

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi mempengaruhi perilaku hidup masyarakat masa kini, sebagai salah satu contoh dalam penggunaan sosial media. Ahmad Setiadi mengungkapkan hasil penelitiannya bahwa sosial media adalah platform digital yang memfasilitasi pengguna untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video. Sejatinya, memang sebagai media sosial dan interaksi, serta menarik orang lain untuk melihat dan mengunjungi tautan yang berisi informasi.<sup>1</sup> Maka dari itu, foto dan video yang akan diunggah ke halaman instagram diedit terlebih dahulu sehingga memiliki daya tarik dalam membaca atau melihat isi konten yang dibagikan. Astari Clara mengemukakan bahwa media sosial memiliki kekuatan pada *Usergenerated Content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media masa.<sup>2</sup> Maksudnya, sebagai pemilik akun instagram bebas untuk membagikan konten dalam halaman instagram.

Dalam sosial media banyak ditemukan komunitas-komunitas dengan tujuan tertentu. Komunitas maya atau lebih dikenal dengan istilah *Virtual*

---

<sup>1</sup> Ahmad Setiadi, "*Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi*" ejournal.bsi.ac.id, (2016):4.

<sup>2</sup> Astari Clara Sari et al., "*Komunikasi Dan Media Sosial*," (2018):6

*Community* adalah komunitas-komunitas yang lebih banyak muncul di dunia komunikasi elektronik dari pada di dunia nyata. Orang yang tinggal di berbagai penjuru dunia yang memiliki ketertarikan sama dapat berkumpul untuk membicarakannya dalam dunia maya.<sup>3</sup> Media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Youtube dan layanan pesan instan WhatsApp masih sangat tinggi tingkat penggunaannya sampai saat ini.

Penggunaan media sosial di Indonesia pada tahun 2022 tercatat data sebagai berikut:

Pengguna *whatsapp* 85% dari jumlah penduduk Indonesia, pengguna Instagram 80% dari jumlah penduduk Indonesia, pengguna facebook 78% dari penduduk Indonesia, tiktok 65% dari jumlah penduduk Indonesia, Telegram 65% dari jumlah penduduk Indonesia, dan media sosial yang lain tidak lebih dari 50% penduduk Indonesia.

OMGC menggunakan media sosial instagram dan beberapa fitur yang terdapat di instagram sebagai sarana untuk sharing atau berbagi mengenai injil. Alasan lain yaitu untuk menarik hati pengguna instagram,

Banyaknya pengguna media sosial juga telah menyebabkan segudang masalah, antara lain pergeseran budaya dari budaya tradisional menjadi budaya digital.<sup>4</sup> Lebih lanjut Cahyono menambahkan pendapatnya bahwa lahirnya media sosial menjadikan pola perilaku masyarakat mengalami pergeseran baik budaya, etika dan norma yang ada.<sup>5</sup> Misal, budaya membaca yang dulunya

---

<sup>3</sup> Benny Santoso, "*sosial media sebagai sarana penginjilan : Respon gereja masa Pandemic Covid-19*", journal osf.io, (2020): 10.

<sup>4</sup> Fahmi Anwar, "*Perubahan Dan Permasalahan Media Sosial*," Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni, (2017):6

<sup>5</sup> Anang Sugeng Cahyono, "*Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*," Jurnal Publiciana, (2016):140

hanya memakai media cetak, kini bisa menggunakan gawai atau *mobile phone* dan tersedia buku atau disebut *e-book*. Contoh selanjutnya adalah etika berkomunikasi. Dalam berkomunikasi dibidang media sosial mempunyai Undang-undang ITE. Undang-undang ini mengatur informasi dan transaksi elektronik. Contoh terakhir, pergeseran norma Darmastuti mengungkapkan bahwa, komunikasi dengan media sosial akan membawa pengaruh pada: Kepercayaan, nilai, dan sikap, pandangan dunia, organisasi sosial, tabiat manusia, orientasi kegiatan, persepsi diri dan orang lain. Pada data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa media sosial saat ini dapat mempengaruhi karakter pada individu pengguna itu sendiri. Selain itu, penyalahgunaan media sosial dapat saja menghasilkan perilaku komunikasi sosial yang buruk jika digunakan tidak semestinya. Contohnya, tidak menghiraukan lawan bicara pada saat bertatap muka.

Penggunaan media sosial untuk melakukan penginjilan semestinya memiliki keefektivan baik dalam waktu, biaya, pelaksanaan. Namun, pada kenyataanya, media sosial menjadi tidak efektif dikarenakan pertama, gereja kurang memaksimalkan instagram untuk menjadi sarana pelayanan. Kedua, gereja melakukan pelayanan konvensional. Ketiga, kaum muda menggunakan media sosial untuk hal yang tidak bermanfaat. Keempat, beberapa hamba Tuhan *Gaptek* (Gagap Teknologi). Kelima, gereja tidak memperhatikan kaum muda. Keenam, pendeta sibuk berkotbah. Ketujuh, penginjilan yang dilaksanakan kurang efektif. Kedelapan, gereja dan jemaat menganggap bahwa penginjilan tidak penting, dll.

Dalam Matius 28:18-20 firman Tuhan berkata “jadikan semua bangsa murid-Ku dan baptislah mereka dalam nama Bapa dan Anak dan Roh Kudus, dan ajarlah mereka melakukan segala sesuatu yang telah kuperintahkan kepadamu. Dan ketahuilah, Aku menyertai kamu senantiasa sampai kepada akhir zaman.” Nats ini menjadi dasar dalam pelaksanaan Amanat Agung Tuhan Yesus kepada orang percaya untuk mengenalkan keselamatan yang ada dalam Yesus. Penting sekali untuk bisa memahami dan mengerti mengenai injil dan penginjilan sebelum memperkenalkan kepada orang lain.

Penginjilan dapat dilakukan secara *direct in direct* yaitu, penginjilan dapat dilakukan secara langsung maupun dengan perantara. Perantara yang ada dapat berupa gawai atau *mobile phone* dengan jaringan internet yang memadai. Stevanus menyatakan bahwa misi Amanat Agung dalam pelaksanaannya harus memperhatikan situasi sosial di tengah masyarakat.<sup>6</sup> Sehingga penginjilan dapat dilakukan secara efektif dan efisien. Bahkan kemajuan teknologi yang ada seharusnya bukan menjadi penghalang untuk menyampaikan injil. Teknologi yang ada seharusnya membuat semakin mudah untuk menyampaikan kabar baik.

Online Missionary Generation Community yang selanjutnya disingkat OMGC merupakan salah satu komunitas dibidang media sosial yang menggunakan media sosial sebagai sarana penginjilan. OMGC menggunakan instagram dengan berbagai fitur instagram untuk mempermudah penginjilan yang ada.

---

<sup>6</sup> Kalis Stevanus “*Mengimplementasikan Pelayanan Yesus dalam Konteks Misi Masa Kini Menurut Injil Sinoptik*” (2018):1

Reynaldi Saputra salah satu anggota dari OMGC yang bergerak di bidang editing video dan audio. Menurut Reynaldi Saputra, setiap unggahan memiliki umpan balik yang baik. Namun beberapa unggahan memiliki umpan balik yang kurang baik. Misal, menjelekkan, berhenti mengikuti atau memblokir akun media sosial OMGC.<sup>7</sup> Pemahaman dari wawancara yang dilakukan yaitu seorang pemberita Injil perlu memiliki hikmat Tuhan sehingga yang disampaikan dapat diterima oleh pengguna instagram.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mempunyai kerinduan untuk meneliti “Efektivitas Media Sosial Instagram dalam Penginjilan kaum muda bagi Online Missionary Generation Community(OMGC) tahun 2022”. Melalui penelitian ini penulis mengharapkan adanya media sosial yang ada dapat digunakan sebaik mungkin terlebih dalam melakukan pekabaran injil.

### **B. Fokus Penelitian**

Fokus penelitian ini adalah

*Pertama*, mengapa beberapa gereja tidak menggunakan Instagram untuk penginjilan?

*Kedua*, apakah gereja tidak peduli dengan kaum muda?

*Ketiga*, bagaimana efektivitas media sosial instagram dalam penginjilan kaum muda bagi komunitas Online Missionary Generation Community tahun 2022.

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan Reynaldi Saputra anggota OMGC, 25 Januari 2023. Pk 15:34

### **C. Tujuan Penelitian**

Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui deskripsi efektivitas media sosial instagram dalam penginjilan kaum muda bagi komunitas Online Missionary Generation Community tahun 2022.

### **D. Manfaat penelitian**

Manfaat dari Penelitian ini adalah:

#### **1. Teoritis**

Secara teoritis dapat memberikan kontribusi di bidang teologi praktika khususnya tentang penginjilan, media pembelajaran dan bahan mata kuliah Misiologi.

#### **2. Praktis**

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan kontribusi secara nyata,

- 2.1. Bagi komunitas OMGC, yaitu penelitian ini dapat membantu program penginjilan dalam jaringan di komunitas OMGC.
- 2.2. Bagi kaum muda, yaitu penelitian ini dapat membantu kaum muda masa kini untuk melakukan misi Allah.
- 2.3. Penulis dapat menambah wawasan mengenai peginjilan dalam jaringan.

## BAB II

### KAJIAN TEORITIK

#### A. Media Sosial Instagram

##### 1. Pengertian

Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan” seperti kamera polaroid yang pada masanya dikenal dengan sebutan “foto instan” menggunakan kamera “Instax”. Instagram juga dapat menampilkan foto secara instan. Sedangkan “gram” berasal dari kata “telegram” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.<sup>8</sup> Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara *online*.<sup>9</sup> Foto dan video yang diunggah dalam media sosial instagram memiliki kualitas yang cukup baik.

Instagram merupakan singkatan dari “instan telegram”. Menurut website resmi instagram, instagram mengungkapkan bahwa aplikasi ini

---

<sup>8</sup> Prihatiningsih Witanti. “*Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja*”. E-journal (2017):54

<sup>9</sup> *Ibid*

menyenangkan dan unik untuk berbagi hidup dengan teman-teman melalui serangkaian gambar maupun video. Instagram merupakan aplikasi dari *smartphone* yang berkecimpung dalam media sosial memiliki fungsi yang hampir sama dengan *twitter*. Perbedaannya pada saat pengambilan foto memiliki kualitas yang berbeda. Instagram juga dapat digunakan sebagai platform kekreatifitasan karena instagram memiliki fitur yang dapat mengubah lebih indah, lebih bagus.

## **2. Pandangan Alkitab Terhadap Penggunaan Instagram**

### **2.1 Perjanjian lama:**

#### **2.1.1 Kejadian 3:4-5**

“Tetapi ular itu berkata kepada perempuan itu :”sekali kamu tidak akan mati, tetapi Allah mengetahui, bahwa pada waktu kamu memakannya matamu akan terbuka, dan kamu akan menjadi seperti Allah tahu tentang yang baik dan yang jahat.”

Di sini digambarkan dengan ular yang memberikan berita yang tidak benar kepada hawa. Dimasa kini, banyak orang menyampaikan berita yang tidak benar atau *hoax*.

#### **2.1.2 Amsal 18:9**

“orang yang bermalas-malasan dalam pekerjaannya sudah menjadi saudara dari si perusak”

Banyak orang menggunakan gawai dan terlalu asik dengan media sosial menjadikan banyak orang bermalas-malasan dan menghabiskan waktu dengan media sosial.



