

Peran Media Sosial sebagai Sarana Penginjilan Efektif dalam Menjangkau Jiwa-Jiwa

Nurlela S. Oematan^{1*}, Lucky Antonio², Matius Kala'tiku³, Anita Mariana Parulian Butar-Butar⁴, Chanita Christie⁵
¹⁻⁵ STT Kerusso Indonesia, Inodnesia

Alamat: PXGW+RM4, Jl. Bambu Kuning Selatan, RT.004/RW.002, Sepanjang Jaya, Kec. Rawalumbu, Kota Bks, Jawa Barat 17114
Korespondensi penulis: nurlela@sttkerussoindonesia.ac.id

Abstract: *The role of social media as an effective means of evangelism in reaching souls around us. With the development of technology and the high use of social media among the community, this media platform has become a strategic tool for evangelists to spread the message of faith. This Media Role study analyzes various methods and content used in digital evangelism. Through a qualitative approach, data was collected from interviews, surveys, and content analysis published on social media. The results of the study indicate that social media not only expands the reach of evangelism, but also facilitates more personal and in-depth interactions with individuals. Thus, social media has proven to be a very useful innovative tool. Evangelization efforts, which can overcome geographical and cultural boundaries, and respond to the spiritual needs of modern society.*

Keywords: *social media; evangelism; effectiveness; young generation; communication*

Abstrak: Peran media sosial sebagai sarana penginjilan yang efektif dalam menjangkau jiwa-jiwa disekitar kita. Dengan berkembangnya teknologi dan tingginya penggunaan media sosial di kalangan masyarakat, platform media ini menjadi alat yang strategis bagi para penginjil untuk menyebarkan pesan iman. Penelitian Peran Media ini menganalisis berbagai metode dan konten yang digunakan dalam penginjilan digital. Melalui pendekatan kualitatif, data dikumpulkan dari wawancara, survei, dan analisis konten yang dipublikasikan di media sosial. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa media sosial ini tidak hanya memperluas jangkauan penginjilan, melainkan juga memfasilitasi interaksi yang lebih personal dan mendalam dengan individu. Dengan demikian maka, media sosial terbukti sebagai alat yang inovatif yang sangat berguna. Upaya evangelisasi, yang dapat mengatasi batasan geografis dan kultural, serta merespons kebutuhan spiritual masyarakat modern.

Kata kunci: media sosial; penginjilan; efektivitas; generasi muda; komunikasi

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Dengan jumlah pengguna yang terus meningkat, media sosial menawarkan potensi besar untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan. Pemanfaatan platform ini dalam konteks penginjilan perlu dieksplorasi lebih dalam, terutama untuk memahami bagaimana cara terbaik menjangkau jiwa-jiwa yang belum mengenal iman.

Rumusan Masalah

Bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana yang efektif dalam penginjilan? Apa saja faktor yang mempengaruhi keberhasilan penginjilan melalui platform ini? Siapa saja audiens yang dapat dijangkau dan bagaimana karakteristik mereka?

Pendekatan Pemecahan Masalah

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan menggabungkan wawancara dan survei. Peneliti akan menggali pandangan dan pengalaman praktisi penginjilan serta audiens yang telah terpengaruh oleh penginjilan melalui media sosial.

State of the Art dan Kebaruan

Meski sudah ada beberapa penelitian mengenai penggunaan media sosial dalam konteks pemasaran, penelitian tentang penggunaan media sosial sebagai alat penginjilan masih terbatas. Penelitian ini menawarkan perspektif baru dengan memfokuskan pada analisis efektivitas media sosial dalam konteks spiritual dan keagamaan.

Peta Jalan (Road Map) Penelitian Selama 5 Tahun

- a. Tahun 1: Studi literatur dan pengembangan kerangka kerja penelitian.
- b. Tahun 2: Pengumpulan data melalui wawancara dan survei.
- c. Tahun 3: Analisis data dan penulisan hasil penelitian.
- d. Tahun 4: Publikasi hasil dalam seminar dan jurnal nasional.
- e. Tahun 5: Evaluasi dampak penelitian dan pengembangan lanjutan.

Dengan mengikuti peta jalan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pemanfaatan media sosial untuk penginjilan yang lebih efektif.

