

MEMBANGUN IMAN DALAM ERA DIGITAL: PERAN MEDIA SEBAGAI ALAT EVANGELISASI KONTEMPORER

Arnoldus Nofrianus Koli

Institut Filsafat dan Teknologi Kreatif Ledalero, Maumere, Indonesia

Email: rianarnold34@gmail.com¹

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media digital dalam membangun iman umat Kristen dan bagaimana media dapat dimanfaatkan secara efektif sebagai alat evangelisasi di era kontemporer. Masalah utama yang dikaji adalah sejauh mana media digital dapat menjadi sarana pewartaan Injil yang relevan dan berdampak dalam kehidupan beriman masyarakat modern, khususnya generasi muda yang akrab dengan teknologi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui studi literatur, observasi terhadap konten-konten digital bernuansa religius, serta wawancara mendalam dengan pelaku pelayanan digital, seperti pastor, *content creator* Katolik, dan umat pengguna aktif media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital memiliki potensi besar dalam menyampaikan pesan-pesan iman secara kreatif, cepat, dan luas. Namun, efektivitasnya sangat tergantung pada kualitas pesan, konteks budaya pengguna, serta keterlibatan aktif dari komunitas gerejawi. Penelitian ini menegaskan bahwa media bukan hanya alat bantu, tetapi dapat menjadi ruang perjumpaan rohani baru yang mendukung proses evangelisasi dalam dunia digital.

Kata Kunci: *iman, media digital, evangelisasi, era kontemporer, teknologi komunikasi*

Abstract : This study aims to analyze the role of digital media in building the faith of Christians and how media can be effectively utilized as a tool of evangelization in the contemporary era. The main problem studied is the extent to which digital media can be a relevant and impactful means of evangelization in the faith life of modern society, especially the younger generation who are familiar with technology. The method used in this research is a qualitative approach with data collection techniques through literature studies, observation of religious digital content, and in-depth interviews with digital ministry actors, such as priests, Catholic content creators, and active social media users. The results show that digital media has great potential in delivering messages of faith creatively, quickly, and widely. However, its effectiveness is highly dependent on the quality of the message, the cultural context of the users, and the active involvement of the ecclesial community. This research confirms that media is not just a tool, but can become a new spiritual encounter space that supports the evangelization process in the digital world.

Keywords: *faith, digital media, evangelization, contemporary era, communication technology*

PENDAHULUAN

Perubahan zaman yang begitu cepat, khususnya di bidang teknologi informasi dan komunikasi, telah mengubah cara manusia hidup, berinteraksi, dan memahami realitas. Era digital telah menciptakan ruang baru di mana informasi menyebar dengan cepat, batas geografis menjadi relatif, dan interaksi sosial berlangsung dalam jaringan virtual. Dalam konteks ini, kehidupan iman umat pun tidak terlepas dari pengaruh perkembangan teknologi digital, termasuk media sosial, platform daring, dan berbagai bentuk komunikasi digital lainnya.

Perkembangan media internet saat ini berkembang pesat. Media internet dalam hal komunikasi sosial antar manusia telah mencapai kesuksesan besar karena hanya membutuhkan sedikit waktu untuk berkomunikasi dengan orang lain (Margareta et al., 2024). Di satu sisi, media digital membuka peluang besar untuk menjangkau lebih banyak orang dalam pewartaan iman. Gereja tidak lagi terbatas oleh ruang fisik karena kini dapat hadir di tengah umat melalui live streaming Misa, konten refleksi harian, podcast rohani, hingga dialog teologis daring. Pewartaan Injil dapat dilakukan secara kreatif dan kontekstual sesuai karakteristik zaman digital. Hal ini sejalan dengan seruan Paus Fransiskus agar umat Katolik hadir secara aktif di dunia digital sebagai bagian dari budaya perjumpaan dan evangelisasi (Paus Fransiskus, 2014).

Namun, di sisi lain, penggunaan media digital juga menimbulkan tantangan tersendiri. Arus informasi yang begitu deras kali tidak disertai dengan kedalaman refleksi iman. Fenomena *superficiality* atau kedangkalan spiritual menjadi tantangan serius, terlebih bagi generasi muda yang lebih akrab dengan dunia virtual. Selain itu, munculnya konten-konten yang menyesatkan atau bertentangan dengan ajaran Gereja menjadi ancaman bagi keutuhan iman umat. Maka, Gereja dan para pelayan pastoral dituntut untuk memahami dinamika digital ini secara mendalam agar mampu merancang strategi evangelisasi yang efektif dan relevan. Gereja hadir di dunia untuk memberitakan Injil (kerajaan Allah) kepada semua makhluk, terutama manusia, dan menjadi bukti nyata kehadiran Allah melalui Yesus Kristus. Sebagai persekutuan umat Allah, Gereja memiliki tanggung jawab untuk menyebarkan Injil ke seluruh dunia (Toni, 2021).

