

Strategi Musik dan *Kerygma Influencer* Kristen Berdasarkan Kepemimpinan Daud dalam Membangun Motivasi Diri *Native Digital*

Joni M. P. Gultom¹, Manahan Simanjuntak², Ester Lina Situmorang³, Ronald Sianipar⁴, Septerianus Waruwu⁵

^{1, 2, 3, 4, 5} Sekolah Tinggi Teologi REAL, Batam

jonimanumpakgultom@gmail.com

Article History

Submitted:

September 04, 2021

Reviewed:

November 16, 2021

Accepted:

November 27, 2021

Keywords:

David leadership;
music;
Christian influencer;
kerygma;
native digital;
self-image;
influencer Kristen;
kepemimpinan Daud;
gambar diri;
musik

DOI:

<http://dx.doi.org/10.33991/epigraphe.v5i2.304>



Abstract. *The advancement of the virtual world has shaped the millennial generation and tends to become a digital native who is out of control, without obstacles, and connected. The global world is presented freely with negative values of life, absurd, meaningless, and like without God. The emphasis is on how to take paths to rebuild the self-motivation of digital natives who are affected by the negative and chaotic values of globalization. The purpose of this study is that through music strategies and kerygma these Christian influencers become a catalyst to build the self-motivation for the digital generation to return to God. This is an important solution because the virtual space has a wide scope, without boundaries and high flexibility after physical church services have started to transition to the virtual world. The research method is a qualitative approach and data collection through literature study and observation. It is hoped that through this research (1) new Christian influencers will emerge with spiritual content, (2) show the steps of repentance, (3) restore self-motivation of the millennial generation so that they are re-connected and integrated with the church. Future research is expected to be quantitative to be able to see how strong the influence of changes and new strategies can be alternative solutions.*

Abstrak. Kemajuan dunia virtual telah membentuk generasi milenial dan cenderung menjadi *native digital* yang lepas kontrol, tanpa hambatan dan saling terkoneksi. Dunia global tersajikan bebas dengan nilai-nilai kehidupan yang negatif, absurd, tanpa makna dan seperti tanpa Tuhan. Penekanannya adalah bagaimana langkah untuk membangun kembali motivasi diri *native digital* yang terpengaruh nilai globalisasi negatif, buruk dan kacau ini. Tujuan kajian ini supaya melalui strategi musik dan *kerygma* influencer Kristen ini menjadi katalis membangun motivasi diri yang benar kepada generasi digital kembali kepada Tuhan. Hal ini menjadi solusi penting sebab ruang virtual mempunyai cakupan yang sangat luas, tanpa batas dan fleksibilitas tinggi setelah ibadah gereja fisik sudah mulai bertransisi ke dunia virtual. Metode penelitian adalah dengan pendekatan kualitatif serta pengumpulan data melalui studi literatur dan observasi. Diharapkan lewat penelitian ini (1) *influencer* Kristen baru bermunculan dengan konten-konten rohani; (2) menunjukkan langkah pertobatan dan memulihkan motivasi diri generasi milenial; (3) sehingga mereka kembali terkoneksi dan terintegrasi dengan gereja. Penelitian selanjutnya diharapkan secara kuantitatif untuk dapat melihat seberapa kuat pengaruh perubahan dan strategi baru yang dapat menjadi alternatif solusi.

PENDAHULUAN

Dunia digital segala sesuatu menjadi cepat dan akurat. Dari era Industri 4.0 bergerak ke era society 5.0 hampir seluruh aspek kehidupan manusia terintegrasi dalam dunia virtual. Dengan

perkembangan Teknologi Informatika dan media social ini maka anak-anak milenial dan generasi selanjutnya menjadi generasi *Digital Native* yaitu generasi yang lahir saat internet telah menjadi bagian integral mereka.¹ Pola kehidupan mereka ini adalah berkomunikasi, berperilaku, bekerja dan berfikir sebagai masyarakat digital. Di Indonesia sendiri jumlah pengguna internet mendekati angka 202 juta jiwa naik 16 % dari tahun 2020 dengan pengguna social media sekitar 170 juta jiwa. Profil umur pengguna media social di Indonesia yang berumur 18-36 tahun sekitar 64,8%, dan umur 37 - 44 tahun 13,1%. Jadi total terdapat 77,9% dari penduduk Indonesia yang berumur 18-44 tahun adalah pengguna social media yang aktif.²

Pada bagian lainnya, Supratman mengemukakan bahwa ciri generasi *digital native* adalah *multitasking*, selalu berjejaring, akses secara acak, menyukai permainan yang interaktif, ingin mendapatkan informasi secara cepat dan lebih menyukai informasi pada sumber-sumber online daripada sumber informasi di perpustakaan. Pemberian informasi serta hiburan dalam ruang digital, telah menjawab esensi kebutuhan manusia seperti hobby, kuliner, fashion, teknologi dan lain-lain. Namun di sisi lainnya dampak buruk telah mencengkram nilai rohani dan kebenaran.³ Mereka sudah menjadikan ruang media ini seperti agama baru.⁴ Bahkan menurut Alexandru bagian terburuk adalah ketika agama, spiritual hilang; drama manusia yang kehilangan jati diri jiwa dalam identitas kebangsaan, budaya dan pendidikan yang seharusnya. Fenomena ini sebagai akibat ketika mereka tidak menerima konten yang benar dan rohani sebagai benteng pertempuran melawan nilai negative kehidupan dunia digital untuk kembali ke dalam pertumbuhan spiritual dan manusia yang normal.⁵

Globalisasi nilai-nilai dalam dunia digital telah membentuk pola kehidupan baru yang sangat mempengaruhi motivasi diri *native digital*. Fenomena ini telah mengasingkan generasi digital dan terobsesi dengan kebutuhan Internet. Dengan sadar mereka menarik diri suatu kelompok masyarakat. Komunikasi dan interaksi sosial nihil, sehingga Internet berdampak negatif pada pengendalian diri dan penggunaan media Internet yang tidak tepat. Dengan penggunaan media social tiga jam 14 menit setiap hari dapat memberikan dampak buruk seperti stress, depresi, halusinasi, komunikasi terhambat bahkan tidak lagi peduli dengan kerohanian. Generasi ini didapati mengalami pergeseran yang besar dalam dunia rohani, tidak percaya lagi dengan keberadaan Tuhan dalam dirinya.⁶ Bila dikaitkan dengan penelitian BRC 2021 yang menyatakan indeks Nasional adalah 3,78 dari skala 5 maka dapat dilihat variabel pengalaman rohani anak milenial tentang motivasi diri, motivasi dan pengaruh justru kurang dari yang seharusnya.⁷ Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial tidak berpengaruh kuat membangun kepada nilai kerohanian, bahkan justru yang terjadi sebaliknya. *Native digital* sedang menuju jurang kehancuran moral dan disruptif citra diri Ilahi. Mereka cerdas, kreatif, muda, kuat, penuh ide-ide inovatif, ceria, tetapi individu yang sangat rapuh, tidak mampu menyimpan rahasia, dan karena itu menjadi sasaran

¹ Lucy Pujasari Supratman, "Penggunaan Media Sosial Oleh Digital Native, [Use of Social Media by Digital Native]," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 15, no. 1 (2018): 47–60.