Latar Belakang dan Rumusan Masalah

a. Latar Belakang

Media sosial telah merevolusi cara orang berkomunikasi, menjadikannya platform yang sangat efektif untuk menyebarkan informasi. Dengan populasi pengguna yang mencapai miliaran, media sosial menawarkan peluang unik untuk penginjilan. Namun, pemanfaatan media sosial dalam konteks penginjilan masih minim, terutama dalam memahami cara terbaik untuk menjangkau audiens yang beragam. Dalam konteks ini, penting untuk mengeksplorasi efektivitas media sosial sebagai sarana penginjilan, mengingat banyaknya jiwa yang dapat dijangkau melalui platform ini.

b. Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana efektivitas media sosial sebagai sarana penginjilan dalam menjangkau jiwa-jiwa yang belum mengenal iman?
- 2) Apa faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan penginjilan melalui media sosial?
- 3) Siapa audiens yang paling responsif terhadap penginjilan melalui platform ini, dan apa karakteristik mereka?

c. Urgensi Penelitian

Penelitian ini penting untuk mengidentifikasi strategi yang dapat digunakan dalam penginjilan modern. Dengan memahami bagaimana media sosial berfungsi sebagai alat penginjilan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi organisasi keagamaan dan individu yang ingin memanfaatkan teknologi untuk menyebarkan pesan keagamaan.

Pendekatan Pemecahan Masalah

a. Pendekatan

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman, pandangan, dan kebutuhan audiens secara mendalam. Dengan melakukan wawancara mendalam dan survei online, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih luas mengenai efektivitas media sosial dalam penginjilan.

b. Strategi Pemecahan Masalah

- 1) Wawancara Mendalam: Melibatkan praktisi penginjilan untuk mendapatkan perspektif mereka mengenai penggunaan media sosial.
- 2) Survei Online: Mengumpulkan data dari audiens yang terpengaruh oleh penginjilan melalui media sosial untuk memahami karakteristik dan respon mereka.
- 3) Analisis Konten: Menganalisis konten yang dihasilkan dalam penginjilan di media sosial untuk menentukan elemen yang paling menarik perhatian audiens.

State of the Art dan Kebaruan

a. Keunggulan

Penelitian ini menawarkan pendekatan yang lebih sistematis dan terintegrasi dalam menganalisis penggunaan media sosial untuk penginjilan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang cenderung terfokus pada aspek teknis atau pemasaran. Penelitian sebelumnya sering kali tidak mempertimbangkan konteks spiritual dan karakteristik audiens secara mendalam.

b. Kebaruan

- 1) Aspek Pendekatan: Penelitian ini menggabungkan analisis kualitatif dan kuantitatif untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang efektivitas media sosial dalam penginjilan.
- 2) Metode: Dengan menggunakan wawancara mendalam dan survei, penelitian ini mampu menggali insight dari berbagai perspektif, termasuk praktisi dan audiens.

- 3) Fokus Audien: Penelitian ini juga berfokus pada karakteristik audiens yang dapat dijangkau, yang sering diabaikan dalam penelitian sebelumnya.

Peta Jalan Penelitian

- a. Tahapan yang Telah Dicapai
 - 1) Studi Literatur: Pengumpulan informasi awal mengenai media sosial dan penginjilan.
 - 2) Pengembangan Kerangka Teoretis: Penyusunan kerangka kerja untuk penelitian ini berdasarkan literatur yang ada.
- b. Tahapan yang Dilakukan Selama Jangka Waktu Penelitian
 - 1) Tahun 1: Pengumpulan data melalui wawancara dan survei online.
 - 2) Tahun 2: Analisis data menggunakan teknik analisis konten dan tematik.
 - 3) Tahun 3: Penyusunan hasil dan penulisan artikel untuk publikasi.
- c. Tahapan yang Direncanakan
 - 1) Tahun 4: Publikasi hasil penelitian dalam jurnal nasional terakreditasi.
 - 2) Tahun 5: Evaluasi dampak penelitian, pengembangan lanjutan, dan penyusunan rekomendasi untuk praktik penginjilan menggunakan media sosial.

Dengan mengikuti peta jalan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana penginjilan yang efektif.

2. METODE

Diagram Alir Penelitian

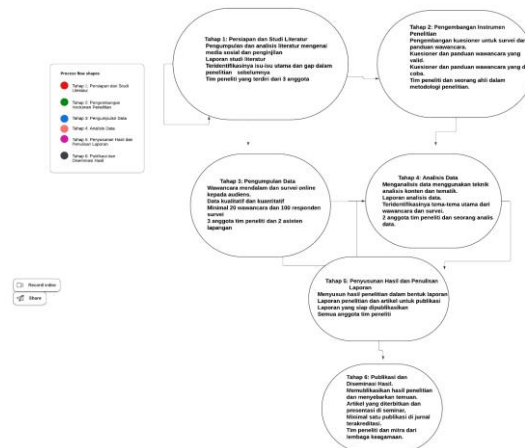
! [Diagram Alir Penelitian] (https://lucid.app/lucidchart/06e34307-0a92-4989-b0ec-ba53a20dc600/edit?viewport_loc=-1986%2C-1658%2C3771%2C1725%2C0_0&invitationId=inv_55c4bd20-abc4-44a1-843a-13365c6dadfa)

(*Catatan: Gantilah dengan file JPG yang sesuai dengan diagram alir penelitian yang Anda buat.*)