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana media digital dapat menjadi sarana evangelisasi kontemporer dalam membangun iman umat. Dengan pendekatan kualitatif dan studi pustaka, artikel ini menyoroti peluang serta tantangan penggunaan media, serta strategi konkret yang dapat diterapkan oleh Gereja dan komunitas iman dalam menjawab kebutuhan spiritual umat di era digital dewasa ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memfokuskan diri pada pendekatan kualitatif deskriptif untuk menjawab kebutuhan mendesak dalam memahami lanskap religius yang berubah drastis di era digital. Tujuan utamanya adalah untuk memahami secara mendalam bagaimana media digital digunakan sebagai sarana evangelisasi dalam membangun iman umat di era digital. Pergeseran dari ruang pertemuan fisik ke ruang virtual telah menciptakan paradigma baru dalam penyebaran ajaran agama, dan studi ini berupaya memetakan dinamika, tantangan, dan peluang yang menyertainya. Metode kualitatif deskriptif dipilih karena menawarkan kesempatan untuk menggali kekayaan data non-numerik, menangkap nuansa, makna, dan interpretasi subjektif dari para partisipan. Ini bukan sekadar menghitung frekuensi unggahan atau jumlah pengikut, melainkan menyelami mengapa dan bagaimana konten-konten tersebut memengaruhi pengalaman spiritual dan praktik keagamaan sehari-hari umat.

Penelitian ini secara spesifik berupaya menggali pengalaman, pandangan, dan praktik para pelaku evangelisasi digital serta tanggapan umat terhadap konten-konten religius di media digital. Para pelaku evangelisasi digital adalah pionir di garis depan misi gereja kontemporer; mereka adalah pastor, biarawan/biarawati, atau kaum awam yang mendedikasikan waktu dan keahlian mereka untuk menciptakan, mengelola, dan mendistribusikan pesan-pesan iman di berbagai platform. Pengalaman mereka—mulai dari proses kreatif konten, strategi interaksi dengan audiens, menghadapi kritik, hingga mengukur dampak spiritual—merupakan inti dari data yang akan dikumpulkan. Melalui studi kasus pada platform dan komunitas yang beragam ini, penelitian akan dapat mengidentifikasi pola-pola utama dalam strategi evangelisasi. Misalnya, membandingkan dampak renungan singkat di TikTok dengan kajian teologi yang lebih panjang di YouTube atau podcast. Hasil akhirnya diharapkan

tidak hanya mendeskripsikan fenomena, tetapi juga menghasilkan model, rekomendasi, atau pedoman praktis bagi gereja dan para pelaku evangelisasi untuk memaksimalkan potensi media digital sebagai sarana yang efektif dalam membangun dan memelihara iman umat di era di mana sebagian besar kehidupan sosial dan spiritual kini dimediasi oleh layar. Studi ini merupakan kontribusi penting untuk menjembatani jurang antara tradisi gereja yang kokoh dengan inovasi teknologi yang tak terhindarkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam konteks perkembangan zaman, istilah *media digital* merujuk pada seluruh bentuk media yang tersampaikan melalui teknologi digital, termasuk internet, media sosial, situs web, aplikasi mobile, podcast, dan berbagai platform interaktif lainnya. Media digital ditandai oleh kemampuannya menyajikan informasi secara cepat, interaktif, dan melibatkan pengguna sebagai produsen sekaligus konsumen informasi (*prosumers*). Dalam dunia yang semakin terkoneksi ini, media digital telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, termasuk dalam praktik hidup beragama. Menurut Alexander F. Roche, media digital adalah “segala bentuk komunikasi yang bergantung pada teknologi digital dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi pesan” (Roche, 2018). Dengan demikian, media digital tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menciptakan ruang partisipatif bagi penggunanya untuk terlibat secara aktif. Hal ini memberi peluang besar dalam hal pewartaan iman, khususnya bagi Gereja yang ingin hadir dalam budaya komunikasi modern.

Sementara itu, komunikasi iman mengacu pada proses penyampaian, penerimaan, dan penghayatan iman dalam konteks relasi manusia dengan Tuhan dan sesama, melalui bahasa, simbol, narasi, dan tindakan kasih. Komunikasi iman tidak sekadar bersifat informatif, melainkan transformatif dan menyentuh hati, membangkitkan kesadaran, dan menggerakkan orang untuk hidup dalam terang Injil. Menurut Franz-Josef Eilers, komunikasi iman adalah “komunikasi yang menyampaikan nilai-nilai Kristiani dan mengajak orang untuk mengalami perjumpaan pribadi dengan Kristus melalui sarana komunikasi modern (Eilers, 2017).