² Simon Kemp, "Digital 2021 : Indonesia," *Hootsuite*, last modified 2021, accessed October 10, 2021, <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>.

³ Yosua Feliciano Camerling, Mershy Ch. Lauded, and Sarah Citra Eunike, "Gereja Bermisi Melalui Media Digital Di Era Revolusi Industri 4.0," *Visio Dei: Jurnal Teologi Kristen* 2, no. 1 (2020): 1–22.

⁴ Amelia Kimberlyann Rumbiak, "Teologi Ibadah Dan Spiritualitas Generasi Milenial," *Amreta* 3, no. 2 (2020): 64–100.

⁵ Alexandru Gabriel Negoita, "Religiosity In The Contemporary World," *Euromentor* X, no. 3 (2019): 27–38.

⁶ Adhika Tri Subowo, "Membangun Spiritualitas Digital Bagi Generasi Z, [Building Digital Spirituality for Generation Z]," *Dunamis* 5, no. 2 (2021): 379–395.

⁷ Handi Irawan, "Spiritualitas Umat Kristen Indonesia 2021," *Bilangan Research Center* (Jakarta, 2021).

penipuan dan sangat bergantung pada komunitas virtual.⁸ Mereka cenderung mengikuti pola dan identitas global tanpa pilihan. Ada ibadah gereja dan kegiatan rohani lainnya, namun kaum milenial ini banyak dipengaruhi oleh nilai-nilai yang dianut oleh influencer seperti IG, FB, Youtube, dan Tiktok.⁹

Terapi musik ternyata dapat memberikan solusi kesehatan mental.¹⁰ Penelitian lainnya musik dapat memberikan pengurangan nyeri persalinan pada fase laten yang bisa berlangsung selama 8-12 jam.¹¹ Bahkan dalam bagian lain dapat menjadi solusi untuk mengurangi kecemasan bagi yang mengalami masalah perilaku kognitif dengan hipertensi esensial; yaitu kenaikan tekanan darah secara tiba-tiba tanpa diketahui sebabnya.¹² Cemerling dalam penelitiannya menyatakan perlu komunikator gereja untuk bermisi dalam ruang virtual.¹³ Sedangkan menurut Evans pelayanan Ilahi yang aktual tidak lagi fokus dalam ruangan namun telah menuju dunia digital.¹⁴ Penelitian Mick sudah menunjuk kepada realitas *native digital* yang telah memaksa konsep pemulihan diri berjumpa dengan Tuhan yang tidak lagi terbatas hanya dalam fisik namun secara virtual.¹⁵ Namun penjelasan pelayanan rohani secara umum belum terdeskripsi khusus. Belum ada kajian bentuk dan pendekatan musik dan *kerygma* untuk mengalami Tuhan dalam ruang virtual.

Musik dengan penyajian bentuk nyanyian atau lagu menjadi penyejuk suasana jiwa tersendiri dari media sosial dan dipihak lain *kerygma* (pemberitaan Firman) dengan komunikator Influencer Kristen menjadi solusi menyampaikan nilai-nilai kebenaran. Secara umum Influencer media sosial adalah individu yang dianggap sebagai pemimpin opini dalam topik tertentu, baik kecantikan, makanan, fashion, gaya hidup di platform media sosial.¹⁶ Komunikasi digital menjadi jawaban untuk mentransferkan nilai rohani untuk komunitas virtua.¹⁷ Anjani mendefinisikan bahwa *influencer* adalah seorang aktivis, yang terhubung dengan baik, berdampak, aktif pikiran, dan *trendsetter* bagi para pengikutnya, sedangkan influencer media social adalah individu yang dianggap sebagai pemimpin opini dalam topik tertentu, baik kecantikan, makanan, fashion, gaya hidup di platform media social.¹⁸

Dalam sebuah penelitian di China, Nancy Yang dan rekan meluncurkan influencer kesehatan seksual untuk meningkatkan kesadaran dalam bahaya tes HIV/sifilis pada pria yang berhubungan seks dengan pria. Untuk menginformasikan masyarakat luas tentang efek berbahaya dari seks sesa-

⁸ Erik Teguh Prakoso Suci Prasasti, "Karakter Dan Perilaku Milenial: Peluang Atau Ancaman Bonus Demografi," *Consilia* 3, no. 1 (2020): 10–22.

⁹ Supratman, "Penggunaan Media Sosial Oleh Digital Native, [Use of Social Media by Digital Native]."

¹⁰ Wisnubrata, "Terapi Musik, Salah Satu Pilihan Untuk Menyejahterkan Mental," *Kompas*, last modified 2020, <https://lifestyle.kompas.com/read/2020/05/06/153730820/terapi-musik-salah-satu-pilihan-untuk-menyehatkan-mental?page=all>.

¹¹ Nova Avianti Rahayu and Herlin Fitriana Kurniawati, "Efektivitas Musik Therapy Terhadap Pengurangan Nyeri Persalinan: Systematic Review," *Jurnal Kesehatan Vokasional* 5, no. 2 (2020): 83–94.

¹² Vera M. Wilianto and MG. Adiyanti, "Terapi Musik Kognitif Perilaku Untuk Menurunkan Kecemasan Pada Penderita Tekanan Darah Tinggi," *Jurnal Intervensi Psikologi (JIP)* 4, no. 1 (2012): 87–111.

¹³ Camerling, Lauded, and Eunike, "Gereja Bermisi Melalui Media Digital Di Era Revolusi Industri 4.0."

¹⁴ Harls Evan R. Siahaan, "Aktualisasi Pelayanan Karunia Di Era Digital," *Epigraphe: Jurnal Teologi dan Pelayanan Kristiani* 1, no. 1 (2017): 23–38.

¹⁵ Mick Mordekhai Sopacoly and Izak Y.M. Lattu, "Kekristenan Dan Spiritualitas Online: Cybertheology Sebagai Sumbangsih Berteologi Di Indonesia," *Gema Teologika : Jurnal Teologi Kontekstual dan Filsafat Keilahian* 5, no. 2 (2020): 137–154.

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

¹⁷ Ruat Diana, "Peran Komunikator Kristen Dalam Strategi Pekabaran Injil Di Era Revolusi Industri 4.0," *Integritas: Jurnal Teologi* 1, no. 1 (2019): 66–73.