### 2.1.3 Amsal 27:10

“tetangga yang dekat jauh lebih baik dibandingkan saudara yang jauh”

Media sosial bertujuan untuk mendekatkan yang jauh. Namun, seringkali menghambat komunikasi dengan orang terdekat. Hal ini dikarenakan ketidaktertarikan dengan interaksi yang nyata. Ayat di atas faktanya lebih baik dari pada saudara yang jauh.

### 2.1.4 Keluaran 20:3

“jangan ada padamu allah lain dihadapanKu”

Dalam perintah Tuhan yang pertama jelas bahwa tidak boleh menyembah allah lain. Namun, dewasa ini media sosial diperhamba oleh banyak orang sehingga banyak orang menyibukkan diri dengan *handphone* dan mengutamakan media sosial dibanding dengan Tuhan.

## 2.2 Perjanjian Baru:

### 2.2.1 2 Korintus 7:1

“saudara-saudaraku yang kekasih, karena kita sekarang memiliki janji-janji itu, marilah kita menyucikan diri semua pencemaran jasmani dan rohani, dan dengan demikian menyempurnakan kekudusan kita dalam takut akan Allah”

Kehadiran media sosial juga menjadi jalan yang kurang baik dikarenakan banyak pelaku membagikan postingan yang tidak senonoh atau pornografi, kejahatan cyber, penipuan, bahkan mengenai situs booking online atau BO.

Hal seperti ini yang mengakibatkan banyak orang terjerumus dalam kecemaran. Banyak situs yang dibagikan secara luas di media sosial.

### 2.2.2 Roma 12:18

“sedapat-dapatnya, kalau hal itu bergantung padamu, hiduplah dalam pendamaian dengan semua orang”

Media sosial diprogram untuk membuat kita bergantung dan membuat kita menjadi kecanduan bahkan tertarik dengan perdebatan yang tidak penting. Contohnya : menghina foto atau video yang orang lain unggah, mendebatkan suku, ras, bahasa, agama, dll.

Dalam kasus diatas banyak orang akhirnya kehilangan rasa hormat dan saling menghargai. Tidak memandang anak muda, orang tua, pejabat, semua orang bebas dan merasa berhak untuk mempermalukan orang lain. Tentu saja perilaku tersebut bukanlah cerminan orang-orang membawa damai.

#### 2.2.3 Efesus 4:29

“janganlah ada perkataan kotor keluar dari mulutmu, tetapi pakailah perkataan yang baik untuk membangun, di mana perlu, supaya mereka yang mendengarkan beroleh kasih karunia”

Dalam menggunakan media sosial, hendaknya membagikan kata-kata yang membangun, memberikan semangat, dan bukan perkataan hujat.

#### 2.2.4 Kolose 4:5-6

“hiduplah dengan penuh hikmat terhadap orang-orang luar, pergunkanlah waktu yang ada. Hendaklah kata-katamu senantiasa penuh kasih, jangan hambar, sehingga kamu tahu, bagaimana kamu harus memberi jawab kepada setiap orang.”

Dalam bermedia sosial haruslah memiliki sikap yang bijaksana dan ramah. Tidak saling menjelekkkan satu dengan yang lain.

#### 2.2.5 Titus 2:8

*“sehat dan tidak bercela dalam pemberitaanmu sehingga lawan menjadi malu, karena tidak ada hal-hal buruk yang dapat mereka sebarkan tentang kita.”*

*Bermedia sosial harus bisa menyaring perkataan, informasi, dan apapun yang dibagikan.*

### **3. Sejarah Instagram**

Instagram merupakan aplikasi yang dirilis oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger.<sup>10</sup> Kevin dan Mike adalah CEO dari perusahaan Burbn Inc yang bergerak dalam pengembangan aplikasi ponsel. Perusahaan Burbn Inc berdiri pada 6 Oktober 2010 yang didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang saat ini menjadi CEO instagram.

Pada awal membentuk, instagram masih bernama Burbn mengikuti nama perusahaan. Aplikasi ini pun hanya dapat digunakan pengguna *Iphone* saja dan memiliki banyak fitur.<sup>11</sup> Namun, fitur yang terdapat dalam aplikasi instagram di *Iphone* dikurangi dan hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan *like* sehingga lebih memanjakan penggunaanya.

Pada tahun yang kedua *facebook* mengambil alih manajemen instagram. Dan di tahun keempat pada tahun 2016 logo resmi instagram diubah dengan menampilkan konsep yang lebih menarik dan elegan seperti saat ini.

Asal kata instagram yaitu “*Insta*” dan “*telegram*” yang memiliki arti cepat dan informasi. Insta terinspirasi dari kamera polaroid *Instax* atau foto instan dan telegram sebuah informasi yang disampaikan.

---

<sup>10</sup> Entertainment. “*sejarah awal mula peluncuran Instagram*”. (2022):1

<sup>11</sup> *Ibid*

Fungsi utama dari instagram sendiri yaitu tempat mengunggah foto maupun video pengguna. Namun, seiring berjalannya waktu instagram dijadikan sebagai ajang membuat konten video, insta story, dan masih banyak lagi.

#### 4. Fitur Instagram

Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan foto atau video yang akan dibagikan. Instagram memiliki dua belas fitur utama di antara lain :

##### 4.1 Fitur Video Siaran Langsung

Fitur video siaran langsung atau *live video* adalah salah satu fitur membagikan video dengan waktu yang bersamaan atau *realtime*. Fitur ini disertai dengan interaksi secara langsung dengan penyelenggara. Selain itu, fitur ini juga dapat digunakan 4 orang sekaligus dalam satu layar.

Leader qOMGC mengungkapkan bahwa OMGC pernah menggunakan fitur *Live Video* sebagai sarana untuk sharing atau berbagi mengenai Injil.<sup>12</sup> Fitur ini mendukung OMGC dalam membagikan injil di waktu yang bersamaan atau *realtime*.

##### 4.2 Instagram TV (IGTV) dan Reels

Instagram TV atau disebut dengan IGTV merupakan fitur membagikan video dengan durasi yang lebih lama dibanding dengan video Reels yang dibagikan biasanya. IGTV memiliki durasi video 1:01 sampai 60:00 atau satu jam sedangkan reels memiliki durasi tidak lebih dari 60 detik.

---

<sup>12</sup> Wawancara dengan Jessica Natalia anggota OMGC, 6 Februari 2023. Pk 13:27

OMGC menggunakan fitur ini di beberapa postingan untuk membagikan video dan menarik hati pengguna instagram. Video yang dibagikan seperti *sermon*, *short movie*, ayat motivasi, dan lain sebagainya.

#### 4.3 Instagram Hastag

Hastag yang memiliki simbol (#) digunakan untuk menggabungkan percakapan berbagai pengguna ke dalam satu kelompok atau mengelompokkan konten tertentu. Fitur ini berfungsi untuk memudahkan pengguna instagram dalam mencari konten, foto, atau video yang satu kelompok. Fungsi lain dari instagram hashtag yaitu dapat memudahkan pencarian lokasi, menambah jumlah pengikut dan kepopuleran.

OMGC menggunakan hashtag disetiap postingan untuk menggabungkan beberapa konten yang serupa dan memudahkan untuk pencarian serta menaikkan *engagement* atau parameter. Salah satu contoh hastag yang digunakan oleh OMGC yaitu #shareJesusonline.

#### 4.4 Instagram Stories

Instagram *stories* atau biasa disebut dengan *instastory* ini merupakan fitur yang disediakan oleh aplikasi instagram untuk menambah pengalaman pengguna dalam membagikan momen melalui gambar maupun video. Video yang dibagikan hanya memiliki durasi yang singkat yaitu maksimal 60 detik. Dalam fitur ini juga disediakan fasilitas untuk mengedit, atau menambahkan filter yang disediakan oleh aplikasi instagram.

Filter, yang disediakan *instastory* ini sangat banyak dan menarik sehingga membuat banyak orang memakai filter untuk mendukung unggahan *instastory*. Fitur *instastory* ini dapat diunggah oleh orang lain saat menandai dalam

*instastory*. Dan dapat mengunggah postingan orang lain dalam *instastory* pengguna.

*Instastory* dapat disorot atau *highlight* dalam profile pengguna sedangkan *instastory* yang sudah berlalu tersimpan dalam arsip instagram.

#### 4.5 Instagram Adsense

Instagram *adsense* atau instagram *bussines* merupakan *platform* pengiklanan yang dihadirkan langsung oleh instagram. Fitur ini banyak digunakan oleh para pengusaha untuk mempromosikan suatu produk dan layanan. Fitur ini dapat menghadirkan iklan di *feed* instagram dan *instasory*. Instagram *adsense* ini menyediakan pengiklanan supaya berjalan lancar, tepat sasaran, dan menuai kesuksesan. Dalam pengiklanan di instagram memang memiliki tarif biaya, namun bisa disesuaikan dengan kemauan pengguna.

#### 4.6 Instagram Analytics

Instagram *analytics* adalah alat untuk menilai konten dan profil instagram secara keseluruhan. Alat ini dapat melacak dan menyajikan data yang mendukung kebutuhan pengguna. Keuntungan dari *analytics* ini dapat memberikan informasi terhadap pengguna mengenai apa yang diminati oleh pengikut sehingga pengguna dapat membuat konten yang dapat mencapai tujuan bisnis.

#### 4.7 Direct Message

*Direct message* adalah fitur yang disediakan instagram untuk mengirim pesan dan berinteraksi dengan pengguna lain. *Direct message* ini dapat digunakan oleh personal dan beberapa orang atau *group*. Tidak hanya mengirim pesan, fitur ini dilengkapi dengan mengirim foto, video, postingan, maupun *instastory*.

#### 4.8 Mention

*Mention* atau dikenal dengan simbol (@) fitur ini berfungsi untuk menandai orang lain dalam postingan, komentar, dan instastory. Ini berguna untuk memberitahukan sebuah informasi kepada pengguna lain.

#### 4.9 Kamera

Instagram memiliki fitur untuk mengambil foto dan video dan disertai dengan berbagai efek dan filter. Fitur pengambilan foto dan video yang disediakan instagram disebut dengan kamera instagram. Tidak jauh berbeda dengan kamera bawaan dari gawai, namun yang membedakan yaitu *boomerang*, tata letak, penambahan musik, *filter*, stiker, dll

Dari sekian banyak fitur yang disediakan instagram OMGC menggunakan semua fitur untuk mendukung konten yang diposting sehingga penginjilan yang dilakukan dapat berjalan dengan baik.

### 5. Manfaat Instagram

Berikut merupakan manfaat dari instagram jika digunakan dengan baik.

#### 5.1 Media Informasi

Menurut Arif Romadani Instagram sebuah media informasi yang dibagikan secara online.<sup>13</sup> Instagram memungkinkan pengguna untuk mengikuti akun-akun media atau organisasi yang menyediakan infoormasi terkini, seperti bola, olahraga, hiburan. Dan dengan mengikuti akun-akun tersebut, kita dapat mendapat informasi terbari yang relevan dengan minat dan kebutuhan kita.

---

<sup>13</sup> Arif Romadani “*Instagram dan Media Dakwah*”. :12

Instagram menyediakan fitur *stories* yang dapat digunakan oleh akun media atau organisasi untuk menyajikan berita atau informasi dalam format yang lebih visual dan menarik, dengan durasi yang singkat namun dapat dicerna.

Beberapa akun Instagram juga menyediakan informasi yang edukatif atau ilmiah, seperti akun-akun yang menyajikan fakta-fakta tentang sains, lingkungan, atau kesehatan.

Instagram juga dapat menjadi media informasi yang bermanfaat dalam hal promosi atau pemasaran produk informasi tentang promo diskon, penawaran khusus, atau produk terbaru.

