangat berkaitan dengan respon dan kritik. Jika pihak gereja dan influencer rohani tidak membangun relasional dalam kapasitas kasih dan penghargaan, maka generasi Z akan cenderung menolak segala bentuk nilai dan pengajaran alkitab yang dibagikan. Tim kepemimpinan Gereja secara holistik berfokus dan komitmen dalam melahirkan kelahiran baru-pertobatan, lalu mementor mereka bertumbuh, sehingga dapat melayani Tuhan dan target jangka panjang menjadi pemimpin baru. Peran gembala dan gereja dalam kepemimpinan adalah pendampingan generasi sebagai anak terkasih, sebagai teman atau sahabat dekat, berperan dalam konstruksi karakter dalam persiapan vokasi masa depan, dan tindakan melepas calon pemimpin baru yang dilatih.<sup>50</sup> Sedangkan influencer sendiri menerobos dalam konten, jangkauan serta membangun komunitas virtual. Merubah paradigma dan menuntun pola pikir generasi digital adalah melalui pendekatan seperti menjadi *trendsetter*.

Hal ketiga adalah menjadikan *digital native* sebagai objek kasih dan keluarga Ilahi. Tujuan utama sinergisitas ini adalah bertanggung jawab penuh dalam pengembangan rohani menjadi satu keluarga Ilahi. Satu contoh peran aktif gembala dalam mengenal problem kesepian dan depresi di antara gen Z adalah dengan menjadi orang tua rohani.<sup>51</sup> Penggembalaan menekankan kerendahan hati untuk menerima perbedaan serta memperbaiki gap komunikasi dalam upaya perubahan karakter gen Z. Sedangkan influencer tetap menunjukkan keteladanan dan nilai kasih dalam konten yang diunggah dan seimbang dengan karakter etika norma dalam hidup bermasyarakat. Komunitas dalam persekutuan kasih baik secara online dalam media maupun onsite dalam gereja menjadi kebutuhan dasar yang harus dijaga kualitasnya. Transisi dari onsite kepada online menunjuk kepada antisipasi keunikan pelayanan antar generasi tanpa kehilangan aspek kasih dan menjadi keluarga rohani. Sinergisitas kepemimpinan gereja dengan pengaruh influencer rohani kepada generasi digital dapat mempercepat pengembangan spiritual, menjadikan mereka bertanggung jawab sehingga dapat melahirkan pemimpin baru dalam melanjutkan tongkat estafet pergerakan kerohanian selanjutnya.

### ***Gereja Melatih dan Melahirkan Influencer Rohani yang Baru***

Dasar utama mengapa gereja harus melatih dan melahirkan influencer rohani karena mereka dapat menjadi perpanjangan tangan dari penatalayan gereja. Hal ini mengantisipasi sifat gereja yang sangat kaku dan tertinggal dalam kemajuan teknologi serta pelayanan gereja tidak maksimal dalam ruang virtual.<sup>52</sup> Gereja secara efektif menangani misi dan pewartaan kebenaran, yang merupakan bagian yang holistik dan terpadu. Panggilan Gereja dalam persekutuan (*Koinonia*), Saksi

<sup>50</sup> Joni Manumpak Parulian Gultom and Selvyen Sophia, "Kedudukan Bapa Rohani Dalam Penggembalaan Generasi Digital Menurut 1 Korintus 4:14-21 [The Spiritual Father's Position in Shepherding the Digital Generation According to 1 Corinthians 4:14-21]," *Gracia Deo* 4, no. 2 (2022): 291-314.

<sup>51</sup> Joni Manumpak Parulian Gultom and Fredy Simanjuntak, "Pastoral Strategies for the Loneliness Epidemic of the Digital Generation," *Jurnal Jaffray* 20, no. 1 (2022): 17-37.

<sup>52</sup> Gultom, "Diskursus Influencer Kristen Dalam Misi Dan Penginjilan Kepada Native Digital (Christian Influencer Discourse on Mission and Evangelism to Native Digital)."

(*Marturia*), dan Pelayanan (*Diaconia*) adalah tugas utama dan berkelanjutan dalam setiap generasi dan zaman. Demikian pula tugas ini mengalami langkah terobosan penting untuk memenuhi tugas panggilan dalam ruang virtual. Yahya mencontohkan tentang ibadah dan segala bentuk program virtual bukan hanya bentuk pelayanan, tapi mempunyai kualitas yang menggglobal.<sup>53</sup> George Barna menguraikan tentang enam dimensi tonggak utama gereja yaitu; ibadah, pemberitaan Injil, pendidikan kristiani, persekutuan orang beriman, penatalayanan dan *diakonia*.<sup>54</sup> Unsur pemberitaan Injil, pengajaran Alkitab, persekutuan dan pelayanan generasi digital menjadi fokus pengembangan ke depan.