¹⁸ Anjani and Irwansyah, "Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [the Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram]."

ma jenis.¹⁹ Sedangkan kemunculan *influencer* membaca itu lahir sebagai *trendsetter* di Spanyol untuk menggerakkan minat membaca masyarakat untuk kategori buku yang berkualitas. Konsep yang digunakan oleh *influencer* Membaca ini adalah pendekatan partisipasi, pengalaman, dan aturan yang diajukan, yang menjadi acuan penelitian Gracia.²⁰ Mengingat adanya perubahan paradigma dalam pelayanan gereja yang mengiringi kemajuan teknologi media sosial, *influencer* Kristen menjadi salah satu kunci jawaban atas pelayanan rohani bagi *native digital*.²¹ Sebuah contoh negara Venezuela, negeri mayoritas pemeluk Katolik telah mengenal *influencer* rohani bernama Pastor Salazar yang berumur 34 tahun. Dia mengmotivasi dirinya sebagai “*Influencer* Katolik” dengan memposting video rohani dalam Instagram nya sejak tahun 2018. Setiap tahun akun nya selalu mengalami penambahan jumlah dari awalnya sekitar 5000 *follower* menjadi 120.000 followers.²² Sementara itu, di Indonesia, Radita Oloan dikenal sebagai salah satu *Influencer* Kristen paling berpengaruh dari generasi Milenial, yang mengubah banyak anak Milenial menjadi pengikut Kristus, tetapi meninggal karena Covid 19 pada usia 36 tahun.²³

Menurut editorial musik dunia, pengguna media social menggunakan 90% konten berkaitan dengan musik seperti postingan atau berbagi musik. Plat form yang digunakan bermacam macam namun 57% mengikuti setidaknya satu artis atau band , 50% mengikuti setidaknya satu artis atau aktor.²⁴ Dalam disertasinya Hanan Ezzat mendapati bahwa penggemar mengizinkan *influencer* media memainkan peran dalam kehidupan mereka dengan mendekati diri dan memperhatikan apa perkataan mereka Sehingga hasil akhir hubungan motivasi diri yang menyerupai tercipta secara imajiner.²⁵ Penelitian Afandi melihat bagaimana nilai-nilai kerohanian secara konservatif dapat diajarkan kepada generasi milenial dalam media virtual.²⁶

Penelitian ini adalah tindakan upaya dengan strategi musik dan *kerygma* oleh para *influencer* Kristen untuk membangun kembali motivasi diri dan kerohanian *digital native* yang tergerus. Jawaban dan solusi permasalahan menjadi sangat penting dan mendesak sebab kecenderungan motivasi diri dan rohani *digital native* telah rusak dan semakin membahayakan masa depan generasi Kristen. Meskipun mereka pintar, kreatif, masih muda, kuat, penuh ide inovasi dan ceria namun mereka juga adalah pribadi yang sangat rapuh, tidak bisa menjaga rahasia sehingga menjadi target penipuan dan sangat tergantung dengan komunitas virtual.²⁷ Mereka rentan mengikuti pola dan jati diri global tanpa seleksi. Meskipun ada pelayanan gereja dan kegiatan rohani

¹⁹ Nancy Yang et al., “Sexual Health Influencer Distribution of HIV/Syphilis Self-Tests among Men Who Have Sex with Men in China: Secondary Analysis to Inform Community-Based Interventions,” *Journal of Medical Internet Research* 23, no. 6 (2021): 1–9.

²⁰ Anastasioa Garcia-Roca, “Spanish Reading Influencers In Goodreads: Participation, Experience and Canon Proposed,” *Jurnal Of New Approaches In Educational Research* 9, no. 2 (2020): 153–166.

²¹ Anjani and Irwansyah, “Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [the Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram].”

²² Manuel Rueda, “Bible-Preaching Priest Becomes Social Media Star,” *Catholicphilly.Com*, last modified 2019, accessed July 31, 2021, <https://catholicphilly.com/2019/10/news/world-news/explaining-scripture-venezuelan-priest-becomes-social-media-sensation/>.

²³ Henrik Toatubun, “Influencer Rohani Milenial, Ps Raditya Oloan Pangabebean Tutup Usia,” *Suaradamai.Com*, last modified 2021, accessed October 7, 2021, <https://www.suaradamai.com/influencer-rohani-milenial-ps-raditya-oloan-pangabebean-tutup-usia/>.

²⁴ William Glanz, “Musik and Social Media: In Perfect Harmony,” *Sound Exchange*, last modified 2018, <https://www.soundexchange.com/2018/08/08/musikwatch-musik-social-media-perfect-harmony/>.

²⁵ Hanan Ezzat, “Social Media Influencers and the Online Identity of Egyptian Youth,” *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies* (Universitat Rovira i Virgili, 2020).

²⁶ Yahya Afandi, “Gereja Dan Pengaruh Teknologi Informasi ‘Digital Ecclesiology,’” *Fidei: Jurnal Teologi Sistematis dan Praktika* 1, no. 2 (2018): 270–283.

²⁷ Suci Prasasti, “Karakter Dan Perilaku Milenial: Peluang Atau Ancaman Bonus Demografi.”

lainnya tetapi tetap anak milenial ini sangat dipengaruhi dengan nilai yang dibagikan lewat *influencer* dalam IG, FB, Youtube, Tiktok dan lain lain²⁸.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan strategi musik Kristen dan Kerygma dalam konstruksi spiritual native digital di dalam perkembangan teknologi media. Yang kedua menunjukkan betapa pentingnya menciptakan *influencer* Kristen sebagai misionaris virtual generasi digital. Dan yang ketiga medeskripsikan langkah membangun motivasi diri lewat kepemimpinan Daud untuk generasi digital ini. Kontribusi penelitian adalah supaya musik dan *kerygma* *influencer* Kristen dapat menjadi katalisator bagi kemajuan dan pertumbuhan rohani *digital native*, sehingga kembali kepada nilai nilai kebenaran Ilahi yang sesungguhnya. Mereka tidak kehilangan motivasi diri yang benar dan mempunyai kerinduan untuk terkoneksi kembali kepada gereja dan mengambil bagian dalam pelayanan, menjadi satu tubuh dalam persekutuan orang kudus baik serta berperan positif dalam komunitas gereja lokal maupun virtual.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pengambilan data melalui studi literatur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif kepustakaan dengan menginterpretasikan teks dan teori untuk dapat menjelaskan dan menganalisis strategi musik dan *kerygma* oleh *influencer* Kristen dalam membangun motivasi diri *native digital*. Sumber penting dengan menggunakan kajian biblika untuk menjelaskan pertama tama tentang dasar-dasar musik dalam pujian dan penyembahan dan urgensi penyampaian Firman Tuhan dalam media. Selanjutnya, menggunakan data sekunder seperti buku dan literature lainnya dalam menganalisis strategi *influencer* Kristen dalam ruang media dengan memperhatikan karakter *native digital* yang nampak. Hal ini diharapkan membawa pertumbuhan, perubahan dan kemajuan dalam setiap aspek kehidupan *native digital*, sehingga berperan dalam mempengaruhi pelayanan Gereja dalam ruang virtual untuk merespon kemajuan zaman ini.