## 5.2 Hiburan

Instagram juga menyediakan berbagai hiburan yang disalurkan oleh pengguna Instagram. Melihat foto dan video lucu atau menghibur dapat membuat kita merasa lebih bahagia dan meningkatkan mood positif. Instagram dapat juga menjadi sumber inspirasi. Mengikuti akun yang disukai dapat memberikan hiburan.

## 5.3 Jaringan Pertemanan

Dalam Instagram bisa menemukan teman yang lama tidak berjumpa maupun mengenal dengan orang yang baru. Instagram memiliki fitur *direct message* yang digunakan untuk mengirim pesan langsung kepada teman atau orang yang kita ingin kenal lebih dekat. Dalam pesan tersebut, kita dapat memulai percakapan atau bahkan menawarkan kerjasama dalam pekerjaan yang sama. Maka dari itu Instagram dapat memperluas jaringan pertemanan.

## 5.4 Menjalankan Usaha



Seperti yang tertera dalam fitur instagram bahwa instagram memiliki fitur *Instagram Adsense* yang difungsikan sebagai perantara antara usaha dan pengguna lain atau dapat dikatakan dengan periklanan instagram. Instagram memungkinkan untuk mempromosikan produk atau layanan secara gratis melalui postingan atau dalam *Stories*.

Selain fitur *Adsense*, instagram memiliki fitur *Instagram Shopping* yang memudahkan pengguna dalam membeli produk dari akun instagram bisnis. Instagram juga memungkinkan kita untuk mengetahui komunitas atau hashtag yang berkaitan dengan bisnis. Sehingga dengan cara ini kita dapat terhubung dengan pelanggan potensial dan menjalin koneksi dengan pelaku bisnis serupa. Instagram dapat membantu para penjual dengan influencer sehingga dapat berkolaborasi dan meningkatkan penjualan yang ada.

Berbisnis dalam instagram membantu untuk melihat performa bisnis. Performa ini dapat dilihat dari statistik bisnis yang diuraikan dalam bentuk jumlah pengikut, interaksi, penjualan.

## 5.5 Media Berkreasi

Instagram merupakan wadah untuk menuangkan ide kreatif dalam bentuk foto maupun video. Misalnya komik, carousel, gambar lucu, dan masih banyak lagi. Instagram menyediakan fitur *Grid* yang memungkinkan pengguna dapat menampilkan karya visual dengan mengatur garis yang sesuai dengan keinginan pengguna.

Beberapa pengguna instagram memiliki minat dan keahlian yang sama sehingga dapat memotivasi dan menginspirasi pengguna lainnya.

## 6. Kesimpulan

Instagram merupakan aplikasi yang dapat diakses oleh banyak orang dengan mudah. Dalam menggunakan instagram harus bijak dalam menggunakannya, dan dapat menyaring setiap informasi yang tersebar di instagram. Instagram memiliki banyak fitur dan manfaat yang dapat digunakan untuk berkreasi, menambah relasi, membagikan informasi, hiburan, dll.

### B. Penginjilan Kaum muda

#### 1. Pengertian

Penginjilan dalam kamus besar bahasa indonesia adalah “proses, cara, perbuatan menginjil”. Injil sendiri merupakan kabar baik. “Injil” berasal dari bahasa Arab “Inġīl”, yang diturunkan dari bahasa Yunani ευαγγέλιον (euangelion) yang berarti “Kabar Baik” atau “Berita Kesukaan”. Injil dalam bahasa Inggris disebut Gospel, dari bahasa Inggris Kuno gōd-spell yang berarti “kabar baik”, yang merupakan terjemahan kata-per-kata dari bahasa Yunani (eu- “baik”, -angelion “kabar”)<sup>14</sup>.

Penginjilan pada intinya memiliki dua elemen, yaitu universalitas atau umum dan kekhususan. Universal karena semua manusia telah berbuat dosa dan perlu untuk ditebus tidak memandang suku budaya, warna kulit, bahasa. Kekhususan yaitu pribadi Yesus yang berinkarnasi menjadi manusia sebagai penebus umat manusia.<sup>15</sup> Secara Pribadi Yesus yang berkorban menjadi penebus untuk manusia berdosa.

<sup>14</sup> Marulak Pasaribu “*Eksposisi Injil Sinoptik*” Malang, Gandum Mas, (2005):1

<sup>15</sup> Kalis Stevanus “*karya Kristus sebagai dasar penginjilan di Dunia Non-Kristen*” Tawangmangu (2020): 3

Penginjilan merupakan aksi memberitakan karya keselamatan Kristus yang sudah mati karena dosa manusia, dikuburkan dan dibangkitkan pada hari yang ketiga. Yesus adalah keselamatan bagi umat manusia tidak ada yang dapat membantu manusia keluar dari dosa tanpa Yesus. Kabar injil ditujukan kepada semua orang khususnya yang belum mengenal Yesus. Pekabaran injili sendiri disampaikan kepada orang yang bukan kristen supaya orang tersebut dapat menyerahkan hidupnya sepenuhnya kepada Yesus.

## **2. Dasar Alkitab**

### Perjanjian Lama

#### 2.1 Mazmur 105:1

“Bersyukurlah kepada Tuhan, serukanlah nama-Nya, perkenalkanlah perbuatan-Nya diantara bangsa-bangsa.” Injil berbicara mengenai menyebarkan kabar baik, perbuatan Tuhan yang selalu ajaib dan perlu diberitakan kepada segala bangsa, sampai bangsa-bangsa mengenal Tuhan.

#### 2.2 Yesaya 12:4

“bersyukurlah kepada Tuhan, panggilah nama-Nya, beritahukanlah perbuatan-Nya di antara bangsa-bangsa, masyhurkanlah, bahwa nama-Nya tinggi luhur!” konteks dalam Yesaya ini mengenai nyanyian syukur mengenai keselamatan yang diberikan Tuhan dan patutnya umat Tuhan sebagai tebusan memberitakan keselamatan dan ucapan syukur kepada segala bangsa sampai nama Tuhan dimasyurkan dan ditinggikan.

## Perjanjian Baru

### 2.3 Yohanes 20:21

“maka kata Yesus sekali lagi : “Damai sejahtera bagi kamu! Sama seperti Bapa mengutus Aku, demikian juga sekarang Aku mengutus kamu.” Dalam inkarnasi Yesus datang ke dunia untuk memberikan keselamatan, Tugas yang sama yang diberikan umatNya yaitu memberitakan keselamatan bagi semua orang.

### 2.4 Yohanes 15:8

“Dalam hal inilah Bapa-Ku dipermuliakan, yaitu jika kamu berbuah banyak dan dengan demikian kamu adalah murid-murid-Ku” wujud dari iman adalah buah yang dihasilkan, dan wujud dari percaya Yesus adalah memberitakan keselamatan sampai bangsa-bangsa menjadi muridNya.

### 2.5 Yohanes 13:35

“Dengan demikian semua orang akan tahu, bahwa kamu adalah murid-murid-Ku, yaitu jikalau kamu saling mengasihi.” Kasih kepada Tuhan seharusnya dapat dicerminkan sebagaimana kasih kita kepada sesama sehingga semua orang tau mengenai Yesus.

### 2.6 Titus 2:1

“Tetapi engkau, beritakanlah apa yang sesuai dengan ajaran yang sehat” setiap ajaran yang dituliskan melalui alkitab hendaknya diberitakan sehingga kata “ajarlah mereka” dalam matius 28 merupakan ajaran yang sehat yang berdasarkan kebenaran Allah.

## 2.7 Matius 4:19

“Yesus berkata kepada mereka: “Mari, ikutlah Aku, dan kamu akan Kujadikan penjala manusia.” Dalam konteks ini Yesus berbicara kepada Petrus yang awalnya merupakan pejala ikan dan dalam perjumpaan Petrus dengan Yesus mengubah Petrus menjadi pejala manusia.

## 2.8 Matius 28:19-20

“Karena itu pergilah, jadikanlah semua bangsa murid-Ku dan baptislah mereka dalam nama Bapa dan Anak dan Roh Kudus, dan ajarlah mereka melakukan segala sesuatu yang telah kuperintahkan kepadamu. Dan ketahuilah, Aku menyertai kamu senantiasa sampai kepada akhir zaman.” Ayat ini merupakan ayat yang sering diberitakan sebagai dasar penginjilan umat Tuhan mengenai keselamatan yang sudah diberikan.

## 2.9 Markus 16:15

“lalu Ia berkata kepada mereka :”pergilah ke seluruh dunia, beritakanlah Injil kepada segala makhluk” ke seluruh dunia yang dimaksud merupakan segala bangsa harus mendengar perbuatan Tuhan dan kabar sukacita.

## 2.10 Kisah Para Rasul 5:42

“dan setiap hari mereka melanjutkan pengajaran mereka di Bait Allah dan di rumah-rumah orang dan memberitakan Injil tentang Yesus yang adalah Mesias” dalam konteks Kisah Para Rasul, Paulus menekankan mengenai pengajaran yang ada di Bait Allah dan memberitakan kabar sukacita mengenai Yesus yang disebutkan sebagai mesias.

### 3. Tujuan Penginjilan

Penginjilan tentu saja memiliki tujuan sehingga punya *goals* untuk sampai *goals* tersebut dapat dicapai. Sterling W. Huston mengungkapkan bahwa tujuan utama penginjilan yang efektif adalah dihasilkannya “murid-murid” yang menunjukkan kesetiaan kepada Kristus melalui kesetiaan mereka kepada gereja lokal.<sup>16</sup> Donald Mc. Gavran menjelaskan tujuan pertumbuhan gereja adalah untuk lebih efektif penyebaran injil dan melipatgandakan gereja-gereja di daerah baru.<sup>17</sup> Dalam pernyataan tersebut, dapat dikatakan bahwa ada hasil dari sebuah penginjilan yang dilakukan. Michael J. Schultheis, De Berri dan Peter Henriot menyatakan bahwa tujuan pewartaan injil adalah membawa kabar gembira pada umat manusia, mengubahnya dari dalam dan memperbaharui.<sup>18</sup> Jadi, pewartaan injil yang dimaksudkan Michael dkk tersebut memiliki *goals* yaitu perubahan hidup.

### 4. Faktor yang mempengaruhi

#### 4.1 Perintah Tuhan Yesus

Dari Matius 28:18-10 dan Markus 16:15 ada misi Allah yang harus dikerjakan manusia yaitu memberitakan kabar sukacita kepada segala makhluk. Penginjilan merupakan implementasi seluruh taurat yaitu mengasihi dengan segenap

---

<sup>16</sup> Sterling W. Huston, *“Crusade and the Local Church”* Minneapolis, World Wide (1984):114

<sup>17</sup> C. Peter Wagner, *“Strategi Perkembangan Gereja”* Malang, Gandum Mas:12

<sup>18</sup> Michael J. Scultheis, Ed. P. De Berri dan Petter Henriot, *“Pokok-pokok Ajaran Gereja”* Yogyakarta, Kanisius (1988):92

hati, segenap jiwa, segenap akal budi.<sup>19</sup> Penginjilan sama dengan bukti kasih baik terhadap Tuhan maupun terhadap manusia.

Namun, penginjilan bukanlah satu-satunya tugas yang harus dilakukan oleh orang Kristen. Melainkan harus hidup dengan cara yang benar dan menyenangkan Allah, menolong sesama, dan melakukan tindakan kasih seperti yang Allah telah lakukan kepada umatnya.