Tabel 1

Tahap	Aktivitas	Luaran	Indikator Capaian	Anggota Tim
Tahap 1: Persiapan dan Studi Literatur	Pengumpulan dan analisis literatur mengenai media sosial dan penginjilan	Laporan studi literatur	Teridentifikasinya isu-isu utama dan gap dalam penelitian sebelumnya	Tim peneliti yang terdiri dari 3 anggota

Tahap	Aktivitas	Luaran	Indikator Capaian	Anggota Tim
Tahap Pengembangan Instrumen Penelitian	2: Pengembangan kuesioner untuk survei dan panduan wawancara	Kuesioner dan panduan wawancara yang valid	Kuesioner dan panduan wawancara yang diuji coba	Tim peneliti dan seorang ahli dalam metodologi penelitian
Tahap Pengumpulan Data	3: Wawancara mendalam dan survei online kepada audiens	Data kualitatif dan kuantitatif	Minimal 20 wawancara dan 100 responden survei	3 anggota tim peneliti dan 2 asisten lapangan
Tahap 4: Analisis Data	Menganalisis data menggunakan teknik analisis konten dan tematik	Laporan analisis data	Teridentifikasinya tema-tema utama dari wawancara dan survei	2 anggota tim peneliti dan seorang analis data
Tahap Penyusunan Hasil dan Penulisan Laporan	5: Menyusun hasil penelitian dalam bentuk laporan	Laporan penelitian dan artikel untuk publikasi	Laporan yang siap dipublikasikan	Semua anggota tim peneliti
Tahap Publikasi dan Diseminasi Hasil	6: Memublikasikan hasil penelitian dan menyebarkan temuan	Artikel yang diterbitkan dan presentasi di semina	Minimal satu publikasi di jurnal terakreditasi	Tim peneliti dan mitra dari lembaga keagamaan



Gambar 1

Metode Penelitian

a. Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan ini dipilih untuk menggali pemahaman yang mendalam mengenai peran media sosial dalam penginjilan, serta karakteristik audiens yang dapat dijangkau.

b. Tahapan Penelitian

- 1) Tahap 1: Persiapan dan Studi Literatur
 - a) Aktivitas: Pengumpulan dan analisis literatur mengenai media sosial dan penginjilan.
 - b) Luaran: Laporan studi literatur.
 - c) Indikator Capaian: Teridentifikasinya isu-isu utama dan gap dalam penelitian sebelumnya.
 - d) Anggota Tim: Tim peneliti yang terdiri dari 3 anggota.
- 2) Tahap 2: Pengembangan Instrumen Penelitian
 - a) Aktivitas: Pengembangan kuesioner untuk survei dan panduan wawancara.
 - b) Luaran: Kuesioner dan panduan wawancara yang valid.
 - c) Indikator Capaian: Kuesioner dan panduan wawancara yang diuji coba.
 - d) Anggota Tim: Tim peneliti dan seorang ahli dalam metodologi penelitian.
- 3) Tahap 3: Pengumpulan Data
 - a) Aktivitas: Melakukan wawancara mendalam dengan praktisi penginjilan dan survei online kepada audiens.
 - b) Luaran: Data kualitatif dan kuantitatif.
 - c) Indikator Capaian: Minimal 20 wawancara dan 100 responden survei.
 - d) Anggota Tim: 3 anggota tim peneliti dan 2 asisten lapangan.
- 4) Tahap 4: Analisis Data
 - a) Aktivitas: Menganalisis data yang diperoleh menggunakan teknik analisis konten dan tematik.
 - b) Luaran: Laporan analisis data.
 - c) Indikator Capaian: Teridentifikasinya tema-tema utama dari wawancara dan survei.
 - d) Anggota Tim: 2 anggota tim peneliti dan seorang analis data.
- 5) Tahap 5: Penyusunan Hasil dan Penulisan Laporan
 - a) Aktivitas: Menyusun hasil penelitian dalam bentuk laporan.
 - b) Luaran: Laporan penelitian dan artikel untuk publikasi.
 - c) Indikator Capaian: Laporan yang siap dipublikasikan.
 - d) Anggota Tim: Semua anggota tim peneliti.
- 6) Tahap 6: Publikasi dan Diseminasi Hasil
 - a) Aktivitas: Memublikasikan hasil penelitian dalam jurnal nasional terakreditasi dan menyebarkan temuan melalui seminar.