PEMBAHASAN

Influencer adalah seseorang yang memiliki kekuatan untuk memengaruhi keputusan kepada orang lain karena ia memiliki otoritas, pengetahuan dan posisi atau mempunyai hubungan kuat dengan public audien dalam ruang virtual. Jika dikaitkan dengan Kristen berarti *influencer* yang beragama Kristen dengan tujuan atau nilai yang ingin disampaikan berhubungan dengan kerohanian Kristen. *Influencer* Kristen sendiri menjadi solusi penting dalam pelayanan spiritual untuk terus berkarya melanjutkan pelayanan fisik gereja di dalam ruang media. Hal ini seiring dengan penelitian Anjani dan Irwansyah dengan melihat kepada perubahan paradigma pelayanan gereja dengan kemajuan teknologi media sosial maka *Influencer* Kristen menjadi salah satu jawaban penting untuk pelayanan Misi dan Penginjilan kepada *native digital*.²⁹ Ada beberapa alasan mengapa *influencer* Kristen diposisikan sebagai perpanjangan dari layanan media gereja. Pertama, karena sifat gereja yang sangat ketat dan keterlambatan kemajuan teknologi. Pelayanan gereja sangat ortodoks dan tradisional. Gereja perlu mengadopsi misi dan strategi pertumbuhan rohani yang berbeda untuk generasi digital. Dalam studi McCorquodale tentang gerakan Katolik, dia menemukan bahwa semua keberhasilan antusias kemajuan team pastoral selama beberapa dekade terakhir dalam sejarah, tidak dapat dipergunakan untuk bergerak ke arah yang baru khususnya penginjilan dan pendampingan.³⁰ Penelitian Paul menghubungkan komunitas-komunitas muda

²⁸ Supratman, "Penggunaan Media Sosial Oleh Digital Native, [Use of Social Media by Digital Native]."

²⁹ Anjani and Irwansyah, "Peranan *Influencer* Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [the Role of Social Media *Influencers* in Communicating Messages Using Instagram]."

³⁰ C McCorquodale, "New Directions in Youth and Young Adult Ministry Leadership: Where Have We Been and More Importantly Where Are We Headed?," *Religions* 12, no. 3 (2021): 1–10, https://api.elsevier.com/content/abstract/scopus_id/85102108586.

selama beberapa tahun terakhir, dengan melahirkan pengembangan model-model layanan yang menjawab isu-isu generasi digital dan tren disafiliasi dan literasi pendidikan agama.³¹

Tendensi yang terjadi sekarang ini adalah pelayanan fisik gereja terhambat dan tidak maksimal dalam menghadapi penyusutan rohani tingkat partisipasi aktif, kecerdasan spiritual serta kognitif pendalaman keagamaan dalam komunitas *native digital*. Oleh karena itu, gereja perlu bekerjasama dengan influencer rohani untuk melayani *native digital* ini. Pelayanan virtual telah menjadi metode penjangkauan dari seluruh organisasi gereja pada masa kini. Gereja memerlukan influencer rohani untuk bergerak lewat media baik dalam bentuk pujian dan penyembahan, kesaksian, pendalaman Alkitab bahkan misi dan penginjilan. Dalam Wahyu 5:8-10 menyatakan suatu nubutan tentang kapasitas bagaimana musik - doa (kecapi-cawan emas) menghasilkan suatu puji pujian dengan nyanyian baru Firman Tuhan (gulungan kitab) yang membuat suatu kerajaan imam bagi Allah untuk memerintah di bumi. Ada pemulihan, kekuatan, bahkan otoritas orang percaya yang dilayakkan untuk melayani Tuhan dalam kekudusan dan kemuliaanNya.

Motivasi berasal dari Bahasa Inggris *motivation* yang berarti dorongan, hasrat atau minat untuk mencapai keinginan atau cita-cita dan tujuan tertentu. Teori motivasi O'Neil & Drillings sendiri berkaitan dengan aspek kognitif dari proses pembelajaran atau pertukaran pengetahuan, termasuk penyerapan dan pelestarian makna dan prosedur ilmiah. Motivasi memiliki beberapa elemen, seperti pengerahan tenaga, ketakutan, dan rasa ingin tahu, yang semuanya terjadi secara bertahap. Motivasi individu ditentukan oleh dua faktor. Dengan kata lain, pertama-tama, itu adalah faktor individu yang berbeda dalam dua hal: perlakuan individu dan komentar individu. Dalam penelitian Zalukhu dalam ruang virtual ini Injil di bagikan untuk membangun kerohanian seluruh lapisan masyarakat multikultur tanpa batas.³² Sedangkan motivasi hidup yang benar dengan generasi digital berkaitan dengan pengenalan dalam Tuhan untuk taat kepada firmanNya. Dalam tulisan Roma 12:11 Paulus berkata kepada jemaat di Roma "Janganlah hendaknya kerajinanmu kendor, biarlah rohmu menyala-nyala dan layanilah Tuhan". Paulus mengingatkan untuk jemaat orang percaya di Roma untuk memiliki semangat dan gairah hidup dalam melakukan pekerjaan Tuhan dengan tangguh. Amsal 22:6 menyatakan bahwa orang muda harus diajar dengan langkah yang sesuai dengan mereka.

Sedangkan tokoh yang sangat berpengaruh dalam music pujian dengan kedalaman firman Tuhan adalah Raja Daud. Dari padang-gurun sampai diurapi oleh Nabi Samuel dan dilanjutkan dalam kepahlawanan mengalahkan tentara kenamaan Filistin bernama Goliat, Daud tetap menjadi pemuji penyembah dengan pengurapan Ilahi. Walaupun Daud mengalami fitnahan Raja Saul dan harus melarikan diri ke padang-gurun namun Daud membuktikan dapat memotivasi dan memulihkan orang-orang yang tidak baik, sakit hati dan tukang piutang berada dalam kepemimpinannya di padang-gurun yang sama (1Sam. 22:1-2). Namun kepahlawanan Daud disertai dengan music, pujian dan penyembahan dengan narasi hukum Taurat dalam pemberitaan. Kitab Mazmur memberikan bukti nyata bagaimana pengaruh yang besar pemazmur Daud untuk bangsa Israel dan sebagian tulisannya sendiri dihasilkan saat berada dalam padang-gurun.