#### 4.2 Adanya kebutuhan manusia untuk diselamatkan

Dalam natur manusia, manusia tidak bisa lepas dari dosa dengan sendirinya dan membutuhkan pertolongan untuk lepas dari dosa. Satu pribadi yang mampu untuk menolong manusia dari dosa yaitu Yesus. Pengorbanan Yesus yang mampu menebus manusia dari dosa. Namun pengorbanan Yesus tidak menjadikan manusia sebagai makhluk yang kebal dosa tetapi pengampunanNya yang membuat manusia mampu menahan dosa yang ada.<sup>20</sup>

### 5. **Metode Penginjilan**

Dalam melakukan penginjilan harus memahami metode penginjilan yang ada sehingga dapat melakukan penginjilan secara efisien dan efektif.

5.1 Penginjilan Presensi merupakan penginjilan yang dilakukan dalam menghadiri acara orang-orang yang tidak seiman untuk membangun hubungan yang baik dengan cara dengan cara membantu apa yang mereka butuhkan. Tujuan dari metode ini yaitu melakukan perbuatan baik, dan dari perbuatan baik itu mereka melihat Yesus.

---

<sup>19</sup> Bambang Yudho “*how to share the gospel: kiat menginjili dengan sukses*”. ANDI. (Yogyakarta):26

<sup>20</sup> *Ibid.*

5.2 Penginjilan proklamasi merupakan pemberitaan injil dengan cara hadir dan mengasihi orang-orang baik dalam perkataan maupun perbuatan. Penginjilan proklamasi ini lebih dari sekedar melakukan perbuatan baik sekalipun perbuatan itu benar.

5.3 Penginjilan pesuasi merupakan penginjilan yang dilakukan dengan cara “menjadikan semua bangsa murid” Yesus dan menjadi anggota tubuh Kristus yang bertanggung jawab serta dapat bertumbuh di gereja lokal.

## **6. Faktor yang menghambat**

### **6.1 Kurangnya pengetahuan mengenai Injil**

Jika orang percaya tidak bersungguh-sungguh dalam firman Tuhan maka tidak memiliki pengetahuan yang cukup mengenai Injil. Maka dari itu penting suatu PA atau Penelaah Alkitab untuk menambah pengetahuan Alkitab sehingga siap untuk membagikan Injil.

### **6.2 Apatis**

Apatis atau tidak peduli dengan orang-orang yang terhilang seringkali timbul dan mempengaruhi pikiran manusia untuk tidak melakukan pemberitaan Injil dan egois dengan urusan pribadi.

### **6.3 Takut**

Takut sering menyelimuti orang percaya dalam melakukan penginjilan karena sebuah ancaman, ditolak, dihina, dll. Sehingga banyak orang percaya tidak berani untuk melakukan penginjilan.

## **7. Pentingnya penginjilan bagi kaum muda**



Kaum muda sering dikatakan sebagai generasi penerus sehingga penting untuk kabar baik diberikan kepada kaum muda sehingga kabar baik dapat terus diberitakan dari generasi ke generasi. Gereja harus memampukan kaum muda untuk melakukan pelayanan sesuai dengan generasi yang ada. Strategi penginjilan gereja yang berusaha mempertahankan kaum muda dengan menciptakan pengalaman beribadah sesuai dengan budaya kaum muda.<sup>21</sup>

Pentingnya penginjilan memiliki tujuan yang pertama, tidak hanya menghadirkan kabar baik tentang Yesus yang bertujuan untuk membawa orang pada pengambilan keputusan, tetapi juga menghasilkan murid-murid Kristus.<sup>22</sup> Pemuridan atau slogan dimuridkan untuk memuridkan mengajarkan kaum muda untuk meneruskan kabar baik. Kedua, sebuah perbedaan antara kedua mandat membuat sebuah pemisahan yang melemahkan integritas proses pemuridan.<sup>23</sup> Amanat agung tidak boleh terpisah secara tekstual dari pasal injil Matius sebelumnya. Kaum muda memiliki potensi yang besar dalam mempengaruhi dan membentuk dunia di sekitarnya, sehingga jika mereka terpengaruh oleh nilai-nilai Kristen melalui penginjilan, dampaknya akan sangat besar. Kaum muda juga lebih terbuka untuk menerima dan mempertimbangan ajaran Kristen.

## 8. Kesimpulan

Penginjilan merupakan kabar baik dan mandat kepada semua orang percaya untuk memberitakan keselamatan. Injil sendiri merupakan bukti pengorbanan Yesus untuk menebus dosa manusia. Dalam penginjilan memiliki

---

<sup>21</sup> Eddi Gibs “*Kepemimpinan Gereja Masa Mendatang*”. BPK Gunung Mulia (Semarang): hlm 72.

<sup>22</sup> *Ibid*; hlm 73

<sup>23</sup> *Ibid*

tantangan dan hambatan. Namun, orang percaya harus menyadari pentingnya pemuridan.

### C. saaaraOnline Missionary Generation Community

#### 1. **Pengertian OMGC**

Online Missionary Generation Community atau disingkat dengan OMGC merupakan komunitas online yang berfokus pada misi Allah atau penginjilan.

OMGC yang disahkan pada tanggal 18 Oktober 2021. OMGC bergerak dalam media sosial yang tersedia seperti Instagram, Tiktok, Youtube, Milkshake, ClubHouse, Facebook.

OMGC memiliki visi yaitu memahami Injil dan membagikannya dalam platform online.<sup>24</sup> Dalam hal memahami Injil dan membagikan dalam platform online tentu saja OMGC memperlengkapi baik *Volunteer* maupun *member* lainnya sehingga dapat memahami Injili dengan baik, mengikuti *trend* yang ada, dapat menggunakan fitur yang ada, menulis, *editing video audio, design, public speaking*. Sehingga tidak hanya mengerti mengenai Injil tetapi dapat mengerti pergerakan *platform digital* dan mengasah talenta dan karunia yang Tuhan percayakan kepada masing-masing anggota dengan cara kreatif. OMGC memiliki beberapa divisi yaitu acara, *copy writer*, audio-video, *design grafis, youtube, podcast*, sosial media, dan *team Retjeh*. Setiap divisi yang ada memiliki tugas dan tanggung jawabnya masing-masing untuk saling mengisi dan memperlengkapi.

OMGC memiliki *tagline* atau semboyan yaitu “*Be Bold and Persevere to Grow in Unity*”.<sup>25</sup> Dalam *core value* ini OMGC memiliki sebuah harapan dimana

---

<sup>24</sup> Reynaldi saputra “*Pengertian OMGC*”. OMGC:1

<sup>25</sup>Ibid.

dalam suatu komunitas perlu memiliki keberanian, tahan uji, dan bertumbuh bersama dalam kesatuan.

Setiap bulan memiliki tema besar akan dibagi menjadi beberapa kategori misalnya *single*, *carousel*, video singkat atau *reels*, *quotes*. Setiap kategori diangkat menjadi konten yang akan di *upload* di media sosial yang ada. Sebelum di *upload* akan dikerjakan oleh tiap divisi yang ada sesuai dengan tanggal.

## 2. Katalog OMGC mengenai

Ayat alkitab yang diambil oleh OMGC tidak jauh dari tagline yang ada yaitu “*Be Bold and Persevere to Grow in Unity*”:

### 2.1 Bold (Kisah Para Rasul 4:31)

“dan ketika mereka sedang berdoa goyanglah tempat mereka berkumpul itu dan mereka semua penuh dengan Roh Kudus, lalu mereka memberitakan firman Allah dengan berani”.

Beberapa orang akan merasa takut dengan sebuah ancaman atau gangguan pada saat memberitakan Injil. Mengingat bahwa umat percaya adalah saksi pertobatan dan pengampunan dosa yang Tuhan Yesus telah berikan kepada umat percaya. Dalam hal ini diharapkan bahwa umat percaya berani menceritakan kebaikan Tuhan dan menjadi langkah kecil dalam pemberitaan Injil.

### 2.2 Persevere (Matius 28:18-20, Lukas 24:44-49)

Matius 28:18-20

“Karena itu pergilah, jadikanlah semua bangsa murid-Ku dan baptislah mereka dalam nama Bapa dan Anak dan Roh Kudus, dan ajarlah mereka melakukan segala sesuatu yang telah kuperintahkan kepadamu. Dan ketahuilah, Aku menyertai kamu senantiasa sampai kepada akhir zaman.”

Lukas 24:48

“kamu adalah saksi dari semuanya ini”

Identitas selalu berjalan bersama dengan Tugas yang dikerjakan. Identitas orang percaya yaitu menjadi saksi Kristus. Tugas seorang saksi yaitu memberikan berita atau memberikan informasi yang ada. Sebagai orang percaya menyadari bahwa Injil merupakan berita sukacita yang harus diberitakan kepada banyak orang.

Berita injil adalah berita yang sangat penting, sehingga harus diberitakan agar tidak berhenti pada orang percaya saja. Membabarkan Injil juga bukan hanya sebagai tugas misionari maupun gembala atau seorang teolog saja melainkan semua orang percaya.

### 2.3 Unity (Filipi 2:1-7)

“jadi karena dalam Kristus ada nasihat, ada penghiburan kasih, ada persekutuan Roh, ada kasih mesra dan belas kasihan, karena itu sempurnakanlah sukacitaku dengan ini: hendaklah kamu sehati sepikir, dalam satu kasih, satu jiwa, satu tujuan, dengan tidak mencari kepentingan sendiri atau puji-pujian yang sia-sia sebaliknya hendaklah dengan rendah hati yang seorang menganggap yang lain lebih utama dari pada dirinya sendiri, dan janganlah tiap-tiap orang hanya memperhatikan kepentingannya sendiri, tetapi kepentingan orang lain juga.”

Manusia diciptakan hidup berdampingan dengan orang lain oleh karena itu manusia tidak dapat berjalan sendiri. Roh Kudus memakai komunitas, gereja untuk membantu dalam bersekutu bersama dan membentuk kesatuan.

## 3. Sejarah OMGC

Terbentuknya komunitas OMGC berawal dari *Yesheis Partner Community Class (YPCC)* pada tahun 2014. Pada kelas 1-2 berfokus pada kegiatan YPCC adalah keaktifan di media sosial dan event gereja. Ciri dari YPCC ini adalah partisipasi dalam mengolah *fanbase Yesheis*, tugas mencari konten, modernisasi, bahkan membuat konten video. Juga saling bertukar informasi tentang *event* YesHeIs serta mengajak YPCC terlibat dalam *event* tersebut (open *booth*, presentasi, dll).

Tidak berhenti YPCC 1-2, YPCC dilanjutkan dalam kelas ketiga dan keempat. Pada kelas ini masih sama dengan kelas sebelumnya, hanya saja disini sudah memiliki mentor di masing-masing daerah seperti Bandung, Jakarta, Jawa Timur, Jawa Tengah, Medan, dan Manado. Kelas ini juga terdapat pertemuan-pertemuan *offline* atau tatap muka yang bertujuan membangun persahabatan dan persaudaraan antar YPCC maupun YPCC dengan mentor.

Tahun yang kelima dan keenam, kelas YPCC berpusat membangun pemuda yang menjadi “murid”. Melihat bahwa masih minimnya kegerakan pemuridan di gereja. Dengan prinsip, murid sejati akan dengan sendirinya menjadikan orang lain murid. Kegiatan ini berpusat pada pengajaran dasar kekristenan dan inisiasi terhadap Amanat Agung. dalam kelas ini YPCC tidak terlibat dalam pelayanan bersama YesHeis.