Untuk dapat membangun sinergisitas yang maksimal dengan influencer rohani, maka langkah pertama yang diperlukan adalah gereja harus menjadi pusat pelatihan dalam melahirkan influencer rohani yang berkualitas. Gereja melakukan mentoring yang jelas dan terstruktur dalam membangun kemampuan influencer berbasiskan tiga dasar pertimbangan yaitu praktek religius yang jelas dan seimbang, pemahaman karakteristik misi penjangkaun, dan kemampuan digital yang fasih. Ketiga dasar pertimbangan ini dapat mengantisipasi problem yang menimpa para influencer terhadap kurangnya pengalaman rohani, tingkat komitmen pelayanan, serta bahan materi yang ingin disampaikan. Seorang Influencer rohani sebaiknya telah mengalami kelahiran baru dan pemulihan citra diri. Mereka sudah mengalami gambar diri sesuai Firman Tuhan, dan tidak hidup dalam kehidupan duniawi. Influencer rohani harus dilahirkan dari gereja lokal yang telah melalui proses kelahiran baru, proses pertumbuhan, dan kelas pemuridan yang teruji.

Tiga bentuk sinergisitas antara gereja dan influencer rohani dalam pembangunan spiritual generasi Z.

#### *Gereja dan Influencer Rohani bersinergi dalam isi Pesan Pertobatan*

Gereja dan penatalayanan secara lokal tetap mempunyai isi misi menjangkau setiap orang untuk diselamatkan (Yoh 3; 16). Amanat Agung ini mengalami degradasi yang cukup kuat ditandai dengan kotbah yang berfokus kepada pengembangan diri dan berkat. Gereja lebih fokus kepada pembangunan fisik daripada pembangunan mental spiritual dan mengejar keuntungan finansial semata. Pengaruh media sosial menyebabkan gereja sepenuhnya berperan sebagai garam dan terang. Gereja kembali diuji untuk terus memenuhi tanggung jawabnya (Matius 16:18-20). Gereja harus mampu menunjukkan kesinambungan keberadaan kontekstualnya sebagai perwujudan tanggung jawab dan panggilannya: persekutuan, pelayanan dan kesaksian.<sup>55</sup> Influencer memiliki kemampuan untuk mempengaruhi orang lain secara psikologis dalam media sosial. Pesan dan isi rohani yang disampaikan memiliki nilai utama kekekalan, dan harus ditegaskan

<sup>53</sup> Yahya Afandi, "Gereja Dan Pengaruh Teknologi Informasi 'Digital Ecclesiology' [The Church and the Influence of Information Technology 'Digital Ecclesiology']," *Fidei* 1, no. 2 (2018): 270-283.

<sup>54</sup> George Barna, *The Habits of Highly Effective Churches*, ed. Sumarah Tumakaka, Pertama. (Malang: Gandum Mas, 2005), 18.

<sup>55</sup> Afandi, "Gereja Dan Pengaruh Teknologi Informasi 'Digital Ecclesiology' [The Church and the Influence of Information Technology 'Digital Ecclesiology']."

agar dikembalikan kepada institusi yang benar, yaitu gereja. (Matius 16:18-19). Influencer rohani bisa saja berasal dari kalangan pendeta, ataupun terbuka juga dari kalangan manapun namun memiliki kualitas rohani dan nilai keteladanan yang tinggi. Karakter hidup seorang influencer harus sesuai dengan Firman Tuhan (Mazmur 119:1), rendah hati (Filipi 2:6-8), hidup dalam kebenaran (I Petrus 2:22), dan menjadi teladan dalam iman (I Petrus 2:24).

Selain itu, kehidupan sehari-hari mereka dipenuhi kasih serta menjadi pribadi yang mudah mengampuni dan sabar (I Korintus 13:1-13). Karena berada dalam skope pelayanan rohani, maka influencer Kristen harus kuat dalam pengajaran teologi khususna berkaitan dengan pesan Amanat Agung dan Penginjilan. Sebab itu, Gereja dan Influencer bersinergi untuk tidak melakukan kesalahan ataupun kekeliruan. Etika norma dalam masyarakat tetap dijunjung tinggi. Bentuk sinergisitas itu memberi diri influencer rohani berkomitmen dalam mengikuti mentoring dan pemuridan. Sedangkan gereja bertanggung jawab lewat tim penggembalaan sebagai pengajar dan pelatih yang berkualitas. Secara nyata, sebenarnya gereja lah sebagai lembaga yang paling bertanggung jawab untuk melahirkan dan melatih influencer-influencer rohani seperti halnya pemimpin pemimpin dalam gereja lokal. Evaluasi dan pelatihan lanjutan menjadi kebutuhan yang harus disampaikan untuk menjawab issue terkini yang menghambat spiritualitas generasi Z. Secara khas, Influencer Kristen harus senantiasa mengingat panggilan pelayanan virtual bagi generasi Z untuk mereka mengalami pertumbuhan, pemuridan, hidup dalam pelayanan, dan satu komunitas ilahi.