Ada beberapa bagian dari kitab Mazmur yang dikaji sebagai pendekatan nilai ilahi kepada motivasi kehidupan. Mazmur 63 yang menyatakan kasih setia Tuhan lebih dari hidup. Daud dikejar oleh anaknya sendiri dan melarikan diri ke padang-gurun untuk mengalah. Dan Daud tetap mengampuni anaknya itu. Mazmur 64 mencertikan tentang Daud yang dikelilingi oleh

³¹ Paul Soukup and Paul Glader, "A Debate between Paul Soukup, SJ and Paul Glader on How Digital Culture Is Affecting Media Education on Religion," *Church, Communication and Culture* 5, no. 2 (2020): 145–156, <https://doi.org/10.1080/23753234.2020.1765698>.

³² B A Zalukhu, "Strategi Penginjilan Multikultur Melalui Media Digital Di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Matetes STT Ebenhaezer*, no. 1 (2020): 17–25, <https://jurnal.stte.ac.id/index.php/matetes/article/view/15>.

orang-orang sedang berusaha untuk membunuhnya. Namun Daud menyatakan tentang kejujuran dirinya sehingga berdoa dan berseru kepada Tuhan dengan tulus hati. Daud menyatakan bahwa Tuhan itu Allah yang mendengar doa dan memberikan keselamatan. Mazmur 122 menceritakan tentang Daud yang menyerukan kepada kedua belas suku untuk datang berziarah dan berdoa ke kota Yerusalem. Ini sebagai gambaran nubuatan tentang kedatangan Mesias yang akan disembah. Daud memotivasi seluruh bangsa untuk beribadah dengan sungguh-sungguh dan membawa persembahan kepada Tuhan.

Alkitab sendiri telah membuktikan kekuatan music dan pesan firman Tuhan sebagai kekuatan membangun bangsa Israel dalam Perjanjian Lama. Pesan dan nasehat yang bersumber dari firman Tuhan selalu menjadi solusi dalam membangkitkan iman dan pengertian menghadapi kehidupan dari sejak dulu dan sampai seterusnya. Sedangkan music yang berkembang ke zaman modern dengan pesan-pesan motivasi juga sudah menjadi solusi. Sebagai contoh terapi musik sudah banyak dilakukan dalam kegiatan penyembuhan batin dari penderita kanker, gangguan kejiwaan dan pendekatan pribadi dalam masalah kesehatan di rumah-rumah sakit dan lembaga kesehatan lainnya telah dibuktikan secara klinis memberi dampak kesembuhan yang kuat. Oleh sebab itu penelitian Musik dan *kerygma* dipadukan dengan kemampuan Influencer Kristen ini akan menjadi strategi efektif dalam membangun motivasi diri generasi virtual.

Ada beberapa pendekatan yang dapat diambil dari kepemimpinan Daud dalam konsep membangun motivasi diri. Hal yang pertama adalah dengan memberikan contoh dan teladan sebagai pemimpin. Bagaimana tindakan seseorang yang dapat ditiru dan diikuti sebagai implikasi dari seseorang dengan nilai dan standar yang lebih tinggi dan lebih kredibel dibandingkan dengan yang lainnya. Seperti contoh Mazmur 63 dimana Daud menyatakan tentang kasih setia Tuhan itu lebih dari hidup. Saat itu Daud sedang dikejar oleh anaknya sendiri Absalom untuk dibunuh, dan Raja Daud melarikan diri ke padang-gurun untuk mengalah-mengalahkan kerajaannya. Walaupun demikian Raja Daud tidak marah dan tetap mengampuni anaknya itu. Kisah dalam Mazmur 64 adalah bagaimana Daud dikelilingi oleh orang-orang yang sedang berusaha untuk membunuhnya. Namun Daud menyatakan tentang kejujuran dirinya sehingga dia berdoa dan berseru kepada Tuhan dengan tulus hati. Daud menyatakan bahwa Tuhan itu Allah yang mendengar doa dan memberikan keselamatan. Sedangkan kisah dalam Mazmur 122 menceritakan bagaimana Daud menyerukan untuk kedua belas suku supaya datang berziarah dan berdoa ke kota Yerusalem dengan membawa persembahan dan korban yang terbaik. Kejadian ini juga sebagai gambaran nubuatan tentang kedatangan Mesias yang akan disembah. Dalam bagian lainnya Yesus sendiri menyatakan bahwa Dia telah memberikan teladan supaya termotivasi untuk melakukan seperti tindakan yang Yesus lakukan (Yoh. 13:15). Paulus dengan keyakinan memberi nasihat ikutlah teladanku kepada jemaat di Korintus (1Kor. 4:16). Kepada jemaat di Filipi Paulus menegaskan untuk jemaat termotivasi dengan memperhatikan pola hidup untuk diikuti (Fil. 3:17). Bahkan Paulus menegaskan Timotius untuk menjadi teladan bagi orang percaya di Efesus sehingga mereka termotivasi untuk berintegritas dalam perkataan, tingkah laku, kasih, kesetiaan dan kesucian (1Tim. 4:12).

Hal kedua berbicara tentang sebuah visi yang jelas tentang Kerajaan Allah yang menyadarkan diri untuk selalu terbuka bagi pertobatan untuk menerima keselamatan. Daud menyatakan itu dalam Mazmur 23 yang sangat terkenal tentang Tuhan adalah gembala yang baik. Daud menerangkan satu proklamasi bahwa Tuhanlah yang menjadi gembalanya dan itu ditandai dengan berkat perlindungan, kekuatan dan pertolongan. Namun Daud juga menegaskan tentang pengajaran Tuhan saat sedang melewati lembah kekelaman. Tuhan juga memberikan pengurapan supaya orang percaya dapat mengerti isi hatinya. Sehingga orang benar dapat berjalan dengan hikmat dan kebajikan senantiasa. Bagian lainnya dalam Mazmur 51 ketika Daud berdosa dengan Batsyeba istri Uriah. Daud membuka diri untuk jujur dan meminta pengampunan Tuhan. Dan Daud pun berjanji akan mengajarkan jalan-jalan Tuhan kepada orang-orang yang melakukan kesalahan sehingga mendapatkan pengampunan agar layak untuk berhadapan dengan Tuhan.

Sedangkan konsep ketiga adalah dengan pendekatan keteladanan seseorang yang melayani dengan belas kasihan.³³ Daud adalah seorang gembala, lalu naik menjadi panglima dan berakhir menjadi seorang Raja Israel dan Yehuda 40 tahun lamanya. Namun satu hal yang tidak pernah hilang dari kepemimpinan Daud adalah dia seorang pemetik kecapi yang ulung, pemazmur yang disukai dan seorang yang berkenan di hati Tuhan (1Sam. 13:14). Mazmur 1-41 menyatakan tulisan Daud yang sebagian besar berisi tentang pelayanannya kepada Tuhan lewat berdoa, mazmur, musik, lagu pujian dan ibadah. Setiap pelayanan Daud selalu disertai dengan korab yang berkualitas dan menyenangkan Tuhan. Hal ini lah yang membuat Tuhan sangat menyukai karakter Daud dan menjadi satu contoh yang dipakai dalam pemulihan pujian penyembahan akhir zaman yang sering disebut dengan Pemulihan Pondok Daud (Am. 9:11; Kis. 15:16).