Dari YPCC berganti nama dengan YC atau YesHeis Community pada tahun 2017. Bergantinya nama, bersamaan dengan kelas YC yang ketujuh dan dilanjutkan kelas YC yang kedelapan.

Pada kelas YC yang kesembilan dan kesepuluh memiliki perbedaan dalam pengajaran yaitu dilakukan full online dan diikuti dari sabang sampai merauke hingga luar negeri.

Kepemimpinan OMGC dilakukan secara paralel tidak satu personil yang muncul saja. Melainkan memiliki beberapa pemimpin yang memimpin dibidangnya masing-masing. Sehingga kepemimpinan yang ada tidak ada yang merasa ditinggikan maupun direndahkan

#### **4. Tujuan OMGC**

- 4.1 Memberikan kesempatan untuk anggota OMGC melayani melalui bidang yang disediakan.
- 4.2 Menumbuhkan rasa berani untuk memberitakan kabar baik mengenai keselamatan secara online maupun offline.
- 4.3 Menjadi rumah untuk anak muda bisa berinteraksi dengan sesama dalam bidang online.

#### **5. Aktifitas OMGC**

- 5.1 Meeting rutin sesuai divisi satu bulan sekali.
- 5.2 Meet up online satu bulan sekali
- 5.3 Mini zoom atau minzoo sebuah komsel online OMGC yang dilakukan satu bulan sekali sesuai dengan kelompok masing-masing.
- 5.4 Pertemuan tatap muka yang dilakukan satu bulan sekali sesuai dengan daerah masing-masing.
- 5.5 Membagikan konten berupa carousel, video, instastory, dll.
- 5.6 Kegiatan “Care to Blessing” atau dikenal dengan C2B merupakan kegiatan OMGC dalam iuran bulanan untuk memberkati orang lain.

## 6. Manfaat OMGC

Reynaldi dan Jessica mengungkapkan manfaat OMGC bagi kalangan kaum muda sebagai berikut <sup>26</sup>:

- 6.1 Sebagai wadah untuk belajar dan memahami pentingnya pemberitaan Injil.
- 6.2 Sebagai tempat untuk berbagi cerita bersama dengan tujuan saling membangun dan bertumbuh dalam Tuhan.

Menurut Kadmiel sebagai salah satu anggota OMGC mengatakan bahwa manfaat OMGC yaitu<sup>27</sup>

- 6.3 Untuk mendapat teman baru atau relasi baru dengan jangkauan online.
- 6.4 Tempat untuk belajar dan memperlengkapi untuk jadi berkat di gereja, lingkungan dan masyarakat.

## 7. Tantangan

- 7.1 Harus siap dan sigap beralih dan beradaptasi dari online ke hybrid.
- 7.2 Menurunnya minat anggota untuk bergabung dalam meet-up online dan mini zoom.
- 7.3 Fokus pada kesibukan masing-masing anggota sehingga membuat beberapa anggota memilih untuk meninggalkan OMGC.
- 7.4 Kurang dapat menjangkau dari daerah tertentu yang tidak mendukung jaringan internet.

## 8. Faktor pendukung

Selain tantangan, OMGC juga memiliki faktor pendukung yang membantu OMGC dalam melakukan penginjilan online. Berikut faktor pendukung :

---

<sup>26</sup> Wawancara dengan Reynaldi dan Jessica. 12 maret 2023

<sup>27</sup> Wawancara dengan kadmiel. 12 maret 2023

- 8.1 Kekompakan tim disetiap divisinya.
- 8.2 Anggota OMGC yang menjadi tubuh komunitas ini.
- 8.3 Sosial media yang digunakan (tiktok, Instagram, facebook, dll) sebagai sarana memberitakan Injil.

@STT Intheos Surakarta



### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Alasan peneliti melakukan pendekatan kualitatif adalah untuk menganalisis Efektivitas Media sosial Instagram dalam Penginjilan Kaum Muda bagi Anggota Online Missionary Generation Community (OMGC), dengan mencari informasi kepada pihak yang bersangkutan terkait komunitas online dalam melakukan penginjilan melalui media sosial *Instagram*. Jenis penelitian yang dipakai oleh peneliti adalah jenis deskriptif kualitatif yang mempelajari masalah-masalah yang ada serta tata cara kerja yang berlaku. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan yang ada.<sup>28</sup> Jadi, peneliti akan mengumpulkan data melalui informan atau anggota dan pengurus komunitas mengenai keefektifan media sosial *Instagram* sebagai sarana penginjilan anak kaum muda.

##### **B. Kehadiran Peneliti**

Kehadiran peneliti adalah untuk memperoleh data ataupun informasi yang diperlukan dalam melakukan penelitian, oleh karena itu, peneliti hadir untuk

---

<sup>28</sup> Mardalis, “*Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*” Jakarta (1999):26

menggali informasi apa saja yang ada di OMGC. Kehadiran peneliti dalam penelitian ini sebagai pengamat dimana peneliti mencoba mengamati keefektifan media sosial instagram sebagai sarana penginjilan kaum muda dan peneliti melakukan wawancara dan observasi kepada komunitas OMGC. Hasil wawancara ditulis dicatatan kecil untuk menjadikan bahan materi dalam kajian pustaka.

### C. Lokasi Peneliti

Dalam penelitian in, peneliti melakukan penelitian di komunitas OMGC. Komunitas OMGC sangat memiliki kontribusi yang sangat besar dalam penginjilan online. Dalam kesekretariatan, OMGC masih belum memiliki tempat untuk berkumpul dengan para anggota lainnya. Namun, untuk penjangkauan OMGC menjangkau kaum muda secara online di beberapa daerah yang tersebar di Indonesia. Daerah-daerah yang dominan mengenai penjangkauan sesuai data dari Instagram terdapat data sebagai berikut.

**Tabel 3.1**

| NAMA KOTA | PERSENTASE |
|-----------|------------|
| JAKARTA   | 23 %       |
| MEDAN     | 4,9%       |
| SURABAYA  | 3,1%       |
| BANDUNG   | 3 %        |
| DENPASAR  | 2,1%       |

*Sumber : data analytics Instagram OMGC*

#### D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari data yang diperoleh oleh peneliti.<sup>29</sup> Dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber data primer dan sekunder, sebagai berikut:

1. Data primer merupakan sumber data dan penelitian yang langsung dari sumber asli.<sup>30</sup> Data primer dapat berupa opini subyek (orang) secara individual atau kelompok. Data primer ini dapat dikumpulkan dengan dua metode yaitu : *pertama*, metode interview (wawancara) yang terbuka dan terpimpin yaitu peneliti menyediakan pertanyaan sesuai dengan indikator yang ada dan dapat dijawab sesuai dengan data yang ada. Wawancara ini sebagai data primer untuk memperoleh data dari informan. Adapun pihak yang dijadikan sebagai informan, diantaranya : kaum muda yang mengakses instagram dan terhubung dengan akun OMGC Indonesia.
2. Data sekunder merupakan sumber data dan penelitian yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara. Dalam penelitian ini, dibantu oleh beberapa pihak OMGC, data OMGC, dokumen dan arsip OMGC untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini.

---

<sup>29</sup> Suharsimi Arikunto, "*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*". Jakarta (1998):129

<sup>30</sup> Nur Indriantoro, "*Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi Dan Manajemen*". Yogyakarta (1999):147

### **E. Prosedur Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data sebagai suatu metode analisis dan atau bahkan menjadi alat utama metode dan teknik analisis data. Untuk mendukung penulisan skripsi ini, ada beberapa prosedur pengumpulan data yang penulis gunakan, yaitu:

#### **1. Observasi**

Observasi yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku obyek sasaran. Metode observasi dilakukan secara langsung ke obyek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan oleh komunitas OMGC. Observasi dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran riil dari suatu peristiwa. Observasi dalam penelitian ini adalah pengamatan secara mendalam terhadap kegiatan komunitas OMGC dalam melakukan penginjilan online melalui media sosial instagram. Jenis observasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu observasi partisipan. Observasi ini melibatkan peneliti atau pengamat untuk mengambil bagian dalam penelitian. Sambil melakukan pengamatan, peneliti ikut melakukan apa yang dikerjakan oleh sumber data, maka data yang diperoleh akan lebih lengkap.<sup>31</sup>

#### **2. Wawancara**

Wawancara merupakan sebuah proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan orang yang diwawancarai dan jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam. Dalam hal ini peneliti menyiapkan beberapa

---

<sup>31</sup> Sugiono, "*Metode Penelitian Pendidikan*". Bandung (2015):310

pertanyaan yang akan ditanyakan kepada informan. Dalam teknik pemilihan informan, peneliti memilih untuk mewawancarai seseorang yang menjadi kunci dari penelitian yang terkait.<sup>32</sup>

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu digunakan untuk memperoleh data-data sekunder yang berupa keterangan-keterangan, catatan, laporan, dan sebagainya yang ada kaitannya dengan masalah yang akan diteliti. Sementara itu Arikunto menyatakan dalam melakukan metode dokumentasi. Peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya. Sesuai dengan pendapat tersebut, penulis menggunakan metode dokumentasi sebagai alat pengumpul data dari bahan-bahan tertulis yang pelaksanaannya penulis mencari sumber-sumber tertulis dilokasi.

### F. Analisis Data

Dalam analisis data kualitatif, ada tiga tahap kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan.<sup>33</sup> Berdasar pendapat tersebut maka analisis data yang akan dilakukan mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:

#### 1. Reduksi Data

Tahap reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting. Mencari tema dan polanya, dan

---

<sup>32</sup> *Ibid*: 320

<sup>33</sup> Suharsimi Arikunti, "*Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*". Jakarta (2002):135

membuang yang dianggap tidak perlu.<sup>34</sup> Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Reduksi data dalam penelitian ini akan memfokuskan seberapa pentingnya manajemen terhadap keefektifan penginjilan melalui media sosial instagram.

### 1. Penyajian Data

Tahap penyajian data yang meliputi pengklarifikasian dan identifikasi data, yaitu menuliskan kumpulan data yang terorganisir dan terkategori berdasarkan observasi yang dilakukan.

### 2. Menarik Kesimpulan

Tahap menarik kesimpulan dalam penelitian ini merupakan aktifitas pemberian makna dan memberikan penjelasan terhadap hasil penyajian data yang diperoleh dari analisis data terhadap Efektivitas media sosial instagram sebagai sarana penginjilan.

## 2. Pengecekan keabsahan Temuan

Pengecekan keabsahan Temuan merupakan tahapan yang menjamin kualitas dan kredibilitas data kualitatif. Jika dalam penelitian kualitatif ini dilakukan uji reliabilitas dan validitas instrumen penelitian, maka dalam penelitian kualitatif yang perlu dilakukan adalah melakukan pemeriksaan data yang ditemukan. Dari hasil pemeriksaan ini, peneliti dapat menentukan tingkat akurasi dari data yang diperoleh. Dalam penelitian ini, pemeriksaan keabsahan temuan

---

<sup>34</sup> Sugiono, "*Metode Penelitian Kombinasi*".:338

penelitian dilakukan dengan cara uji kredibilitas yaitu dengan melakukan pengamatan atau observasi.

### **3. Tahap-tahap Penelitian**

Tahap-tahap penelitian, dibagi menjadi 3 tahap, diantaranya:

#### **1. Tahap sebelum terjun ke lapangan**

Kegiatan yang dilakukan sebelum peneliti terjun ke obyek penelitian meliputi : menentukan fokus penelitian, penyesuaian pradigma dengan teori, perijakan alat peneliti (melakukan observasi lapangan, permohonan izin kepada subyek pihak yang diteliti, konsultasi fokus penelitian, dan penyusunan fokus penelitian).