#### *Gembala Gereja dan Influencer bersinergi dalam Pengurapan dan Otoritas Ilahi yang Seimbang*

Pengurapan Ilahi sangat diharapkan seseorang dalam praktik pelayanan seperti pelayanan minggu, pelayanan berdoa, penggembalaan dan misi penginjilan. Karunia dan talenta rohani menjadi sebuah kebutuhan untuk setiap tugas yang telah diembankan kepada gereja. Hal demikian juga berlaku bagi seorang influencer Rohani. Pelayanan karunia mencerminkan perkembangan menurut karunia karunia Roh Kudus yang diberikan Allah sehubungan perkembangan pelayanan secara global dalam era digital. Pelayanan ini merupakan kebutuhan mendesak dalam bentuk pelayanan aktual yang wajib ditanggapi dan dipersiapkan.<sup>56</sup> Influencer rohani juga memiliki kualitas dan komitmen dalam berdoa, pujian dan penyembahan. Hal ini menjadi metode dalam menjaga kualitas pengurapan Ilahi. Mereka berjaga-jaga dan sadar untuk bertindak hati-hati terhadap dosa dan ransangan dunia dalam peperangan rohani (Efe 6: 10-18). Hal penting untuk dipahami oleh setiap influencer rohani adalah mereka mengerti tentang panggilan mereka sebagai pemimpin spiritual dalam pelayanan media. Selain memahami panggilan, mereka juga harus dapat menunjukkan kehidupan spiritual yang

<sup>56</sup> Harls Evan R. Siahaan, "Aktualisasi Pelayanan Karunia Di Era Digital," *Epigraphe: Jurnal Teologi Dan Pelayanan Kristiani* 1, no. 1 (2017): 21, <https://doi.org/https://doi.org/10.33991/epigraphe.v1i1.7>.



bertumbuh dan menjadi contoh di tempat mereka melayani.<sup>57</sup> Oleh sebab itu gembala gereja harus bersinergi dengan influencer rohani yang merupakan bagian dari penatalayanan yang dibangun gereja. Gembala gereja menerima urapan dan otoritas dari Tuhan dan itu diteruskan kepada para influencer rohani. Setiap visi misi yang akan dilakukan dalam gereja lokal, diterangkan dan digambarkan juga kepada influencer rohani. Mereka diperkenalkan, didoakan, dimentoring serta diberikan otoritas juga untuk dapat melakukan pelayanan mujizat, tanda ajaib atau pelepasan.

#### *Gembala Gereja dan Influencer Rohani bersinergi dalam menunjukkan Nilai Etika dan Norma yang Alkitabiah*

Etika dan norma Alkitabiah sudah menjadi standar operasional prosedur utama dalam penatalayanan gereja. Nilai nilai Kerajaan Allah tidak boleh kehilangan standar tinggi meskipun dalam praktek pelayanan sangat kompleks dan memerlukan fleksibilitas yang tinggi. Etika dan norma seorang pemimpin atau gembala gereja berhubungan dengan kejujuran, kehidupan keluarga, tidak terjerat masalah hukum, tidak terlibat percabulan dan prostitusi, tidak ada politik praktis, atau reputasi yang buruk di masyarakat. Ronda menyebut prinsip integritas untuk membangun komunitas sipil yang transparan, dalam mendukung komitmen kekudusan yang dimulai dari keluarga dan berlanjut di gereja dan komunitas lainnya. Penting bagi praktisi rohani dalam memilih metode dan cara yang tepat dalam mengungkapkan pendapat, menghormati orang lain, dan menghindari penghujatan dan kebencian di media sosial.<sup>58</sup>

Sedangkan praktik dalam konten media sosial, tidak ada standar yang jelas. Influencer rohani harus dapat bersinergi dengan etika dan norma yang dipegang dalam gereja lokal meskipun memiliki kebebasan berpikir, bertindak dengan komunikasi dan bahasa yang lebih luas. Prinsip etika dan norma Kristus harus senantiasa dipegang teguh. Oleh sebab itu gereja bersinergi dengan influencer untuk membangun kerohanian generasi Z pada nilai-nilai dan norma-norma etika yang terdapat dalam Firman Tuhan. Influencer rohani memiliki kecenderungan lebih banyak pengikutnya dalam media sosial dibanding dengan gereja yang mengutusnyanya, namun tindakan loyalitas dan kerendahan hati serta kesetiaan mereka untuk tidak mencuri kemuliaan Tuhan ditandai dengan tetap terpaut dengan gereja lokal yang memayunginya serta dapat menjaga kualitas kerendahan hati yang tinggi dalam bekerja-sama dengan pihak manapun.

#### *Kualitas Firman Tuhan Yang terjaga dan Unsur Membangun Sinergisitas*

Gereja berperan sebagai inisiator dan mediator pengembangan spiritual jemaat lokal. Tim pastoral berposisi sebagai pemegang otoritas dalam melakukan terobosan yang diperlukan sesuai dengan Firman Tuhan. Gereja terlibat dan bergerak penuh dalam komunitas *native digital* dengan kualitas Firman Tuhan.