Namun terdapat konsep lainnya yang mendukung pembangunan motivasi hidup *native digital* yakni dengan pendekatan *milenial behavior*. Teori ini diungkapkan oleh Meilinda, Lustiadi dan Hernawan yang menyatakan ada 6 karakter yang sangat disukai oleh generasi digital sehingga mereka termotivasi oleh seseorang. Pertama, *digital mindset*, bagaimana seseorang bisa memanfaatkan kemajuan teknologi dan menghadirkan konten yang efektif dan efisien. Kedua, *Observer dan Active Listener*, dengan memberikan perhatian dan waktu berbicara. Generasi ini sangat termotivasi ketika diberi kesempatan untuk berbicara dan mengungkapkan pemikirannya. Ketiga, *agile*, keteladanan yang dapat menempatkan diri, beradaptasi, dapat melihat peluang dan memfasilitasi perubahan. Keempat, *inclusive*, berkaitan dengan cara pandang yang luas terhadap perbedaan pandangan dan kompleksitas budaya, nilai, visi serta pemikiran. Kelima, berani untuk ambil resiko. Keenam, *unbeatable*, tidak pantang menyerah terlebih berhadapan dengan generasi digital yang rapuh, malas dan cepat menyerah.³⁴ Bagian kedua, tiga, dan empat menjadi pendekatan nilai nilai utama yang dapat digunakan sebagai bahan pemikiran oleh Influencer Kristen dalam tugasnya.

Konsep lainnya untuk membangun motivasi hidup generasi digital ini adalah dengan melibatkan dan memberi kepercayaan untuk dapat ambil bagian dalam dalam hal hal spiritual tertentu. Sudah sejak lama generasi ini dianggap tidak berarti, kurang disiplin, narsis dan tidak memberi keuntungan. Hal ini yang menyebabkan kepercayaan mereka terhadap dunia maya semakin menebal dibandingkan dengan keluarga itu bersifat fisik. Gultom et al., menyatakan bahwa dengan mendengarkan dan bertindak berdasarkan minat milenial dalam kepemimpinan dan peluang layanan yang relevan, milenial dapat memanfaatkannya secara maksimal. Semua faktor ini adalah satu-satunya kunci untuk keterlibatan. Tidak ada elemen motivasi lain seperti uang, labelling suatu identitas, jabatan, penghargaan, jabatan, dan mereka benar-benar dianiaya oleh generasi lain. Semakin besar keinginan kaum milenial untuk terlibat, semakin banyak kesempatan untuk hal hal rohani terbentuk.³⁵ Dalam bukunya Emilda sendiri memberikan jenis motivasi yakni pertama perspektif kebutuhan, menyangkut tentang kebutuhan fisiologi, *security*, kebutuhan social dan kebutuhan dirinya sendiri. Sedangkan yang kedua motivasi dilihat dari perspektif fungsional tentang penggerak, harapan dan insentif.³⁶

Dari penjelasan di atas dapat ditarik tiga konsep plus satu pendekatan untuk membangun motivasi hidup generasi milenial yakni: pertama diperoleh dengan memperhatikan dan mempraktikkan tindakan pribadi atau seseorang yang mereka ikuti atau teladani. Semakin besar keinginan

³³ Sayang Tarigan, Yanto Paulus Hermanto, and Nira Olyvia, "Kepemimpinan Tuhan Yesus Di Masa Krisis Sebagai Model Kepemimpinan Kristen Saat Ini," *Teologi dan Kepemimpinan Kristen* 6, no. 1 (2021): 38–54.

³⁴ Selvi Diana Meilinda, Yadi Lustiadi, and Wawan Hernawan, "Millennial Behavior: Sebuah Pendekatan Dalam Perilaku Kepemimpinan," *Wacana Publik* 13, no. 02 (2020): 121–127.

³⁵ Joni Manumpak Parulian Gultom et al., "Generasi Millennial Dan Kaitan Tugas Yeremia Dalam Kegerakan Pantekosta," *Real Didache* 4, no. 1 (2019): 12–25.

³⁶ Emilda Sulasmi, *Manajemen Dan Kepemimpinan*, ed. Diah Safitri, Pertama. (Depok: Rajawali Press, 2020) hal 95-97.

dan kerinduan generasi ini untuk mengikuti teladannya, maka semakin kuat nilai pertumbuhan motivasi diri yang terjadi. Hal kedua adalah dengan kepemilikan visi dan misi yang besar dan jelas untuk dilakukan serta yang ketiga dengan pendekatan pelayanan yang penuh kasih. Apabila konsep ini dipadukan dengan pendekatan nilai *milenial behavior* itu sendiri dapat memudahkan penjabaran nilai dan karakter yang sesuai untuk dimiliki oleh generasi digital ini. Pengejawantahan Strategi Musik dan *Kerygma* Influencer Kristen dalam membangun motivasi diri *native digital* terbagi dalam tiga komponen besar dalam berikut ini.

Musik Gerejawi dan Kekinian

Melodi musik rohani itu menjadi menjadi warna dalam musik dan lagu religious menjadi penyeimbang pemaknaan untuk para pendengarnya. *Native digital* memiliki minat yang berkelanjutan pada karier artis favorit mereka dan menginginkan pembaruan tentang proyek musik, tur langsung, dan gaya hidup mereka, Dengan kontekstualisasi tempo, harmoni, birama dan lain lain³⁷, maka konten yang selalu dipadukan dengan musik rohani dengan nada nada yang teduh akan memberikan efek tenang dan damai atau nada cepat memberikan efek semangat dan bahagia. Misalnya timbre yang dihasilkan oleh piano, musik petik dan musik tiup sangat elegan dan memberikan dampak positif untuk hati yang sedang gundah dan khawatir. Hal ini menjadi bagian terpenting dari *posting* Influencer dari berbagai media yang bisa dipergunakan. Menurut Aristoteles pengaruh musik pada manusia bermakna suatu hiburan yang menyenangkan sehingga musik mampu menjadikan manusia melupakan kesusahan hidupnya. Bukan itu saja musik sebagai suatu pembentukan watak, sifatnya yang harmonis dan rintis mampu mempengaruhi perilaku manusia. Sehingga musik dapat menjadi alat untuk mencapai kemajuan dan kebahagiaan rohani.³⁸

Strategi utama adalah penggunaan musik gerejawi sebagai jalan utama yang membedakan dengan konten lainnya dalam media sosial. Sudah banyak lagu gerejawi yang telah menjadi konsumsi public untuk dinyanyikan seperti *Allah mengerti Allah Peduli, Bagi Tuhan tak ada yang mustahil*. Tema lagu tentang kasih, damai sejahtera dan pengampunan, mujizat dan pengharapan menjadi bagian integral dalam isi yang berbeda dengan lagu lagu dunia. Namun strategi yang lain menggunakan lagu lagu dunia dengan menyisipkan kata kata firman. Ini menjadi metode tidak langsung dan harus diciptakan untuk *free space*. Beberapa contoh tentang lagu bertema kekristenan yang mendunia yang dinyanyikan Lenny Kravits, Justin Bieber, Prince Kanye West³⁹. Pada awalnya mungkin tidak begitu kentara perubahan dan penggunaannya namun bila terus diperdengarkan tentu memberikan warna yang berbeda.