- b) Luaran: Artikel yang diterbitkan dan presentasi di seminar.
 - c) Indikator Capaian: Minimal satu publikasi di jurnal terakreditasi.
 - d) Anggota Tim: Tim peneliti dan mitra dari lembaga keagamaan.
- c. Target Luaran dan Indikator Capaian
- a) Laporan Studi Literatur: Teridentifikasinya gap dalam penelitian sebelumnya.
 - b) Kuesioner dan Panduan Wawancara: Teruji dan siap digunakan.
 - c) Data Kualitatif dan Kuantitatif: Minimal 20 wawancara dan 100 responden survei.
 - d) Laporan Analisis Data: Teridentifikasinya tema-tema kunci.
 - e) Laporan Penelitian dan Artikel: Siap dipublikasikan dalam jurnal terakreditasi.
- d. Anggota Tim/Mitra
- a) Peneliti Utama: Bertanggung jawab atas keseluruhan penelitian.
 - b) Anggota Tim: Terdiri dari 3 orang dengan spesialisasi di bidang penginjilan, komunikasi, dan analisis data.
 - c) Asisten Lapangan: 2 orang yang membantu dalam pengumpulan data.
 - d) Mitra Lembaga Keagamaan: Membantu dalam penyebaran survei dan hasil penelitian.

Dengan mengikuti metode ini, diharapkan penelitian dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman dan pemanfaatan media sosial dalam penginjilan yang lebih efektif.

e. Rencana Anggaran Biaya (RAB)

Metode penelitian ini sejalan dengan RAB yang telah disusun, yang mencakup biaya untuk:

- a) Pengumpulan Data: Biaya transportasi dan akomodasi untuk wawancara.
- b) Pengembangan Instrumen: Biaya untuk pengujian kuesioner.
- c) Analisis Data: Biaya perangkat lunak analisis.
- d) Publikasi: Biaya penerbitan artikel dan biaya seminar.

f. Jadwal Penelitian

Tabel 2

No	Tahun	Nama Kegiatan	Bulan
1.	1	Studi Literatur dan Pengembangan Kerangka Teoretis	Januari - Maret
2.	1	Pengembangan Instrumen Penelitian	April
3.	1	Uji Coba Kuesioner dan Panduan Wawancara	Mei
4.	1	Pengumpulan Data (Wawancara dan Survei)	Juni - Agustus
5.	2	Pengumpulan Data Lanjutan	September - Oktober
6.	2	Analisis Data	November - Desember
7.	3	Penyusunan Hasil Penelitian	Januari - Maret
8.	3	Penulisan Laporan dan Artikel	April - Juni
9.	4	Publikasi Hasil Penelitian	Juli
10	4	Diseminasi Hasil (Seminar)	Agustus
11	5	Evaluasi Dampak Penelitian	September
12	5	Pengembangan Lanjutan	Oktober - Desember

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, J. (2022). *The digital church: How to reach your community in a technological age*. Christian Publications.
- Campbell, H. A., & Tsuria, R. (Eds.). (2021). *Digital religion: Understanding religious practice in digital media*. Routledge.
- Farris, M. (2022). Creative evangelism: Using digital media to reach the unreached. *Journal of Evangelical Studies*, 45(2), 120–135.
- Johnson, M. (2023). Faith in the digital age: Evangelism through online platforms. *Theological Studies Journal*, 14(2), 77–92.
- Kinnaman, D., & Matlock, J. (2021). *Faith for exiles: 5 ways for a new generation to follow Jesus in digital Babylon*. Baker Books.
- Kuncoro, M. (2020). Penggunaan media sosial untuk penginjilan di era digital. *Jurnal Komunikasi dan Agama*, 10(2), 75–90.
- Lee, S. (2021). *Evangelism in the age of social media*. New Growth Press.
- Lestari, D. (2018). Peran media sosial dalam pengembangan komunitas keagamaan. *Jurnal Komunitas*, 5(2), 45–60.
- McCoy, T. (2020). Digital evangelism: A new frontier for the church. *Journal of Christian Ministry*, 12(3), 45–60.
- Nguyen, T. (2022). Creating community: The role of online faith groups in modern evangelism. *Journal of Contemporary Theology*, 5(3), 102–115.
- Peters, K. (2023). The impact of streaming services on evangelistic outreach. *Journal of Media and Religion*, 22(1), 50–66.

- Putra, A. (2021). Analisis konten media sosial dalam konteks keagamaan. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 8(3), 100–115.
- Roberts, A., & Kearney, M. (2020). Reaching the next generation: Social media strategies for churches. *Christian Education Journal*, 17(1), 23–38.
- Sari, R. (2019). Strategi penginjilan melalui media sosial: Studi kasus di kalangan generasi muda. *Jurnal Penelitian Sosial*, 15(1), 25–40.
- Smith, R., & Williams, A. (2023). Engaging communities through social media evangelism. *International Journal of Theology and Ministry*, 8(1), 15–30.
- Wijaya, T. (2022). Keterlibatan audiens dalam penginjilan digital: Sebuah kajian. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(4), 150–165.
- Wilson, T. (2022). *Media and mission: A theological reflection on digital evangelism*. InterVarsity Press.