<sup>57</sup> Alfius Areng Mutak, "Reposisi Hati : Memahami Panggilan Dan Dinamika Spiritualitas Hamba Tuhan [Repositioning the Heart: Understanding the Call and Spiritual Dynamics of God's Servant]," *SOLA GRATIA: Jurnal Teologi Biblika dan Praktika* 2, no. 1 (2020): 46–65.

<sup>58</sup> Daniel Ronda, "Kepemimpinan Kristen Di Era Disrupsi Teknologi," *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili Dan Pembinaan Warga Jemaat* 3, no. 1 (2019): 6, <https://doi.org/10.46445/ejti.v3i1.125>.

Namun kualitas Firman Tuhan baik secara fisik maupun virtual tidak menunjukkan eksistensi yang besar di kalangan gen Z. Burge dan Ryan memaparkan bahwa 17% anak muda sebagai ateis atau agnostik, dan 31% mengatakan bahwa mereka tidak terikat pada agama tertentu. Mereka adalah generasi pertama dalam sejarah di mana tidak ada yang jelas melebihi jumlah orang Kristen.<sup>59</sup> Gereja perlu prihatin dan mencari sebab muasal kemunduran ini. Dua Penyebab utama mundurnya generasi muda dari aktivitas rohani adalah khotbah yang tidak membangun rohani mereka dan kesempatan pelayanan yang sedikit. Oleh sebab itu Misi gereja dalam *kerygma* dalam pemberitaan Firman Tuhan menjadi unsur utama misi gereja dan Influencer rohani. Apabila gereja dan influencer rohani memiliki kualitas pengajaran dan penyampaian Firman Tuhan yang seimbang maka pertumbuhan generasi Z dapat lebih mudah terjadi.

Kualitas Firman yang diajarkan harus dapat dipraktekkan dan sesuai dengan kebutuhan kekinian (Yoh 4:24; 8:31-31; 14:6; Yes 55:7). Mutak menyebut istilah *Oratio*, yaitu tindakan internalisasi seseorang dalam praktek kehambaan, pujian, rasa syukur dan pertobatan sebagai implikasi dari perenungan Firman yang diikuti oleh pujian dan penyembahan.<sup>60</sup> Influencer harus mengembangkan sosok komunikator efektif dan efisien dalam pernyataan dari karunia-karunia Roh Kudus yang bekerja secara maksimal untuk menyampaikan pesan, berkotbah, atau mengajar. Harls Evan menyatakan bahwa gereja virtual harus selalu bergantung kepada pekerjaan Roh Kudus yang mengurapi pengkotbah dan pelayan Tuhan.<sup>61</sup> Setiap pelayanan Firman Tuhan harus disertai dengan otoritas dan kuasa yang mengubah (Yes 55:10-11a; Lukas 4:18; Mazmur 109:9,105; Matius 4:4; Ibrani 4:12).

Ukuran yang bisa dipergunakan merujuk kepada *Ecclesiology virtual* oleh Yahya Afandi merupakan kebutuhan utama misi gereja kekinian secara penuh dan terorganisir dengan baik. Gereja harus peduli dan berperan aktif kepada generasi Z ini dalam metode, pola, kotbah, pengajaran, perhatian dan kasih, termasuk dalam pujian dan penyembahan.<sup>62</sup> Tony Salurante menyebut kekuatan *Cybertheology* dalam dunia virtual dapat menjadi kontribusi penting dalam membantu kekristenan *digital native* untuk berspiritualitas mengenai Tuhan yang tidak dapat dikurung dalam ruang dan waktu.<sup>63</sup> Robert Schnase menuliskan gereja mempunyai pelayanan dan misi yang berani dalam mengambil resiko. Pelayanan yang melakukan terobosan perubahan hidup dan katalisator perubahan masyarakat.<sup>64</sup> Implikasi yang diharapkan adalah generasi Z dapat mengaktualisasi diri sebagai umat percaya, lahir baru, penuh Roh Kudus dan memiliki kemampuan untuk pelayanan

<sup>59</sup> Ryan P. Burge, "Gen Z and Religion in 2021," *Religioninpublic.Blog*, last modified 2022, accessed July 21, 2022, <https://religioninpublic.blog/2022/06/15/gen-z-and-religion-in-2021/>.

<sup>60</sup> Mutak, "Reposisi Hati : Memahami Panggilan Dan Dinamika Spiritualitas Hamba Tuhan." 62.

<sup>61</sup> Siahaan, "Aktualisasi Pelayanan Karunia Di Era Digital [Actualization of Gift Service in the Digital Age]."

<sup>62</sup> Afandi, "Gereja Dan Pengaruh Teknologi Informasi 'Digital Ecclesiology' [The Church and the Influence of Information Technology 'Digital Ecclesiology']."

<sup>63</sup> Mick Mordekhai Sopacoly, "Kekristenan Dan Spiritualitas Online. Cybertheology Sebagai Sumbangsih Berteologi Di Indonesia."

<sup>64</sup> Robert Schnase, *5 Ciri Jemaat Yang Bertumbuh*, ed. Yuliati, Pertama. (Malang: Gandum Mas, 2016), 91.

selanjutnya. Praktek pemberitaan Firman tidak terhalang dan terus berkarya dalam gereja fisik dan menjawab tantangan dunia virtual khususnya mengenai isu isu kekudusan, keselamatan, kekekalan, karakter Ilahi, kasih dan sukacita, dan lain sebagainya.