Dalam dunia digital, komunikasi iman memiliki bentuk-bentuk baru yang sebelumnya tidak dikenal dalam pewartaan tradisional: Misa daring, renungan Instagram, video pendek reflektif di TikTok, hingga komunitas doa virtual yang melampaui batas geografis. Semua ini menunjukkan bahwa media digital tidak hanya sarana teknis, tetapi juga menjadi medium teologis yang menghadirkan ruang perjumpaan antara iman dan budaya digital kontemporer. Di antara semua aplikasi yang tersedia, ada beberapa yang paling diapresiasi sebagai media oleh banyak orang, antara lain *facebook*, *whatsapp*, *instagram*, *youtube*, dan *tik-tok*. Dengan adanya aplikasi berbasis internet, praktik ini sangat populer di kalangan semua pengguna telepon seluler, sehingga komunikasi akan lebih mudah dicapai dan informasi akan lebih cepat dan lebih mudah ditemukan. Bagi mereka yang aktif menggunakan media internet, yang membawa banyak manfaat termasuk peluang baru untuk mengembangkan kehidupan seseorang, khususnya pada doktrin agama (Margareta et al., *op.cit*).

Kevin Kelly memaparkan bahwa manusia sudah sedemikian dilingkupi oleh teknologi, sementara masing-masing teknologi membutuhkan pengguna yang bijak dalam mengoperasikannya. Bila teknologi salah digunakan maka akan berdampak negatif pada kehidupan manusia, sebaliknya jika digunakan dengan bijaksana, maka akan ada hasil positif yang ditimbulkan. Hal ini tergantung pada persepsi kita dalam menggunakan teknologi dan media sosial (Budi, 2019). Mengikuti anjuran Dekrit *Inter Mirifica* dan ajakan Paus pada Hari Komunikasi Sedunia, Gereja menekankan pentingnya pemanfaatan media massa dan media sosial dalam katekese dan evangelisasi. Gereja menyadari potensi media komunikasi untuk menyebarkan kabar gembira, namun juga waspada terhadap potensi penyalahgunaannya. Dekrit *Inter Mirifica* mendorong umat untuk memanfaatkan media komunikasi sosial secara efektif dalam berbagai kegiatan pastoral Gereja dewasa ini (Rismaida et. al, 2024).

Media sebagai lahan baru evangelisasi

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam era digital telah mengubah secara mendasar cara manusia hidup, berelasi, dan mencari makna. Media, baik dalam bentuk cetak maupun digital, tidak lagi sekadar menjadi sarana hiburan dan informasi, tetapi telah menjadi ruang hidup baru tempat nilai-nilai dan ideologi dibentuk serta disebarluaskan. Dalam konteks ini, media menjadi lahan baru yang potensial bagi karya evangelisasi Gereja Katolik. Gereja menyadari bahwa perubahan zaman menuntut pendekatan baru dalam mewartakan Injil. Konsili Vatikan II melalui dokumen *Inter Mirifica* telah menegaskan pentingnya media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan nilai-nilai Injil secara lebih luas dan efektif¹. Kini, dengan hadirnya berbagai platform digital seperti media sosial, podcast, kanal YouTube, dan blog rohani, pewartaan Injil dapat menjangkau banyak orang, khususnya generasi muda yang lebih akrab dengan dunia digital (Boelaars, 2020).

Namun demikian, penggunaan media sebagai sarana evangelisasi juga menuntut kebijaksanaan, kreativitas, dan kedalaman spiritual. Pewartaan Injil di era digital harus mampu menghadirkan kebenaran dan kasih Kristus secara otentik tanpa kehilangan makna di tengah arus informasi yang cepat dan sering kali dangkal. Oleh karena itu, penting bagi Gereja untuk mempersiapkan para pelayan pastoral yang mampu menggunakan media secara kritis dan evangelis, agar karya pewartaan tidak hanya relevan, tetapi juga berakar pada spiritualitas Kristiani yang sejati (Agrindo, 2023). Dalam sejarah Gereja, evangelisasi selalu menyesuaikan diri dengan konteks zaman. Jika dahulu pewartaan dilakukan dari mimbar ke mimbar, dari kota ke kota, kini media digital telah menjadi “areopagus baru” tempat di mana Sabda dapat disampaikan dan diwartakan. Dunia digital bukan lagi sekadar ruang hiburan atau komunikasi sosial, melainkan telah menjadi bagian integral dari kehidupan umat manusia. Oleh karena itu, Gereja ditantang untuk memandang media bukan sebagai ancaman, melainkan sebagai peluang dan ladang misi baru (Camerling, 2020). Paus Yohanes Paulus II dalam *Redemptoris Missio* menegaskan bahwa “Areopagus pertama zaman modern adalah dunia komunikasi, yang menyatukan umat manusia dan mengubahnya menjadi satu keluarga global” (Yohanes, 1990). Dalam terang ini, media digital adalah medan misi baru di mana Injil dapat ditabur dan ditumbuhkan dalam hati banyak orang, terlebih generasi muda yang hidup dan tumbuh dalam budaya digital. Akses internet yang mudah dapat membantu untuk mengakses media-media secara online sehingga dewasa ini umat atau siapa saja dapat mengomsumsi pewartaan gereja secara mudah dan matang, meskipun penonton harus lebih teliti dalam menyaring informasi yang disampaikan bahkan harus menemukan kebenaran yang sejati dan dari sumber terpercaya.