#### **2. Tahap pekerjaan lapangan**

Pengumpulan bahan-bahan yang terkait dengan keefektivan penginjilan melalui media sosial instagram. Data tersebut diperoleh dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi.

#### **3. Tahap analisis data**

Meliputi analisis data baik yang diperoleh melalui observasi , wawancara secara mendalam untuk menganalisis terkait keefektivan penginjilan melalui media sosial instagram, melakukan pengecekan keabsahan data dengan cara mengecek sumber data yang di dapat dan metode data.

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA DAN TEMUAN HASIL PENELITIAN**

#### **A. Paparan Data**

Dalam paparan data penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi disajikan berikut ini

##### **1. Deskripsi Media Sosial dalam Penginjilan Kaum Muda**

Allah menciptakan manusia untuk melakukan pekerjaan baik yang tercatat dalam Efesus 2:10 dan jika dikaitkan dengan Amanat Agung dalam Matius 28:19-20 maka salah satu pekerjaan baik itu adalah menjadikan semua bangsa muridNya. Pada masa kini, dunia terkoneksi dengan sebuah jaringan internet yang menghubungkan satu dengan lainnya sehingga penginjilan yang dilakukan dalam sebuah media sosial harus sesuai dengan perkembangan teknologi. Sehingga memiliki sasaran yang tepat untuk melakukan sebuah penginjilan.

Tidak secara khusus alkitab membahas mengenai media sosial dikarenakan media sosial tidak ada pada saat alkitab ditulis, namun prinsip yang terkandung dalam alkitab dapat memberikan pedoman bagi kita dalam penggunaan media sosial secara bijaksana. Instagram dapat digunakan sebagai



wadah untuk melakukan penginjilan dengan membuat beberapa konten yang menarik dan tetap berfokus pada Injil.

OMGC memiliki struktur organisasi namun, struktur organisasi yang dimiliki oleh OMGC lebih terfokus kepada *divisi* yang ada. Berikut struktur organisasi dalam OMGC:

**Tabel 1.1 Struktur Organisasi OMGC**

| NO | NAMA                   | JABATAN              |
|----|------------------------|----------------------|
| 1. | Yosiana Priskila       | Ketua Komunitas      |
| 2. | Christiani Putri       | Sekretaris           |
| 3. | Kadmiel Charadia       | Leader Creative      |
| 4. | Stevlana Solascriptura | Co-Leader Creative   |
| 5. | Jessica Natalia        | Leader Communication |
| 6. | Reynaldi Saputra       | Leader Sosial Media  |

Setiap pemimpin yang ada bertanggung jawab sesuai dengan *job desk* untuk setiap konten yang akan dibuat dan yang akan di *upload ke media sosial*. Konten-konten yang dibuat untuk sebuah penginjilan tentu saja harus relevan dengan target penjangkauan. Konten konten yang relevan biasanya merupakan konten-konten yang viral sehingga banyak peminat untuk melihat konten-konten yang dibagikan.

**Gambar 1.1 Content Planner**

| 1    | 2    | 3                        | 4      | 5                 | 6                        | 7                   | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|------|------|--------------------------|--------|-------------------|--------------------------|---------------------|---|---|----|----|----|
| BLN  | GD   | TGL                      | TYPE   | CONTENT/TITLE     | Keterangan               | 1 - Cover/Headline  | 2 | 3 | 4  | 5  | 6  |
| JULY | SABU | Sunday, July 24, 2022    | POSTER | OMGC MEET UP JAKI | Poster OMGC Meet Up Jaki | OMGC MEET UP ONLINE |   |   |    |    |    |
| JULY | SABU | Monday, July 25, 2022    | POSTER | Highlight VAM     | Highlight VAM            |                     |   |   |    |    |    |
| JULY | LEON | Wednesday, July 27, 2022 | POSTER | Highlight VAM     | Highlight VAM            |                     |   |   |    |    |    |

Sumber : katalog OMGC – planner konten OMGC

Cara bijak dalam menggunakan instagram sebagai sarana sebuah penginjilan harus diadakan *planning* atau sebuah perencanaan, memilah *trend* yang ada dikalangan, dibuat konten sesuai apa yang direncanakan dan dipublikasikan ke dalam akun instagram sehingga dapat dinikmati oleh pengguna. Gambar 1.1 merupakan *Planner OMGC* atau perencanaan OMGC untuk setiap konten yang akan dibagikan. *Planner* ini berisikan bukan hanya konten saja melainkan pembagian setiap tugas yang ada untuk dikerjakan tim *volunteer* sehingga konten yang akan ditampilkan dalam akun instagram OMGC dapat dimaksimalkan.

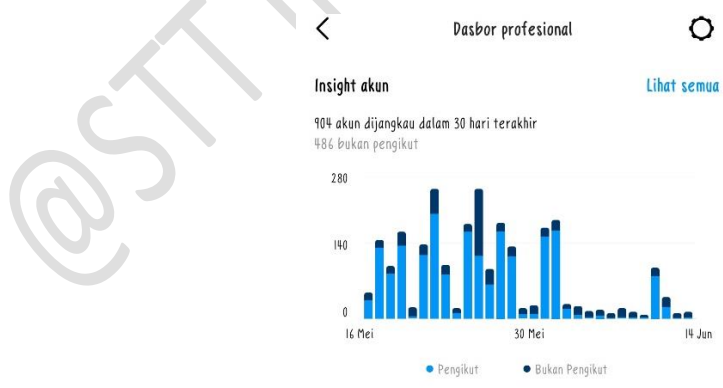
Melalui beberapa fitur yang disediakan oleh instagram, OMGC menggunakannya sehingga dapat melihat respon dan antusias pengguna. Ada fitur *Live Instagram* yang pernah digunakan oleh OMGC dan mengungkap

tema “LOVE GOD LOVE PEOPLE” dengan antusias pengikut cukup baik dan semakin mengetahui Tuhan Yesus dan pada akhirnya dari antusias pengikut, dapat membantu menemukan gereja lokal yang tepat untuk membantu pertumbuhan iman.

Selanjutnya, *IG reels* digunakan untuk memproduksi konten video seperti ayat-ayat renungan, atau kegiatan OMGC. Dibantu dengan hastag yang dapat menggabungkan beberapa konten dalam satu pokok hashtag. Hastag yang sering digunakan OMGC yaitu #ShareJesusOnline #makejesusviral #OMGCINDONESIA #OMGCMEETUP #SharetheGospel.

Akun instagram yang digunakan oleh OMGC merupakan akun yang dibuat secara *Dassbor Profesional* sehingga penggunaan yang ada lebih dalam terhadap respon dari pengikut yang ada. Insight yang diberikan instagram merupakan data analitik yang menunjukkan performa dan mengukur kinerja dari konten atau postingan yang telah dibuat.

**Tabel 1.2 *Insight analytics* akun**



*Sumber: katalog OMGC*

Pada tabel 1.1 menunjukkan jangkauan akun dalam satu bulan ada 904 akun yang dijangkau. Akun yang dijangkau maksimal 280 akun dalam satu

hari dan akun dijangkau minimal dalam satu hari yaitu 1 akun baru. terdiri dari pengikut baru dan pengikut lama instagram OMGC. Jangkauan ini dapat berubah sesuai dengan konten yang dibagikan.

**Tabel 1.3 Akun yang Dijangkau**



Sumber : katalog OMGC

Dari jangkauan akun yang ada, jenis konten yang memiliki jangkauan paling banyak terdapat dalam konten postingan atau biasa disebut foto atau gambar yang dibagikan. Dan interaksi paling sedikit dari jenis konten yang dibagikan yaitu konten video yang hanya dapat menjangkau 10 akun saja.

**Gambar 1.4 Interaksi dengan pengguna**



*Sumber : katalog OMGC*

Tabel 1.3 menunjukkan salah satu insight interaksi setiap konten dari beberapa pengguna instagram terhadap postingan OMGC. Interaksi ini dapat berupa like, komen, share, DM dari postingan yang dibagikan. Dalam insight diatas, konten yang dibagikan menambah jumlah interaksi sebesar 26,5%.

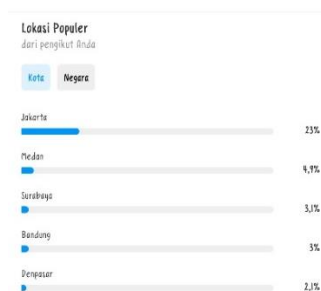
**Gambar 1.5 Insight Pengikut**



*Sumber : katalog OMGC*

Tabel 1.4 Menunjukkan jumlah pengikut yang bertambah, dan berhenti mengikuti dan dalam satu bulan terakhir mengalami penurunan pengikut yakni sampai -7. Penurunan ini disebabkan oleh beberapa faktor yang ada misalnya penurunan kualitas konten yang dibagikan, interaksi yang kurang dengan pengguna instagram, dan masih ada faktor lain yang berkaitan dengan penurunan.

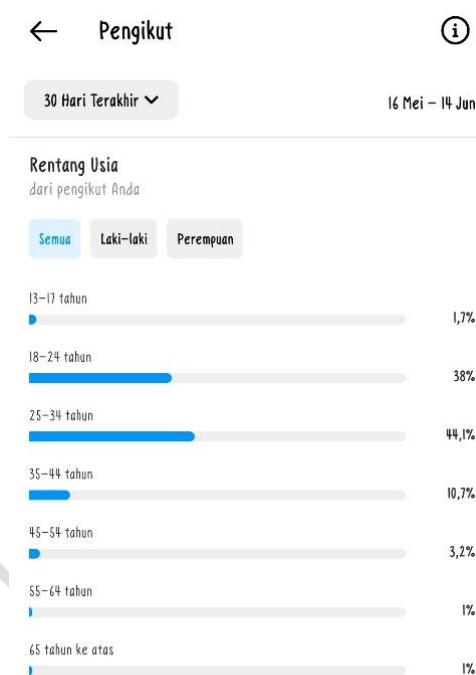
**Gambar 1.6 Lokasi Pengikut**



*Sumber: katalog OMGC*

Dari tabel 1.5 menunjukkan interaksi paling banyak yaitu terdapat di lokasi Jakarta dengan presentase 23%, dilanjutkan dengan Medan dengan presentase 4,9%, Surabaya 3,1%, Bandung 3%, dan Denpasar 2,1% dengan jumlah total 36,1% dan 63,9% sisanya dari beberapa daerah yang tersebar di indonesia.

**Tabel 1.7 Usia Pengikut**



*Sumber : katalog OMGC*

Pada tabel 1.6 menunjukkan interaksi dengan pengguna instagram dengan rentang usia 13-64 tahun. Dengan usia yang mendominasi yaitu usia 18-24 tahun sebesar 38% dan pada usia 25-34 tahun sebesar 44,1%. Pada tabel 1.6 pengikut OMGC didominasi oleh remaja dan anak muda.