Oleh sebab itu beberapa unsur penting dibutuhkan agar sinergisitas gereja dan influencer rohani dapat terjadi secara maksimal yaitu unsur terobosan dan transformasi. Target utama dari kegerakan transformasi adalah generasi Z dengan gereja menjadi satu Tubuh Kristus, antara ruang fisik dan virtual terjadi kesinambungan. Generasi Z ini menyadari arti peran dalam memberi pengaruh kepada komunitasnya menjadi garam dan terang dunia (Matius 5:13-18). Prosesnya dimulai ketika mereka berkomitmen dalam pertumbuhan dan pemuridan. Bukan saja mengenal pribadi Tuhan tetapi juga mengetahui dan menggenapi tujuan hidup, serta menyadari jati diri yang sesungguhnya (Yohanes 3:5-6; 10:10). Pesan dan pendekatan untuk generasi ini adalah membuka diri secara sadar dan mengalami pemulihan – pemulihan dalam menjalani proses yang ada. Pengajaran dan memberi motivasi untuk mereka mengerti kehendak Tuhan yang sesungguhnya (2Timotius 2:4; Ibrani 12:1-3).

Hal kedua adalah menolong dan mendampingi Influencer rohani dalam tanggungjawabnya mengarahkan *native digital* kepada gereja lokal, tempat di mana mereka dapat terus di *follow-up*. Gereja-gereja lokal menawarkan sambutan yang berbeda dan lebih baik kepada generasi digital yang antusias. Mereka dapat secara proaktif menanggapi semua undangan dan pesan kebenaran, tetapi gereja juga dapat memanfaatkan semua kemungkinan dan kemampuan khusus untuk membangun layanan, akuntabilitas, dan loyalitas. Tentu saja hal ini berdampak positif pada perubahan spiritual mereka. Gereja melatih dirinya untuk peka dan menerima fenomena gerakan dan kekhasan generasi Z ini. Gereja yang bergerak lambat cenderung meremehkan keberadaan mereka dan berisiko ditinggalkan. Persiapkan ruang sebanyak mungkin, berikan peluang, dan bagikan platform layanan agar Anda dapat bereksplorasi dan berkembang secara bebas, namun dengan cara yang berkualitas.

Hal ketiga adalah misi penginjilan. Nilai ini tetap menjadi bagian penting dalam memulihkan spiritualitas generasi Z dengan menunjukkan Injil sebagai satu satunya harapan dan mengarahkan pribadi mereka dalam mengambil keputusan untuk bertobat. Oleh sebab itu, gereja dan influencer rohani tidak punya pilihan untuk senantiasa berperan sebagai Penginjil. Gambaran tindakan seorang penginjil adalah menyaksikan tentang pengalaman perjumpaan dengan Tuhan (Lukas; 21:13-15; Yohanes 1:15; Kisah 1:8). Perjumpaan Ilahi yang benar dan mengalami pertumbuhan rohani dapat membawa mereka menjadi teladan (Matius 5:16; 1 Tim 6:12; 1 Yoh 2:6). Namun karakteristik motivasi yang tulus menjadi syarat yang harus dimiliki (Matius 25:31-40; 10:16), bertindak dengan ketaatan dalam menjalankan perintah Tuhan seperti seorang prajurit yang taat (2Tim 1:8; 2:1-4; Mat 28:18-20), dan berjalan dalam pengurapan untuk menyatakan kuasa Ilahi (Mat 10:5-8; Kisah 11:21). Barna menyebutkan gereja yang paling efektif adalah gereja yang sepenuhnya melibatkan diri kepada penginjilan dan harus menyelesaikan tugas tersebut.<sup>65</sup>

<sup>65</sup> Barna, *The Habits of Highly Effective Churches*, 129.

## **Implikasi**

Sinergisitas yang terbangun antara gereja dan influencer rohani dalam bentuk pengembangan relasi dan komunitas; misi pembawa kabar baik dalam menyebarkan kebenaran Firman Tuhan; serta menajadikan mereka sebagai objek kasih dan keluarga Ilahi. Maka setiap pelayanan gereja lokal dan bersinergi dengan pelayanan virtual akan membangun kualitas spiritual generasi Z ketika mereka menjadi lebih aktif dan terbeban secara rohani dalam kegiatan kegiatan yang berkaitan dengan spiritual. Ketersediaan hati dan waktu untuk ambil bagian dalam dalam saat teduh ataupun komunitas yang tersedia. Mereka menjadi pribadi yang secara aktif siap untuk dilatih, dimentoring dan di muridkan. Mereka mampu memimpin komunitas kecil, serta sharing singkat dalam Firman Tuhan di beberapa pertemuan, atau bahkan ambil bagian dalam pelayanan media sosial sebagai bentuk nyata dari spiritualitas yang berkembang. Peningkatan kualitas rohani menuju kedewasaan dengan menghasilkan buah Roh dan ketaatan menjadi target utama.