Media sosial seperti Instagram, youtube, tiktok, dan podcast rohani menjadi platform yang sangat potensial untuk menjangkau orang-orang yang barangkali tidak pernah menginjakkan kaki di gereja. Melalui konten kreatif yang mengandung nilai-nilai Kristiani seperti renungan singkat, kutipan Kitab Suci, refleksi harian, bahkan meme rohani. Gereja bisa hadir secara akrab dan relevan. Ini menegaskan pernyataan dari Marshall McLuhan bahwa “media adalah perpanjangan dari manusia” (McLuhan, 2018). Dalam konteks pastoral, dapat menjadi perpanjangan misi Kristus di bumi. Dengan demikian media sosial bukan saja mencari atau mendapat informasi yang lain, namun lebih dari itu media sosial memiliki tujuan yang lebih mulia daripada yang dipikirkan oleh sebagian orang.

Dalam artian yang sederhana, media sosial juga bisa menjadi ladang yang subur bagi pewartaan modern yang tumbuh sesuai dengan perkembangan zaman. Hal ini secara eksplisit dilihat di dunia maya yang semakin mengedepankan pertumbuhan dan pewartaan iman yang kekinian. Lebih lanjut, Sr. Nathalie Becquart, seorang biarawati Katolik dan konsultan di Sekretariat Sinode Para Uskup, menyebutkan bahwa evangelisasi digital harus bersifat dialogis, inklusif, dan partisipatif, karena umat saat ini tidak hanya ingin mendengar, tetapi juga ingin didengar (Becquart, 2021). Maka dari itu, konten rohani harus dirancang bukan hanya untuk dikonsumsi, tetapi juga untuk mengundang

partisipasi dan interaksi: komentar, berbagi pengalaman, dan membentuk komunitas virtual yang saling menguatkan dalam iman.

Dengan demikian, media menjadi lahan baru evangelisasi yang tidak bisa diabaikan. Tanggung jawab Gereja masa kini adalah untuk masuk secara aktif ke dalam dunia digital - bukan dengan semangat konfrontatif, melainkan dengan semangat kasih, kreativitas, dan dialog-demi menyemai benih iman di ladang virtual yang luas dan dinamis.

Peran media dalam membangun iman umat

Media digital telah menjadi sarana baru yang strategis dan dinamis dalam membina kehidupan iman umat di era modern. Keberadaan teknologi komunikasi tidak lagi bersifat sekunder, melainkan menjadi ruang utama di mana umat - terutama generasi muda - mencari, menemukan, dan mengalami makna hidup serta nilai-nilai rohani. Gereja, yang memiliki mandat untuk mewartakan Kabar Gembira kepada segala bangsa (bdk. Mat 28:19-20), ditantang untuk menjadikan media sebagai alat pastoral yang efektif.

Perkembangan di bidang teknologi komunikasi memungkinkan manusia mengakses berbagai macam informasi dari belahan dunia lain. Informasi tersebut menghantar manusia melihat secara langsung sehingga dapat menimbulkan sikap empati terhadap situasi dan keadaan di negeri lain. Namun tidak dapat disangkal bahwa dampak positif ini merupakan salah satu pengaruh media komunikasi. Media komunikasi bisa memiliki pengaruh yang positif tetapi juga secara negatif. Maka pengaruh media komunikasi terhadap manusia (para pengguna) merupakan sebuah pilihan pribadi (Subu, 2024). Peran media dalam membangun iman dapat dilihat dalam tiga dimensi utama: informasi iman, formasi rohani, dan komunitas digital.

Media digital menyediakan akses yang luas terhadap informasi keagamaan: kutipan Kitab Suci harian, dokumen Gereja, homili, video pengajaran, dan artikel reflektif. Informasi-informasi ini membantu umat untuk semakin memahami ajaran iman secara kontekstual. Menurut José María La Porte, media digital menjadi saluran pewartaan yang memungkinkan iman ditransmisikan secara kreatif dan menarik, terutama kepada mereka yang jauh dari kehidupan Gereja (La Porte, 2017). Platform seperti *YouTube*, *podcast* rohani, aplikasi renungan harian (misalnya: *Laudate*, Katolikku), serta Instagram dengan konten refleksi singkat menjadi ruang formasi yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Melalui konten yang disampaikan dengan bahasa yang relevan dan visual yang menarik, umat dapat dibimbing dalam doa, refleksi batin, dan pemahaman ajaran Gereja. Formasi tidak lagi terbatas pada ruang kelas katekese, tetapi hadir dalam *feed*, *story*, dan *reels* media sosial.