**Tabel 1.8 Kehadiran anggota OMGC tahun 2022**

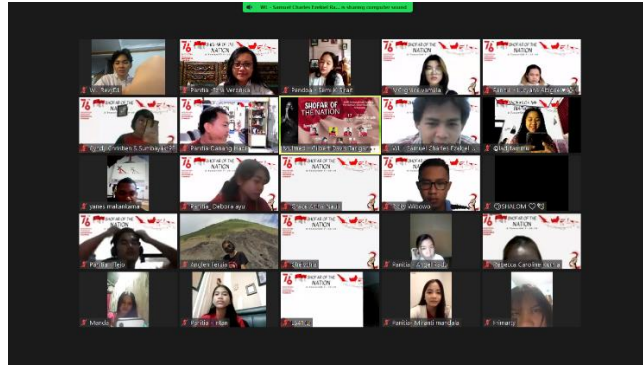
| No. | Bulan     | Jumlah kehadiran |
|-----|-----------|------------------|
| 1.  | Januari   | 36 orang         |
| 2.  | Februari  | 42 orang         |
| 3.  | Maret     | 30 orang         |
| 4.  | April     | 44 orang         |
| 5.  | Mei       | 17 orang         |
| 6.  | Juni      | 17 orang         |
| 7.  | Juli      | 15 orang         |
| 8.  | Agustus   | 14 orang         |
| 9.  | September | 18 orang         |
| 10. | Oktober   | 23 orang         |
| 11. | November  | 19 orang         |
| 12. | Desember  | 31 orang         |

*Sumber data: data statistik OMGC*

Dari tabel 1.8 disajikan data kehadiran dalam ibadah OMGC.

Maksimum data terdapat di bulan April sejumlah 44 orang dan minimum data terdapat di bulan Agustus sejumlah 14 orang. Grafik ini dapat berubah-ubah dengan berbagai faktor sehingga kehadiran tidak dapat dipastikan.

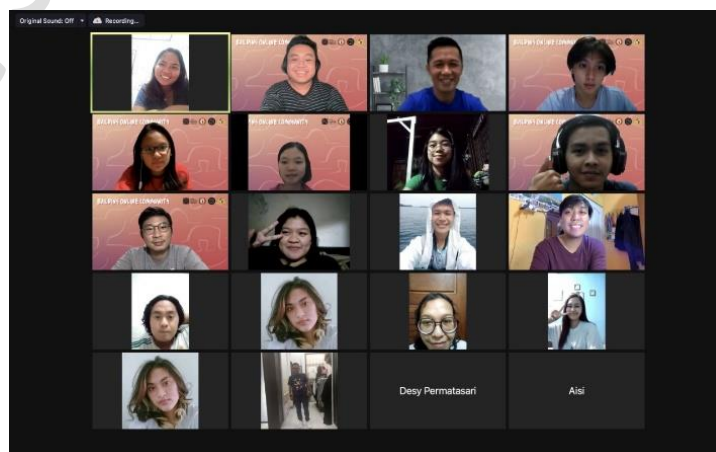
**Gambar 1.9 Ibadah Gabungan 17 Agustus**



Sumber : data pribadi

Kegiatan kolaborasi dengan komunitas lain pada 17 Agustus 2021 dengan tema “*Shofar for the Nation*” dengan tujuan berdoa bersama jarak jauh bagi bangsa Indonesia. Kolaborasi ini dengan komunitas lain dari jam 10.00 WIB sampai pada jam 20.00 WIB dengan dilakukan beberapa sesi sharing, kuis, tanya jawab, konseling, *Praise Worship*, dan sesi firman Tuhan. Kegiatan kolaborasi ini menaikkan antusias dari *participant* yang diikuti oleh kurang lebih 1500 orang dan 500 orang tiap sesi.

**Gambar 1.10 Ibadah Gabungan**





Sumber : katalog OMGC

Gambar 5.2 kolaborasi OMGC dengan 3 komunitas online lainnya dengan tema “*Building Online Community*” yang bertujuan untuk menjadikan *online community* menjadi komunitas yang membantu banyak orang mengenal kasih Tuhan melalui komunitas online.

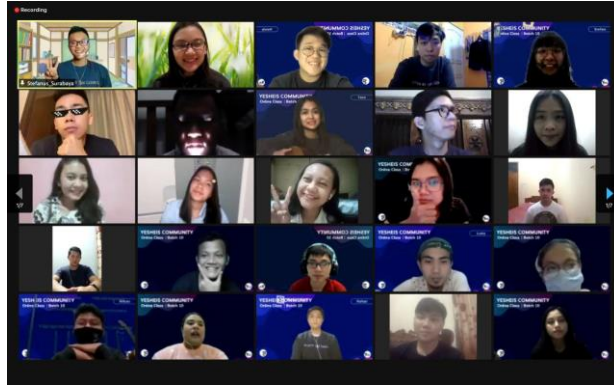
**Gambar 1.11 Workshop bersama dengan komunitas lain**



Sumber : data pribadi

Gambar 5.3 kolaborasi OMGC dengan komunitas online yaitu *revivo*, *digital ministry*, dan *ideclare*. Kolaborasi ini mengadakan sebuah acara workshop untuk para konten kreator kristen yang bergerak dalam bidang online. Workshop ini mendapat tema “*Calling For All*”. Workshop ini diadakan dalam satu hari dan dibagi menjadi 2 sesi. Sesi yang pertama diisi oleh Larry Christofel dan sesi 2 diisi oleh Martin.

**Gambar 1.12 Pertemuan dan Pemuridan Online**



Gambar 5.4 ketika OMGC dengan anggota Yesheis meet up online.

Dan dihadiri kurang lebih 150 orang. Tidak hanya sesi ibadah saja, setelah dilakukan ibadah bersama diadakan pemuridan untuk memperlengkapi anak-anak muda dalam penginjilan online. Kelas ini berlangsung selama 3 bulan dan dilakukan setiap 2 minggu sekali. Disetiap pertemuan dilakukan juga praktek atau bisa disebut *Call to Action* yang memiliki tujuan bukan hanya diberikan materi saja melainkan mampu untuk mempraktekkan juga. *Call to Action* yang selanjutnya disingkat menjadi CTA dapat dikembangkan atau dilakukan di berbagai *platform digital*. CTA ini selain untuk menghubungkan orang untuk kenal Yesus dapat juga digunakan sebagai media berkreaitifitas dengan konten yang ada.

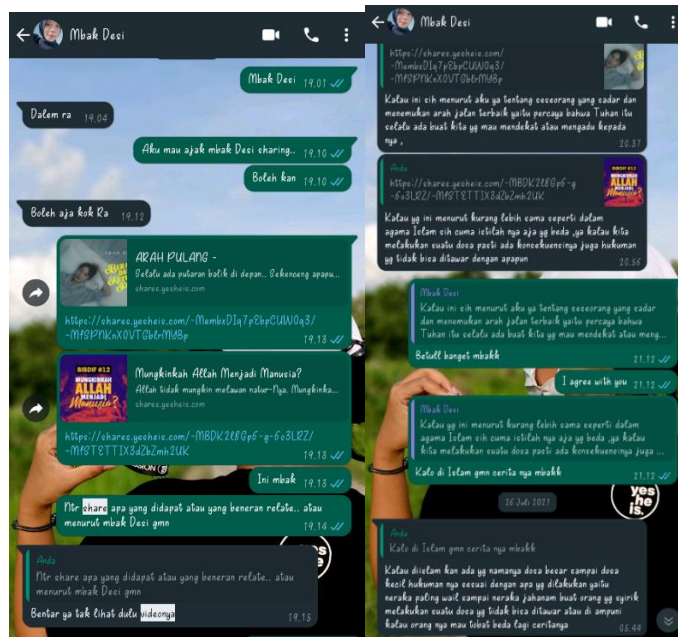
**Gambar 1.13 call to action**



Sumber: milik pribadi

Gambar 1. Merupakan contoh CTA pertemuan kedua untuk membagikan konten foto dan video dalam satu postingan. Dalam konten yang ada dilihat respon dari pengikut dan memberikan *follow up* atau menindaklanjuti dari respon yang ada.

Gambar 1.14 *follow-up* pengikut



Sumber : milik pribadi

Gambar 1. Merupakan salah satu bentuk penginjilan yang pernah penulis lakukan melalui instagram dan ditindaklanjuti melalui *whatsapp*. Pada penginjilan yang dilakukan ke agama lain melalui perantara media sosial sangat membantu dikarenakan tidak menimbulkan keterpaksaan dalam penyampaian injil. Selain itu, dapat saling mendiskusikan bersama.

Sekalipun memiliki tantangan yang ada dalam melakukan penginjilan secara online, OMGC melakukan beberapa hal untuk menangani tantangan yang ada menjadi suatu solusi bersama. Misalnya, untuk melengkapi diri supaya memiliki pengetahuan mengenai injil yaitu belajar untuk *upgrade* diri belajar metode yang baru sesuai dengan nilai dan efektivitas penginjilan. Meningkatkan rasa kepedulian antar sesama dapat dilakukan anggota OMGC sebagai teman atau sahabat yang memberikan kepedulian dan terakhir rasa takut memang ada dalam diri manusia, bukan untuk menghilangkan rasa takut tersebut namun belajar untuk

percaya pimpinan Tuhan yang menuntun untuk memberitakan kebenaran Firman Tuhan.

*Bold, persevere, dan unity* merupakan *tagline* atau slogan yang terdapat di OMGC yang memiliki arti *bold* yaitu berani dan OMGC melakukan dengan sebuah langkah kecil berani untuk menceritakan Injil melalui media sosial.

Selanjutnya *persevere* atau bertekun, dalam slogan ini diharapkan anggota OMGC tetap tekun untuk memberitakan kabar baik melalui media sosial. Tidak hanya itu, anggota OMGC diharapkan juga bertekun untuk membangun sebuah hubungan pribadi dengan Tuhan. *Unity* atau kesatuan merupakan slogan terakhir dan memiliki tujuan yaitu menumbuhkan kesatuan antar anggota. Dengan berbagai macam suku, jarak yang jauh, OMGC menggunakan slogan ini untuk bersama bertumbuh dalam kesatuan meskipun jarak dan perbedaan suku yang ada tidak menjadi hambatan untuk bertumbuh bersama.

Dalam memberitakan injil melalui media sosial tentu saja perlu memiliki keterampilan khusus baik dalam berbicara, menulis, membuat video, membuat design, dan masih banyak lagi. Maka dari itu, OMGC *open volunteer* yang kemudian diarahkan dan dibimbing sesuai kemampuan supaya dapat memperlengkapi anggota dan mengaplikasikan dalam konten OMGC, konten pribadi maupun dapat membantu gereja lokal.

Kegiatan yang dilakukan OMGC tidak hanya membuka untuk memperlengkapi saja dalam keterampilan melainkan OMGC juga melakukan kegiatan yang dilakukan bersama dalam *meet-up online, meet-up onsite*, kegiatan sosial lainnya yang menumbuhkan kesatuan antar anggota satu dengan yang lain.

## 2. Kaum Muda menjadi Fokus OMGC dalam Penginjilan Online

OMGC menyadari bahwa dunia terus berkembang dan terus menambahkan Teknologi. OMGC memiliki *Segment* yaitu kaum muda dengan alasan, IT masa kini banyak dikerjakan oleh kaum muda dan kaum muda merupakan generasi penerus dalam sebuah pemberitaan Injil. Aga yang merupakan anggota OMGC mengatakan bahwa “anak muda adalah penerus gereja”. Dari hasil *analytic* menunjukkan pengguna instagram terbanyak di usia antara 17-30 tahun yang berarti masih dikategorikan dalam usia remaja dan dewasa muda.

Reynaldi mengungkapkan “anak muda adalah orang-orang yang memiliki sifat yang labil dan mudah terjerumus dalam hal-hal negatif. Oleh karena itu penting anak-anak muda menerima injil untuk menyelamatkan masa muda dan menggunakannya dengan lebih baik dan berkenan kepada Tuhan.” menurut Reynaldi, anak muda sering terjerumus dalam kegiatan yang negatif jika tidak dibekali Injil kebenaran. Maka dari itu, OMGC menggunakan media sosial untuk memberitakan Injil kepada kaum muda dengan tujuan membekali anak muda untuk mengerti kebenaran. Selain itu juga, injil juga dapat dikabarkan melalui kehidupan anak muda melalui perbuatannya.