Genre lagu rohani yang umum dan modern jauh lebih efektif dari Kidung Agung, Madah Bakti atau lagu lagu lama. Solusi pemilihan musik dan lagu gereja yang digunakan harus yang sezaman atau sesuai dengan generasi milenial. Bahkan lagu lagu baru dengan genre musik yang beragam dalam memberikan khazanah yang menarik. Intinya strategi musik dan lagu dalam media sosial harus bersifat kekinian untuk generasi ini bisa menikmati dan menyukainya. Generasi ini menyukai banyak genre musik tidak seperti gereja yang dibatasi. Kebebasan dan optimalisasi penggunaan genre dalam musik, lagu, notasi nada dan *teambre* di pergunakan secara maksimal. Influencer Kristen khususnya dari kalangan pemusik, penyanyi dunia menjadi ikon penting dalam mengemasnya menjadi produk yang sesuai dengan keinginan milenial. Dalam kebebasan ruang digital sekarang ini justru kesempatan bagi musik gerejawi untuk berperan dalam kancah dunia musik dunia dan itu membuka jalan menjangkau *native digital*.

³⁷ Billy Adytya, "9 Unsur-Unsur Musik Beserta Penjelasan Lengkapnya," *Kompas*, last modified 2020, <https://www.merdeka.com/trending/9-unsur-unsur-musik-beserta-penjelasan-lengkapnya-klm.html>.

³⁸ Frederich Oscar Lontoh, "Pengaruh Kotbah, Musik Gereja Dan Fasilitas Gereja Terhadap Tingkat Kehadiran Jemaat Christian," *Kerusso* 1, no. 1 (2016): 1–15.

³⁹ Happy Ferdian Syah Utomo, "Tak Banyak Yang Tahu, 5 Lagu Populer Ini Ternyata Bicara Tentang Tuhan," *Liputan6.Com* (Jakarta, 2018), <https://www.liputan6.com/global/read/3411644/tak-banyak-yang-tahu-5-lagu-populer-ini-ternyata-bicara-tentang-tuhan>.

Influencer musisi sekuler biasanya hanya mempunyai tujuan untuk bisnis dan ketenaran belaka. Mereka menyesuaikan dengan aturan dunia atau etika yang diakui oleh dunia, supaya cepat laris di pasaran. Tema - tema cinta *eros* yang penuh nafsu menjadi tolak ukur utama, disusul dengan kata kata keputusasaan, ketakutan, pemberontakan kepada pemerintah bahkan tidak sedikit yang menghujat Tuhan. Musik dan narasi yang disajikan penuh dengan dendam, depresi, kepahitan, kekerasan, kuasa-kuasa kegelapan, lirik lagu yang diselingi kata-kata kotor dan banyak lagi tema-tema yang biasa diangkat oleh musisi sekuler di dalam karya musiknya.

Strategi utamanya konten harus diusahakan secara live. Hal ini berkaitan dengan psikologi anak remaja 15-18 tahun yang sangat menyukai musik secara langsung dalam media social mereka. Hal ini menghasilkan berbagai bentuk efek kesejahteraan, rasa memiliki dan minat yang kuat.⁴⁰ Bagi mereka kekuatan pengaruh musik tidak mengalami penurunan kualitas dalam media atau tidak. Musik sendiri secara klinis telah dibuktikan dapat memberikan efek ketenangan seperti efek Mozart yang dapat meningkatkan intelegensi, ketenangan, melahirkan motivasi positif sehingga terjadi perkembangan dan sampai kepada terapi.⁴¹ Musik gerejawi menjadi alternative utama untuk jalan pembuka masuk ke dalam jiwa seseorang seseorang dengan pendekatan rohani. Bagaimana musik membawa orang yang mendengar kepada kontemplasi, perenungan dan juga evaluasi diri (Kol. 3:16; Ef. 5:19). Musik ini harus dilahirkan dari seseorang yang secara empiris berjumpa secara pribadi dengan Tuhan dan terintegrasi dalam pola kehidupan. Bukan hanya sekedar menyanyi dengan kualitas suara namun tidak ada makna. Sebab hanya mereka yang menikmati Tuhan dalam hadiratNya mempunyai kepekaan yang ilahi (Mzm. 104:33-34; 146:1-2). Influencer Kristen harus memilih dan menikmati terlebih dahulu setiap musik dan narasi lagu yang dibawakan. Sebab musik itu sendiri menjadi salah satu media komunikasi yang mempunyai makna yang sangat luas.⁴² Pesan yang disampaikan melalui rangkai nada, dinamika dan kalimat kalimat lagu yang menjadi kesatuan. Influencer dapat melakukan pendekatan psikologi lewat musik dengan maksimal. Ada unsur damai, kekuatan, pertobatan dan kemenangan. ini tentu akan menjadi maksimal. Sehingga mereka suka dan menyanyikan lagu gerejawi ini dalam kelangsungan aktivitas sehari hari. Hendaknya musik dan lagu ini mudah untuk diingat dan sangat mudah untuk dinyanyikan.

Kerygma sebagai Jawaban Kebutuhan dan Peran Gereja

Unsur ini menjadi kebutuhan dalam memberikan dampak positif dan berkesinambungan dalam pengajaran *digital native*. Unsur sacral tidak lagi menjadi fokus dalam ruang nyata namun juga ruang virtual.⁴³ Sebab tanpa persiapan yang matang dan komunikasi unggul dalam *kerygma* maka kehadiran kuasa dan hikmat Tuhan terhambat. Influencer dengan *homilein* maksimal dapat memberikan pemahaman dan kedalaman nilai *euangelion* dalam ruang public, virtual dan tanpa batas. Motivasi diri Ilahi dipaparkan dengan jelas, mudah dimengerti dan dapat diterima. Gereja dengan *kerygma* nya diahli fungsikan oleh influecer Kristen dalam dunia media. Mereka menjadi penyambung lidah Allah, "gembala gembala" dalam ruang virtual. Terjadi alihfungsi Ilahi mendatangkan gereja yang hidup dalam dunia virtual. Gereja bertanggung jawab untuk melatih dan memuridkan serta *endorse* pewarta dan penginjil baru dari orang awan khusus dalam media virtual. Keren-

⁴⁰ Antti Honkanen. Kinnunen Maarit Harri Homi, "Social Sustainability in Adolescents' Musik Event Attendance.," *Sustainability* 12, no. 22 (2020): 1–17, <https://e-resources.perpusnas.go.id:2116/scholarly-journals/social-sustainability-adolescents-musik-event/docview/2460949697/se-2?accountid=25704>.