Media digital juga berperan sebagai tempat membangun komunitas digital rohani. Melalui grup WhatsApp rohani, komunitas Instagram, forum Katolik di Telegram, atau siaran langsung Misa daring, umat yang terpisah secara geografis dapat merasa tetap terhubung secara spiritual. Komunitas ini menjadi ruang berbagi iman, doa, dan pengalaman hidup yang saling menguatkan. Hal ini sejalan dengan pandangan Antonio Spadaro bahwa media digital harus menjadi “ekstensi dari tubuh mistik Gereja, bukan sekadar alat komunikasi, melainkan ruang pengalaman iman” (Spadaro, 2019). Namun, media tidak hanya membangun, tetapi juga menuntut pertanggungjawaban. Konten yang dangkal, manipulatif, atau menyebar disinformasi bisa menjadi ancaman bagi pertumbuhan iman. Oleh karena itu, dibutuhkan *literasi digital rohani*, agar umat mampu memilah, mengolah, dan menyaring informasi dengan bijak, serta tetap berakar dalam kebenaran iman Katolik.

Dengan demikian, media bukan sekadar alat penyebar informasi, tetapi menjadi wahana pembinaan iman yang hidup, kontekstual, dan partisipatif. Ketika digunakan secara reflektif dan kreatif, media dapat menjadi “tanah subur” di mana benih iman tumbuh dan berkembang dalam kehidupan umat masa kini.

Pemanfaatan youtube, instagram, tiktok, dan podcast rohani dalam membangun iman

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara umat manusia berkomunikasi, termasuk dalam hal mengekspresikan dan memperdalam iman. Di tengah arus informasi yang cepat dan visual yang dominan, media seperti youtube, instagram, tiktok, dan podcast rohani tampil sebagai saluran evangelisasi yang sangat menjanjikan. Gereja ditantang untuk memanfaatkan ruang-ruang ini bukan sekadar sebagai pelengkap pewartaan, tetapi sebagai bagian integral dari misi pastoral. Pewartaan melalui internet menawarkan peluang besar. Berbagai media sosial sangat membantu dalam menyebarkan Injil, misalnya melalui artikel inspiratif tentang Yesus, khutbah singkat, misa *live streaming*, dan kegiatan Gereja lainnya. Tujuannya adalah agar orang-orang di tempat terpencil, mereka yang tak bisa hadir di gereja karena kendala tertentu, dan mereka yang belum mengenal atau sudah mengenal Yesus, tetap dapat menerima pewartaan Injil (Dey dan Daro, 2020).

Konsili Vatikan II adalah sebuah *aggiornamento* yaitu usaha Gereja untuk menyesuaikan diri selaras zaman. Salah satunya adalah dekrit *Inter Mirifica* sebagai refleksi atas hakikat dan keberadaannya bagi dunia di tengah kemajuan teknologi media komunikasi. Dekrit ini memiliki nilai penting dalam perkembangan ajaran Gereja mengikuti kemajuan media komunikasi. Karena itu bulan Mei Gereja selalu merayakan Hari Komunikasi Sedunia sebagai salah satu bentuk keterbukaannya terhadap kemajuan teknologi komunikasi dalam upaya memajukan iman umat melalui berbagai platform digital (Subu, *op.cit*).

YouTube: Visualisasi Kabar Gembira

YouTube menjadi salah satu media utama dalam evangelisasi digital karena formatnya yang memungkinkan penyampaian pesan iman secara audio-visual yang kuat dan personal. Banyak kanal Katolik yang menayangkan renungan harian, katekese, kursus Kitab Suci, hingga live streaming Misa, seperti channel *Hidup TV*, *Katolik Garis Lucu*, atau *OMK Indonesia*. Konten-konten ini menjangkau umat yang tak dapat hadir secara fisik di gereja, sekaligus membuka ruang perjumpaan dengan orang yang belum mengenal iman Katolik. Menurut Eric J. Mauser, “YouTube telah menjadi mimbar digital di mana pewartaan iman tak lagi dibatasi oleh waktu, ruang, atau tembok gereja”(Mauser, 2020).

Instagram: Iman dalam Gambar dan Cerita

Instagram, dengan karakter visual dan naratifnya, sangat efektif untuk menjangkau generasi milenial dan Gen Z. Banyak akun Katolik menggunakan gambar Kitab Suci, quotes reflektif, video *reels* pendek, dan IG *story* interaktif untuk membagikan pesan iman secara ringan, cepat, dan relevan. Estetika visual yang baik dapat menyampaikan pesan rohani dengan daya tarik yang kuat. Bahkan, banyak akun OMK (Orang Muda Katolik) paroki menggunakan fitur Instagram *Live* untuk berdoa Rosario, Adorasi, atau sesi Q&A iman secara langsung.

TikTok: Evangelisasi dalam Format Singkat

TikTok sebagai media video pendek semakin populer di kalangan anak muda. Di tengah konten hiburan dan viral, muncul pula kreator Katolik yang membagikan renungan singkat, sketsa katekese, hingga testimoni iman dalam durasi 15–60 detik. Format ini menuntut pewarta untuk menyampaikan pesan secara ringkas, padat, dan menyentuh. Misalnya, konten-konten dari akun seperti @katolikku atau @fraterkatolik menyajikan humor dan ajaran Gereja secara ringan namun tetap membangun spiritualitas.