## **Rekomendasi untuk Penelitian Lanjutan**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dalam kajian kontekstual sinergisitas gereja dan influencer rohani dalam pengembangan spiritual generasi Z. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji dalam pendekatan kuantitatif untuk melihat seberapa besar pengaruh gereja dan influencer rohani terhadap pengembangan spiritualitas generasi Z ini secara parsial ataupun simultan. Alternatif penelitian yang lain adalah kajian sinergisitas gereja dan influencer rohani dalam pembentukan citra diri atau terhadap penginjilan -pemuridan generasi Z ini.

## **Kesimpulan**

Generasi Z hidup dalam kehidupan fisik dan virtual secara bersamaan. Dengan jumlah populasi terbesar didunia, maka generasi ini akan memegang kendali dan menjadi kreator utama dalam banyak aspek kehidupan untuk 7 tahun di hadapan. Namun kehidupan kerohanian mereka mengalami stagnasi, bahkan generasi Z inilah yang sangat mudah mengalami kemunduran dan meninggalkan gereja. Gereja lokal bertanggung jawab dalam pembangunan rohani Gen Z secara fisik. Namun dalam era virtual, terbuka kesempatan besar untuk Influencer rohani membangun spiritualitas mereka dalam media sosial. Gereja memang mengenal dan telah melakukan pelayanan media sosial sebelumnya. Hanya sering kali praktisi gereja lokal yang masuk dalam pelayanan media selalu dikonotasikan sebagai influencer Kristen. Sedangkan tidak sedikit influencer rohani yang memiliki beban pelayanan gen Z dalam media namun terpisah dari gereja dan bertindak secara pribadi. Diperlukan suatu bentuk sinergisitas antar dua pihak yang berkompeten ini dalam menemukan langkah langkah pelayanan yang lebih maksimal. Adapun langkah sinergisitas yang dilakukan adalah dengan pengembangan relasi dan komunitas secara fisik dan berlanjut secara virtual; misi sebagai pembawa kabar baik dalam menyebarkan kebenaran Firman Tuhan; serta menjadikan generasi Z sebagai objek kasih dan keluarga Ilahi dalam pelayanan dan kontenprogram. . Hal kedua adalah dengan mendesain ulang konstruksi Firman Tuhan secara virtual, yaitu dengan pelayanan gereja dan influencer rohani berfokus

pada pola terobosan dan transformasi, menolong dan mendampingi Influencer rohani dalam tanggungjawabnya mengarahkan native digital kepada gereja lokal, tempat di mana mereka dapat di follow-up, dan tetap melanjutkan misi penginjilan semaksimal mungkin.

## Rujukan

- Afandi, Yahya. "Gereja Dan Pengaruh Teknologi Informasi 'Digital Ecclesiology' [The Church and the Influence of Information Technology 'Digital Ecclesiology']." *Fidei* 1, no. 2 (2018): 270-283.
- Ahmad, Amar. "Media Sosial Dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial [Social Media And Millennial Generation Future Challenges]." *Avant Garde* 8, no. 2 (2020): 134-148.
- Anjani, Sari, and Irwansyah Irwansyah. "Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [the Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram]." *Polyglot* 16, no. 2 (2020): 203-229.
- Barna, George. *The Habits of Highly Effective Churches*. Edited by Sumarah Tumakaka. Pertama. Malang: Gandum Mas, 2005.
- Burge, Ryan P. "Gen Z and Religion in 2021." *Religioninpublic.Blog*. Last modified 2022. Accessed July 21, 2022. <https://religioninpublic.blog/2022/06/15/gen-z-and-religion-in-2021/>.
- Christiani, Lintang Citra, and Prinisia Nurul Iksari. "Generasi Z Dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi Dalam Perspektif Budaya Jawa [Generation Z and Maintenance of Inter-Generational Relations in the Perspective of Javanese Culture]." *Jurnal komunikasi dan kajian media* 4, no. 2 (2020): 84-105.
- David Kinnaman. "The Priorities, Challenges, and Trends in Youth Ministry." *Barna Group*. Last modified 2016. Accessed July 31, 2021. <https://www.barna.com/research/the-priorities-challenges-and-trends-in-youth-ministry/>.
- Ezzat, Hanan. "Social Media Influencers and the Online Identity of Egyptian Youth." *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*. Universitat Rovira i Virgili, 2020.
- Gultom, Joni M. P., Manahan Simanjuntak, Ester Lina Situmorang, Ronald Sianipar, and Septerianus Waruwu. "Strategi Musik Dan Kerygma Influencer Kristen Berdasarkan Kepemimpinan Daud Dalam Membangun Motivasi Diri Native Digital [Christian Influencer Music and Kerygma Strategy Based on David's Leadership in Building Native Digital Self-Motivation]." *EPIGRAPHE* 5, no. 2 (2021): 161-175.
- Gultom, Joni Manumpak Parulian. "Diskursus Influencer Kristen Dalam Misi Dan Penginjilan Kepada Native Digital (Christian Influencer Discourse on Mission and Evangelism to Native Digital)." *VOX DEI* 2, no. 2 (2021): 1-16.
- — —. "Misi Gereja Dalam Pengembangan Praktek Penginjilan Pribadi Dan Pemuridan Generasi Z." *Manna Rafflesia* 9, no. 1 (2022): 358-377.
- Gultom, Joni Manumpak Parulian, and Fredy Simanjuntak. "Pastoral Strategies for the Loneliness Epidemic of the Digital Generation." *Jurnal Jaffray* 20, no. 1 (2022): 17-37.