Semua generasi memang memerlukan injil. Namun, tiap orang memiliki

### **B. Temuan Hasil Penelitian**

Berdasarkan paparan di atas, penulis dapat menyajikan temuan penelitian sebagai berikut:

1. OMGC memiliki suatu struktur organisasi yang memimpin setiap *Divisi* yang ada sebagai cara untuk menyelesaikan *jobdesk* mengenai konten yang dibuat.
2. Konten yang dibuat harus relevan dengan kehidupan anak muda sekarang sehingga dapat menjadi salah satu metode untuk melakukan sebuah penginjilan bagi anak muda.
3. Konten yang dibuat juga harus memiliki rancangan atau *content planner* sehingga terjadwal konten apa yang ingin dipublikasikan dan tidak tertumpuk dengan konten yang lain.
4. Dari setiap konten yang ada dilihat respon pengguna instagram terhadap konten yang diunggah, setelah itu *follow-up* lebih dalam bisa dengan menggunakan *direct message* atau bisa dilanjutkan ke aplikasi whatsapp.
5. Hasil dari *follow up* akan dikembalikan kepada gereja lokal untuk diteruskan dalam pertumbuhan iman dan tetap mengikuti kegiatan OMGC untuk tetap menjalin relasi dengan anggota OMGC lainnya dan bertumbuh bersama anggota OMGC.
6. OMGC berkerja sama dengan komunitas lain untuk saling melengkapi dan saling belajar untuk melakukan penginjilan secara online.
7. *Call to Action* atau CTA dilakukan anggota OMGC untuk belajar membagikan injil melalui media sosial yang ada saat ini.

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Pembahasan Temuan**

Implementasi dalam penginjilan melalui media sosial merupakan hal yang pada umumnya tidak mudah untuk dilakukan oleh banyak orang. Perkembangan jaman yang ada memiliki banyak sekali tuntutan untuk membagikan injil melalui media sosial. Namun, jika tidak dicoba maka akan mengalami keterbatasan jangkauan dikarenakan media sosial merupakan alat yang cukup efektif untuk menjangkau orang lebih luas dan cepat. Media sosial mempunyai daya tarik yang kuat pada saat ini, hal ini bisa kita pakai untuk sharing ayat alkitab maupun khotbah, sharing tentang Tuhan Yesus serta kebaikan-Nya kepada sesama. Jika tidak memanfaatkan media sosial, kemungkinan yang terjadi yaitu berkurangnya peluang untuk orang-orang dapat mendengar dan merespon injil.

Dalam melakukan injil melalui media sosial juga dapat membantu dalam komunikasi dikarenakan perbedaan budaya, bahasa dan latar belakang maka dari itu media sosial dapat membantu mengatasi permasalahan ini. Selain itu, keterbatasan waktu dan sumber daya merupakan alasan banyak orang tidak melakukan penginjilan. Melalui media sosial yang ada, pesan injil dapat



disampaikan secara efisien dan hemat biaya dan tidak menguras tenaga yang berlebihan. Yang terakhir jika media sosial tidak dimanfaatkan sebagai pemberitaan injil, maka lambat laun akan mengalami kekurangan generasi muda yang mau menyampaikan injil kepada semua orang.

Untuk melakukan Amanat Agung memang dibutuhkan hati yang mau tunduk dan siap dalam berbagai macam tantangan yang ada. Setiap orang memiliki prosesnya masing-masing. Injil berbicara tentang dimuridkan untuk memuridkan dan dijalankan secara terus menerus sehingga injil tidak berhenti di suatu generasi melainkan semua generasi dan semua orang dapat mengetahui keselamatan hanya ada dalam Yesus.

Berdasarkan temuan data mengenai penginjilan melalui media sosial, OMGC merupakan salah satu komunitas yang memfasilitasi anak muda dalam pergerakan pemberitaan injil dan melakukan pemuridan melalui media sosial yang ada. Maka dari itu, OMGC mengadakan beberapa kegiatan untuk melengkapi anak muda dalam melakukan penginjilan melalui media sosial.

Hal yang perlu diingat bahwa dalam memulai penginjilan harus dipastikan kehidupan kerohanian tetap melekat dengan Tuhan, mempelajari injil itu sendiri sebelum dibagikan, menjaga sikap yang terbuka tentang pemahaman doktrin dan pengetahuan, menggunakan bahasa yang sopan sehingga tidak menyinggung lawan bicara, tetap menjadi terang dan garam yang artinya tetap menjadi teladan baik di media sosial maupun di kehidupan nyata, dan tetap mempertimbangan risiko dan privasi dikarenakan media sosial dapat diakses oleh siapa saja.

Pengimplementasian penginjilan OMGC melalui media sosial dapat dikatakan belum cukup maksimal dikarenakan kurangnya minat anggota OMGC dalam pemberitaan Injil melalui media sosial, kurangnya pengembangan terhadap kegiatan yang ada sehingga dianggap monoton atau membosankan, kurangnya respon dari pengguna instagram sehingga membuat anggota merasa bingung apa yang akan dibuat, pendekatan yang dilakukan kurang maksimal, dan beberapa faktor internal lainnya.

Berbagai cara telah dilakukan oleh anggota OMGC untuk memancing respon dari pengguna instagram misalnya mengadakan *giveaway*, mengikuti *challenge*, maupun membagikan kisah. Namun, hal itu tidak sepenuhnya membantu anak muda dalam melakukan penginjilan secara online. Namun, OMGC tidak menyerah begitu saja melainkan mencoba hal-hal baru lainnya.

### **B. Teori Hasil Temuan**

Berdasarkan pembahasan temuan penelitian di atas, maka kesimpulan dari hasil temuan adalah sebagai berikut:

*Pertama*, jika metode atau konten yang dikerjakan OMGC akan semakin berdampak bagi penginjilan melalui media sosial, maka pihak OMGC beserta para *volunteer* perlu mengembangkan kembali dan memperdalam mengenai injil dan media sosial.

*Kedua*, jika para *volunteer* dirasa kurang berkontribusi dalam melakukan penginjilan, maka konten yang semestinya sebagai sarana penginjilan akan sia-sia.

Maka dari itu, para *leader* OMGC perlu memberikan pelatihan dan pengecekan kembali *volunteer* yang ada.

*Ketiga*, jika ada saling bekerja sama antar anggota, leader, dan respon pengguna media sosial, maka penginjilan melalui media sosial akan terlaksana dengan baik.

@STT Intheos Surakarta

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dengan teknik observasi, wawancara, dan beberapa dokumentasi yang dilakukan dalam OMGC mengenai “Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Penginjilan Kaum Muda Bagi Anggota Online Missionary Generation Community (OMGC) Tahun 2022”. Dapat peneliti simpulkan sebagai berikut:

*Pertama*, banyak gereja yang masih kurang dalam menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana pemberitaan Injil. Ini memiliki banyak faktor seperti kurangnya akses jaringan internet di beberapa daerah, kurangnya pengetahuan mengenai IT, dan kurangnya minat menggunakan media sosial.

*Kedua*, beberapa gereja kurang bisa menjangkau kaum muda sehingga kaum muda kurang memiliki persekutuan dan bertumbuh bersama.

*Ketiga*, efektivitas penginjilan yang dilakukan melalui media sosial, dapat dilihat dari waktu yang ada, dari biaya, dari jangkauan yang ada.

#### **B. Implikasi**

Penginjilan merupakan tugas yang diemban bersama oleh setiap orang percaya kepada Yesus sebagai Tuhan dan Juruselamat. Bukan sebagian orang, bukan komunitas maupun pendeta saja melainkan semua orang. Amanat Agung jelas bahwa tugas sebagai orang percaya yaitu pergi dan menjadikan semua bangsa murid, dan membaptis dalam nama Bapa, Putra, Roh Kudus.

Meskipun penginjilan sudah dilakukan banyak orang, penginjilan harus terus dilakukan supaya injil dapat tersampaikan ke segala penjuru dunia dan kepada segala generasi. Sehingga banyak orang mengenal Yesus dan membawa jiwa-jiwa lebih banyak lagi sebab satu orang bertobat.

Dengan adanya teknologi yang ada seharusnya memudahkan dalam memberitakan injil kepada semua orang. Akses yang lebih mudah dan lebih luas dalam menemukan orang-orang untuk diberitakan injil, dengan biaya yang lebih hemat dan waktu yang cukup fleksibel merupakan alasan bahwa memberitakan injil melalui media sosial memiliki kemudahan. Namun, pada realita yang ada, masih banyak orang yang belum menyadari arti penting dari penginjilan sesungguhnya dan memanfaatkan media yang ada sebagai sarana penginjilan.

Untuk mengimplementasikan penginjilan dalam media sosial secara maksimal dapat dilakukan dengan beberapa hal. Misalnya, mengenali audiens sehingga injil dapat disampaikan secara tepat terhadap target. Menggunakan bahasa dan gaya yang sesuai dengan pengguna instagram. Membuat konten yang menarik sesuai dengan target. Memiliki interaksi yang lebih intens terhadap audiens yang ada. Memanfaatkan fitur yang telah disediakan oleh instagram. Memiliki jadwal posting dengan bijaksana yaitu mempelajari waktu khusus media sosial. Tidak hanya konten yang menarik melainkan menghubungkan dengan Alkitab yang ada secara relevan. Tetap memiliki waktu yang konsisten, tekun, sabar. Menghormati pandangan orang lain terhadap pendapat atau opini yang ada. Jangan memaksakan dengan pikiran pribadi karena injil sebuah pesan kasih yang harus disebar.

Dengan OMGC *followers*, anggota, *volunteer*, serta leader sama-sama belajar untuk memberitakan injil secara konsisten dan berkala. Maka, ketika *followers*, anggota, *volunteer*, *leader* saling melengkapi dalam pemberitaan injil melalui media sosial akan mempermudah menjangkau jiwa.

Efektivitas media sosial dalam penginjilan kaum muda bagi OMGC, meskipun dikatakan masih belum cukup efektif dan belum maksimal tetapi penginjilan tetap harus dikerjakan secara konsisten melalui media sosial. Meskipun belum cukup dengan media sosial instagram saja, OMGC dapat menggunakan *platform* lainnya yang sering digunakan kaum muda. Dan pelatihan penginjilan dapat dimaksimalkan dalam metodenya supaya metode yang ada dapat tepat sasaran terhadap target yang ada.

### C. Saran

#### 1. Saran Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada sekolah di bidang teologi praktika khususnya penginjilan, media pembelajaran dan bahan mata kuliah Misiologi.

#### 2. Saran Praktis

Manfaat praktis yang ingin diberikan oleh penulis melalui penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

- 2.1 bagi OMGC, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dalam pelaksanaan Amanat Agung secara khusus di bidang media sosial instagram dengan membuat metode-metode yang relevan dengan kaum muda yang ada.
- 2.2 Bagi kaum muda, yaitu penelitian ini dapat membantu kaum muda masa kini untuk melakukan misi Allah dan dapat menjadi terang dimanapun.

2.3 Bagi peneliti, penelitian ini menambah wawasan mengenai penginjilan melalui media sosial yang ada saat ini dan mengimplementasikan dalam kehidupan peneliti. Dan penelitian ini menyadarkan bahwa perlunya penginjilan dalam keadaan apapun secara konsisten dan memanfaatkan teknologi yang ada.

@STT Intheos Surakarta