TikTok memberi peluang menghadirkan “teologi mikro” yang menginspirasi umat dalam waktu singkat namun bermakna, sebagaimana dikatakan oleh Sr. Nathalie Becquart bahwa pendekatan kreatif dan naratif adalah kunci dalam menjangkau jiwa-jiwa di ruang digital (Becquart, 2021). Namun tidak dipungkiri juga, melalui aplikasi seperti tik-tok muncul para biarawan/biarawati dan awam yang

sering membuat renungan singkat yang dilandaskan pada bacaan harian sesuai tahun kalender liturgi. Meskipun kata-kata yang ditulis dan diungkap terlalu singkat, puitis dan menginspirasi pembaca. Hal ini telah banyak ditemukan pada status whatsapp yang banyak memuat renungan-renungan singkat tersebut.

Podcast Rohani: Mendengar dalam Keheningan

Podcast menawarkan ruang kontemplatif bagi umat yang ingin merenung di tengah kesibukan. Dengan konten seperti doa malam, refleksi Injil harian, wawancara iman, atau sesi bimbingan rohani, umat dapat mengakses penguatan rohani sambil bekerja, berkendara, atau beristirahat. Beberapa podcast populer seperti *Katolik Harian*, *Renungan Malam OMK*, dan *Panggilan Hati* menjadi teman batin yang menyertai dalam keseharian.

Audio menjadi sarana yang sangat personal dan meditatif. Seperti diungkapkan Elizabeth Drescher, mendengar adalah tindakan spiritual; podcast menghidupkan kembali praktik mendengarkan sebagai jalan iman (Drescher, 2022).

Tantangan penggunaan media digital dalam evangelisasi: disinformasi, hoaks keagamaan dan banalitas konten

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi, media digital telah menjadi sarana utama dalam menyampaikan pesan-pesan iman dan nilai-nilai keagamaan. Evangelisasi yang sebelumnya mengandalkan perjumpaan langsung kini bergerak ke ruang virtual, menjangkau umat lintas wilayah dan generasi. Namun, di balik peluang besar ini, terselip tantangan-tantangan serius yang dapat merusak makna dan efektivitas evangelisasi itu sendiri.

Salah satu tantangan utama adalah disinformasi dan hoaks keagamaan yang kian marak di media sosial. Informasi keagamaan yang tidak akurat, manipulatif, bahkan provokatif sering kali menyebar dengan cepat dan tanpa klarifikasi yang memadai. Hal ini tidak hanya menyesatkan umat, tetapi juga dapat memicu konflik antar kelompok agama, menurunkan kepercayaan pada institusi Gereja, dan menciptakan kebingungan teologis di kalangan umat awam.

Selain itu, media digital juga membawa risiko banalisasi konten religius yaitu ketika pesan iman diper mudah atau direduksi sedemikian rupa demi popularitas dan algoritma platform. Konten-konten evangelisasi yang semestinya bersifat sakral dan mendalam kadang dikemas secara dangkal, sensasional, atau hiburan semata. Akibatnya, nilai spiritualitas yang ingin dibangun justru kehilangan bobot dan makna.

Disinformasi dan Hoaks Keagamaan

Di dunia digital yang terbuka, siapa pun dapat menjadi produsen informasi, termasuk dalam hal keagamaan. Sayangnya, tidak semua informasi yang tersebar mengandung kebenaran iman yang sahih dan sejalan dengan ajaran Gereja Katolik. Banyak hoaks keagamaan beredar di media sosial, seperti ramalan-ramalan palsu, tafsir Kitab Suci yang menyimpang, atau ajakan ajaran sesat yang dibalut dengan spiritualitas palsu. Paus Fransiskus dalam pesannya untuk Hari Komunikasi Sedunia ke-52 mengingatkan:

“Penyebaran berita palsu menuntut tanggung jawab moral dan spiritual; umat beriman dipanggil untuk menjadi pelayan kebenaran dan penegak informasi yang membangun” (Paus Fransiskus, 2018). Gereja perlu hadir dengan *literasi digital pastoral*, mendampingi umat agar mampu memilah informasi, memverifikasi sumber, dan membangun sikap kritis terhadap konten-konten keagamaan yang beredar di dunia maya.

Banalitas Konten: Konten yang Dangkal dan Sensasional

Media digital seringkali mendorong penciptaan konten yang viral dan instan. Akibatnya, ada godaan untuk menyederhanakan atau bahkan menyepelekan pesan iman agar “laris” di pasaran digital. Pewartaan yang hanya berfokus pada popularitas, estetika semu, atau sensasi tanpa kedalaman rohani berisiko membuat iman terjebak dalam hal-hal superfisial. Menurut Marshall McLuhan, “media adalah pesan” (McLuhan, 2019). Ini berarti bentuk media itu sendiri memengaruhi bagaimana isi pesan diterima. Jika pewartaan iman terlalu mengikuti tren dangkal, maka makna Injil yang transformatif bisa terdistorsi atau kehilangan daya kekudusannya.