- Gultom, Joni Manumpak Parulian, and Selvyen Sophia. "Kedudukan Bapa Rohani Dalam Penggembalaan Generasi Digital Menurut 1 Korintus 4:14-21 [The Spiritual Father's Position in Shepherding the Digital Generation According to 1 Corinthians 4:14-21]." *Gracia Deo* 4, no. 2 (2022): 291-314.
- Handi Irawan D, Cemara A. Putra. "Gereja Sudah Tidak Menarik Bagi Kaum Muda, [The Church Is Not Attractive To Young People]." *Bilangan Research Center*. Last modified 2018. Accessed July 31, 2021. <http://bilanganresearch.com/gereja-sudah-tidak-menarik-bagi-kaum-muda.html>.
- Haryono, Timotius. "Pelayanan Multifungsi Profesional Kristen Dalam Konteks Era Revolusi [Christian Professional Multifunctional Service in the Context of the Revolutionary Era]." *Gamaliel* 3, no. 2 (2021): 72-84.
- Howard P. Colson, Raymond M. Rigdon. *Understanding Your Church's Curriculum*. Nashville: Baptist Sunday School Board, 1981.
- Irawan, Handi. "Spiritualitas Umat Kristen Indonesia 2021 [Indonesian Christian Spirituality 2021]." *Bilangan Research Center*. Jakarta, 2021.
- Jackelén, Antje. "Technology, Theology, and Spirituality in the Digital Age." *Zygon* 56, no. 1 (2021): 6-18.
- Jarzembowski, Paul. "Mobilizing the Field Hospital: Pastoral Care as a Paradigm for Ministry with Young Adults." *Religions* 11, no. 11 (2020): 1-9.
- Jayani, Dwi Hadya. "Proporsi Populasi Generasi Z Dan Milenial Terbesar Di Indonesia [The Largest Proportion of the Population of Generation Z and Millennials in Indonesia." Central Bureau of Statistics, 2021]." *Badan Pusat Statistik*. Last modified 2021. Accessed September 15, 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia>.
- Knights, John, Danielle Grant, and Greg Young. "Developing 21st Century Leaders, a Complete New Process." *Journal of Work-Applied Management* 12, no. 1 (2020): 6-21.
- Kristyowati, Yuli. "Generasi 'Z' Dan Strategi Melayaninya [Generation 'Z' And Strategies To Serve It]." *Ambassadors: Journal of Theology and Christian Education* 2, no. 1 (2021): 23-34.
- Lewis, Bex. "Social Media, Peer Surveillance, Spiritual Formation, and Mission: Practising Christian Faith in a Surveilled Public Space." *Surveillance and Society* 16, no. 4 (2018): 517-532.
- Manuel Rueda. "Bible-Preaching Priest Becomes Social Media Star." *Catholicphilly.Com*. Last modified 2019. Accessed July 31, 2021. <https://catholicphilly.com/2019/10/news/world-news/explaining-scripture-venezuelan-priest-becomes-social-media-sensation/>.
- Mick Mordekhai Sopacoly, Izak Y.M Lattu. "Kekristenan Dan Spiritualitas Online. Cybertheology Sebagai Sumbangsih Berteologi Di Indonesia." *Gema Teologika: Jurnal Teologi Kontekstual dan Filsafat Keilahian* 5, no. 2 (2020): 137-151.
- Murat, Sagbas, and Fahri Alp Erdogan. "Digital Leadership: A Systematic Conceptual Literature Reiview." *Istanbul Kent Universitesi Insan ve Toplum Bilimleri Dergisi* 3, no. 1 (2022): 17-36.