Fragmentasi Komunitas dan Individualisme

Media digital memungkinkan koneksi instan, tetapi juga berisiko menciptakan umat yang terfragmentasi dan lebih individualistik. Umat bisa merasa cukup hanya dengan mengikuti Misa daring tanpa merasa perlu hadir dalam komunitas nyata. Kehidupan sakramental menjadi sekunder, dan iman berubah menjadi pengalaman privat tanpa dimensi eklesial. Seperti ditegaskan oleh Sherry Turkle, “koneksi digital dapat mengantikan perjumpaan nyata, dan itu membuat manusia merasa lebih nyaman tapi juga lebih kesepian” (Turkle, 2019).

Strategi evangelisasi digital yang efektif

Agar kehadiran Gereja di dunia digital tidak sekadar simbolik, melainkan transformatif dan relevan, dibutuhkan strategi evangelisasi yang dirancang dengan cermat, kreatif, dan berbasis pada spiritualitas yang otentik. Strategi ini harus mampu menjembatani iman dan teknologi, serta menghadirkan wajah Kristus yang hidup di tengah dunia maya.

Berikut adalah beberapa strategi evangelisasi digital yang efektif yang ditawarkan penulis:

Kontekstualisasi Pesan Iman

Pesan iman harus disampaikan dengan bahasa, bentuk, dan medium yang sesuai dengan konteks budaya digital masa kini. Pewartaan yang kontekstual tidak berarti mengaburkan ajaran Gereja, tetapi justru menerjemahkan pesan Injil ke dalam bahasa visual, narasi pendek, atau metafora yang mudah dipahami dan relevan. Seperti diungkapkan Robert Barron, “evangelisasi yang efektif adalah seni menghubungkan narasi Injil dengan pergulatan eksistensial manusia modern” (Barron, 2016).

Keterlibatan Kreatif dan Otentik

Konten evangelisasi digital harus menarik secara visual dan emosional, namun juga lahir dari pengalaman iman yang otentik. Gereja perlu mendorong keterlibatan para imam, religius, dan awam kreatif terutama kaum muda — untuk menghasilkan konten video, podcast, ilustrasi, dan tulisan rohani yang tidak hanya indah, tapi juga penuh makna. Pewartaan yang otentik menyentuh hati lebih dalam ketimbang penyajian yang hanya bertujuan viral.

Pelatihan Literasi Digital Pastoral

Evangelisasi digital bukan sekadar perkara teknologi, tetapi juga formasi pastoral. Diperlukan pelatihan literasi digital bagi para pelayan Gereja dan komunitas basis agar mereka mampu menggunakan media dengan bijak dan bertanggung jawab. Pelatihan ini meliputi kemampuan teknis (editing, manajemen konten), pemahaman komunikasi digital, dan pengolahan pesan rohani yang benar secara teologis. Seperti ditegaskan oleh Paul Soukup, media bukan hanya alat, tetapi ruang teologis yang perlu dipahami secara pastoral (Soukup, 2016).

Membangun Komunitas Digital yang Inklusif

Evangelisasi digital yang berhasil tidak hanya dilihat dari banyaknya penonton atau followers, tetapi dari terbentuknya komunitas yang aktif dan mendalam secara rohani. Gereja perlu membangun ruang-ruang digital yang memungkinkan dialog, doa bersama, refleksi, dan saling mendampingi — baik melalui grup daring, live streaming interaktif, maupun forum diskusi virtual. Komunitas digital ini menjadi perpanjangan dari tubuh Gereja yang hidup.

Evaluasi Berkala dan Pendekatan Multiplatform

Strategi evangelisasi digital harus terus dievaluasi dan diperbarui mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan umat. Pendekatan multiplatform — menggunakan berbagai media seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, podcast, dan website — membuat pewartaan menjangkau segmen yang lebih luas, tanpa kehilangan arah pastoral. Media sosial, platform komunikasi modern yang populer, berperan penting dalam melaksanakan misi pewartaan Injil yang diperintahkan Yesus. Sifatnya yang global dan tanpa batas memungkinkan jangkauan yang luas, baik kepada mereka yang telah mengenal Injil maupun yang belum. Beberapa platform media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk pewartaan antara lain: blog, facebook, youtube, whatsapp, tiktok, instagram, dan twitter (Rismaida, *op.cit*).

KESIMPULAN

Di era digital dewasa ini, media tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga lahan subur untuk pewartaan iman. Melalui platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan podcast rohani, Gereja Katolik memiliki kesempatan yang luas untuk menjangkau umat, khususnya generasi muda, dengan cara yang kreatif, kontekstual, dan menyentuh kehidupan sehari-hari. Perkembangan teknologi yang pesat telah memengaruhi semua aspek kehidupan manusia, termasuk Gereja sebagai institusi dan sebagai umat Allah. Media sosial kini menjadi konteks baru bagi misi Gereja. Agar tetap eksis, relevan, dan kontekstual bagi zaman ini, Gereja perlu memasuki dunia digital dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Teknologi modern ini dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk menyebarkan misi Kerajaan Allah. Oleh karena itu, Gereja harus mampu memanfaatkan media sosial secara efektif sebagai sarana pewartaan Injil dan evangelisasi.

Namun demikian, penggunaan media digital juga mengandung tantangan serius, seperti disinformasi keagamaan, banalitas konten, serta kecenderungan individualisme rohani. Oleh karena itu, evangelisasi digital perlu dijalankan dengan strategi yang matang dan berbasis pada spiritualitas yang otentik, melalui kontekstualisasi pesan, keterlibatan kreatif, literasi digital pastoral, dan pembangunan komunitas digital yang hidup.

Peran media dalam membangun iman umat bukanlah sekadar tugas teknis, melainkan bagian dari panggilan Gereja untuk hadir di tengah dunia — termasuk dunia maya — sebagai saksi kebenaran dan kasih Kristus. Dengan mengintegrasikan iman dan teknologi secara bijaksana, Gereja dapat mewujudkan evangelisasi kontemporer yang relevan, membebaskan, dan membangun umat dalam terang Injil.

DAFTAR PUSTAKA

- Barron, Robert. *Vibrant Paradoxes: The Both/And of Catholicism*. Huntington: Our Sunday Visitor, 2016.
- Becquart, Nathalie. *Evangelizing in the Digital World: A New Frontier for the Church*. Roma: Gregorian University Press, 2021.

- Drescher, Elizabeth. *Click 2 Save: The Digital Ministry Bible*. New York: Morehouse Publishing, 2022.
- Eilers, Franz-Josef. *Komunikasi dan Pewartaan Iman*. Jakarta: Obor, 2017.
- Hartanto, Budi. *Media Pasca-Manusia*. Depok: Penerbit Kepik, 2013.
- Hubb J.W.M. Boelaars, *Gambaran Gereja di Era Digital*, OBOR, 2021
- La Porte, José María. *Church and Media: Navigating Evangelization in the Digital World*. Roma: Pontifical University of the Holy Cross Press, 2017.
- Mauser, Eric J. *Digital Discipleship: Media, Ministry, and the Mission of the Church*. Chicago: Loyola Press, 2020.
- McLuhan, Marshall. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill, 2018.
- Roche, Alexander F. *Digital Media and Society*. New York: Routledge, 2018.
- Soukup, Paul A. *Media, Culture, and Catholicism*. Kansas City: Sheed & Ward, 2016.
- Spadaro, Antonio. *Cybertheology: Thinking Christianity in the Era of the Internet*. New York: Fordham University Press, 2019.
- Turkle, Sherry. *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books, 2019.

Ensiklik dan Dokumen Gereja

- Paus Fransiskus. *Pesan Hari Komunikasi Sosial Sedunia ke-48: Komunikasi dalam Pelayanan Budaya Perjumpaan yang Otentik*. Vatikan: Libreria Editrice Vaticana, 2014.
- Paus Fransiskus. *Pesan untuk Hari Komunikasi Sedunia ke-52: "Kebenaran akan Membuatmu Merdeka"*. Vatikan, 24 Januari 2018.
- Yohanes Paulus II. *Redemptoris Missio: Tentang Misi Gereja*. Jakarta: Obor, 1990.

Jurnal

- Agrindo Zandro, "Peran Gereja Partikular Dalam Konteks Misi Evangelisasi Di Era Digital", *Sapa: Jurnal Kateketik dan Pastoral*, Vol. 8 No. 1 (2023).
- Dey, W. F. B. dan M. P. Daro. "Katekese Melalui Media Sosial: Mungkinkah?", *Jurnal Atma Reksa* 1:2 (Ende, t.t.), (2020).
- Hotmaria Sipayung, Rismaida dan Teresia Noiman Derung. "Media Sosial sebagai Sarana dalam Pewartaan Injil di Zaman Modern", *Jurnal In Veritate Lux* 7:1 (Malang, Februari 2024), hlm. 79–80.
- Lema, Margareta Vera dan Intansakti Pius X. "Peran Media Sosial dalam Katekese guna Membangun Iman di Era Digital", *Jurnal Budi Pekerti Agama Kristen dan Katolik* 2:2 (Malang: Juni 2024), hlm. 240–241.
- Salurante, Tony. "Wawasan Dunia Kristen dan Panggilan Gereja: Arah Gereja Modern Bermisi", *Jurnal Evangelikal* 5:1 (Jakarta: Januari 2021), hlm. 37.
- Subu, Yan Yusuf. "Media Komunikasi Dalam Terang Dekrit Inter Mirifica", *Jurnal Jumpa* 3:1 (Merauke, Februari 2024), hlm. 8, 11.
- Yosua Camerling, "Gereja Bermisi Melalui Media Digital di Era Revolusi Industri 4.0", *Visio Dei: Jurnal Teologi Kristen*, Vol. 2 No. 1 (2020)