- Mutak, Alfius Areng. "Reposisi Hati: Memahami Panggilan Dan Dinamika Spiritualitas Hamba Tuhan [Repositioning the Heart: Understanding the Call and Spiritual Dynamics of God's Servant]." *SOLA GRATIA: Jurnal Teologi Biblika dan Praktika* 2, no. 1 (2020): 46-65.
- Neoh, Michelle Jin Yee, Jia Hui Teng, Albert Lee, Peipei Setoh, Claudio Mulatti, and Gianluca Esposito. "Negative Emotional Reactions to Criticism: Perceived Criticism and Source Affects Extent of Hurt and Relational Distancing." *PLoS ONE* 17, no. 8 August (2022): 1-17.
- Oktavia, Winda. "Memahami 6 Karakter Generasi Z, Bukan Cuma Familiar Teknologi Sejak Kecil." *Tempo.Co*. Jakarta, 2021. Last modified 2021. Accessed October 3, 2021. [gaya.tempo.co/read/1467165/memahami-6-karakter-generasi-z-bukan-cuma-familiar-teknologi-sejak-kecil](https://gaya.tempo.co/read/1467165/memahami-6-karakter-generasi-z-bukan-cuma-familiar-teknologi-sejak-kecil).
- Pate, G. Marvin. *Teologi Paulus [Paul's Theology]*. Kedua. Malang: Gandum Mas, 2020.
- Pesulima, Hengky, Andreas E Nugroho, Sapto Edhi Rahardjo, Iwan Kohar, and Suhandi. *Handbook Community of Love*. Edited by Christianto Silitonga. Kedua. Jakarta: Sub Divisi Pembinaan COoL, 2015.
- Purnomo, Aldrin, and Yudhy Sanjaya. "Tantangan Dan Strategi Gereja Menjalankan Misi Allah Dalam Menghadapi Penerapan Industri 4.0 Di Indonesia [Challenges and Strategies of the Church Carrying Out God's Mission in Facing the Application of Industry 4.0 in Indonesia]." *Diagnosis* 3, no. 2 (2020): 91-106.
- Ronda, Daniel. "Kepemimpinan Kristen Di Era Disrupsi Teknologi [Christian Leadership in the Age of Technological Disruption]." *Evangelikal* 3, no. 1 (2019): 1-8.
- Ruhlessin, Johnny Christian. *Struktur Organisasi Dan Misi Gereja*. Edited by Rosa de Lima. Sleman: Kanisius, 2020.
- Schnase, Robert. *5 Ciri Jemaat Yang Bertumbuh [5 Characteristics of a Growing Congregation]*. Edited by Yulianti. Pertama. Malang: Gandum Mas, 2016.
- Siahaan, Harls Evan R. "Aktualisasi Pelayanan Karunia Di Era Digital [Actualization of Gift Service in the Digital Age]." *Epigraphe: Jurnal Teologi dan Pelayanan Kristiani* 1, no. 1 (2017): 23-38.
- Simanjuntak, Junihot M. "Belajar Sebagai Identitas Dan Tugas Gereja [Learning As Church Identity And Duty]." *Jurnal Jaffray* 16, no. 1 (2018): 1-24.
- Soukup, Paul, and Paul Glader. "A Debate between Paul Soukup, SJ and Paul Glader on How Digital Culture Is Affecting Media Education on Religion." *Church, Communication and Culture* 5, no. 2 (2020): 145-156.
- Subowo, Adhika Tri. "Membangun Spiritualitas Digital Bagi Generasi Z, [Building Digital Spirituality for Generation Z]." *Dunamis* 5, no. 2 (2021): 379-395.
- Sugiana, Dadang, Ira Mirawati, and Putri Trulline. "Peran Ulama Sebagai Opinion Leader Di Pedesaan Dalam Menghadapi Informasi Hoaks, [The Role of Ulama as Opinion Leaders in Rural Areas in Facing Hoax Information]." *Avant Garde* 7, no. 1 (2019): 1-18.
- Toatubun, Henrik. "Influencer Rohani Milenial, Ps Raditya Oloan Pangabeian Tutup Usia." *Suaradamai.Com*. Last modified 2021. Accessed October 7, 2021. <https://www.suaradamai.com/influencer-rohani-milenial-ps-raditya-oloan->

- pangabebean-tutup-usia/.
- Tulgan, Bruce. "Meet Generation Z: The Second Generation within the Giant 'Millennial' Cohort." *RainmakerThinking*. Last modified 2013. Accessed January 1, 2022. <https://grupespsichoterapija.lt/wp-content/uploads/2017/09/Gen-Z-Whitepaper.pdf>.
- Ummah, Athik Hidayatul. "Digital Media and Counter Narrative of Radicalism." *Jurnal THEOLOGIA* 31, no. 2 (2021): 233-256.
- Wyrostkiewicz, Michal, Joanna Sosnowska, and Aneta Wojciszyn- Wasil. "The Catholic Influencer As A Challenge For Spritual Leadership In The Age of Social Media." *Journal for the Study of Religions and Ideologies* 21, no. 61 (2022): 81-96.
- Yang, Nancy, Dan Wu, Yi Zhou, Shanzi Huang, Xi He, Joseph Tucker, Xiaofeng Li, et al. "Sexual Health Influencer Distribution of HIV/Syphilis Self-Tests among Men Who Have Ssex with Men in China: Secondary Analysis to Inform Community-Based Interventions." *Journal of Medical Internet Research* 23, no. 6 (2021): 1-9.
- Zaluchu, Sonny Eli. "Di Dalam Penelitian Agama." *Evangelical* 4, no. 1 (2020): 28-38.
- Zarzycki, Stanisław T. "'History' as a Category in Contemporary Spiritual Theology." *Verbum Vitae* 38, no. 1 (2020): 385-402.