⁴¹ Eka Titi Andaryani, "Pengaruh Musik Dalam Meningkatkan Mood Booster Mahasiswa," *Musikolastika* 1, no. 2 (2019): 109–115.

⁴² Giovani Anggasta Setiawan, "Komunikasi Dan Psikologi Dalam Musik," *Binus University*, last modified 2015, <https://communication.binus.ac.id/2015/11/10/komunikasi-psikologi-dalam-musik/>.

⁴³ Subowo, "Membangun Spiritualitas Digital Bagi Generasi Z, [Building Digital Spirituality for Generation Z]."

dahan hati dan beban serta disiplin gereja berperan untuk memberikan tugas pewarta Firman ini kepada mereka dengan kualitas yang tidak jauh berbeda.

Kerygma dalam diri influencer menjadi perwujudan pelaksanaan Amanat Agung. Karena dampak manfaat kebenaran adalah bahwa seseorang siap untuk bertumbuh kehidupan menuju kedewasaan rohani dan terima kebenaran. Dan target kemudian adalah pemuridan dalam ruang virtual. Alkitab menuliskan bagaimana perkataan Yesus yang adalah Firman sanggup menyembuhkan baik seorang anak yang kerasukan (Mat. 15:21-28) dan seorang hamba dari perwira Romawi yang disembuhkan Yesus secara virtual (Luk. 7:1-10). Pewarta Firman Tuhan tidak harus Pendeta atau Gembala dalam virtual. Namun bisa siapa saja yang terbeban dan punya kualitas. Bisa juga dilakukan kombinasi untuk lebih menarik. Pewartaan Firman harus berbeda dengan konsep umum dalam gereja, seperti ruang tanpa panggung, rileks dan bersahabat serta suasana yang studio yang dibuat konsep milenial. Momentum penting dalam menjangkau *digital native* adalah melakukan pendekatan dengan karakteristik yang mereka miliki. Strategi pewartaan Injil setidaknya harus memenuhi unsur: harus bersumber dari Alkitab, disampaikan oleh seseorang yang memang dipersiapkan untuk itu, ada orang-orang yang mendengar secara langsung, dan harus memberikan nilai-nilai kebahagiaan, kekuatan dan penghiburan.⁴⁴ Strategi lainnya adalah pewartaan dengan tema tema kekinian kepada generasi milenial. Perhatian utama adalah kepada isu sentral yang terbaru dengan prinsip persiapan iman dan harapan eskatologis masa depan. Generasi ini meninggalkan gereja karena tema tidak menarik, tidak bisa dipraktikkan dalam hidup dan tidak menyentuh kebutuhan terdalam. Pemberitaan harus menyatakan penghargaan dan kasih sayang Tuhan kepada mereka. Ada contoh kongkrit dan bisa mempergunakan kesaksian kesaksian dari berbagai sumber. Hal ini menjawab kemarahan dan ketidakpedulian generasi ini karena disepelkan. Kondisi mereka memang sangat berbeda dengan generasi yang di atasnya.⁴⁵

Strategi lainnya jadilah seorang sahabat bukan pengkotbah, jangan mencoba untuk menjadi pengajar namun jadilah selalu membangun hubungan. Dengan pemilihan kata yang ringan, penampilan yang terkesan santai tidak formal, setting tempat yang sederhana tanpa panggung dan lepas dari aksesori gereja memberi keleluasan tersendiri, menghilangkan kesan kaku dan berat. *Native digital* ini sangat terbuka dengan moral dan spiritual namun juga skeptis. Kehidupan kasih dalam keluarga longgar dan tidak suka dengan *well religion organized*.⁴⁶ Pewartaan kabar baik diusahakan tidak menyentuh kepada permasalahan doktrin seperti baptisan, Perjamuan Kudus, eskatologi dan lain-lain. Tetapi kepada tema-tema sederhana tentang kehidupan sehari-hari seperti berdoa, pengharapan, kekuatan iman pergumulan, menjadi pribadi yang benar, mengandalkan Tuhan dan lain sebagainya. Tentu pribadi influencer sebagai pembawa firman itu sendiri sangat menentukan. Hendaknya influencer Kristen ini berada dalam penggembalaan yang jelas dengan kehidupan baru yang terus bertumbuh selain belajar tentang komunikasi publik dalam ruang media. Standar kehidupan kristiani sangat ditekankan. Baik itu dari kehidupan pribadi, komunitas yang diikuti dan kegiatan-kegiatan yang dilihat oleh banyak orang dan diliput oleh media. Sudah sebuah keharusan standar alkitab menjadi ukuran dari seorang pewarta kabar baik dalam media social ini. Kualitas dijaga dengan monitoring dan evaluasi dari berbagai pihak, seperti gereja dan gembala.

Membangkitkan Influencer dalam Kapasitas Pelayanan Ilahi

Generasi digital mempunyai indeks tinggi terhadap rasa peduli kepada sesama, kebersamaan hobby, leluasa mengungkapkan ide dan kreasi. Hal yang dilupakan gereja adalah secara psikologi

⁴⁴ Lontoh, "Pengaruh Kotbah, Musik Gereja Dan Fasilitas Gereja Terhadap Tingkat Kehadiran JemaatChristian."

⁴⁵ Cemara A. Putra Handi Irawan D, "Gereja Sudah Tidak Menarik Bagi Kaum Muda, [The Church Is Not Attractive To Young People]," *Bilangan Research Center*, last modified 2018, accessed July 31, 2021, <http://bilanganresearch.com/gereja-sudah-tidak-menarik-bagi-kaum-muda.html>.

⁴⁶ Rumbiak, "Teologi Ibadah Dan Spiritualitas Generasi Milenial."

mereka memiliki tokoh sentral menjadi panutan, pujaan dan kebanggaan seperti contoh para selegram di dunia digital.⁴⁷ Literasi dunia teknologi menjadi sebuah kewajiban dalam pendidikan dan leadership kekinian untuk menjawab kebutuhan industri dengan segala tuntutan.⁴⁸ Data penduduk Indonesia menggunakan media social 98,2% lewat smart phone dan 74,7% dengan laptop. Durasi penggunaan media social sendiri berkisar 3 jam 14 menit.⁴⁹ Table di bawah menjadi data konten dan media yang menjadi fokus metode platform.⁵⁰

Table 1. Platform Terpopuler di Indonesia 2021

No.	Platforms	Procentase
1.	Youtube	91,8%
2.	Whatsapp	87,7%
3.	Instagram	86,6%
4.	Facebook	85,5%
5.	Twitter	63,6%
6.	Facebook Messenger	52,4%
7.	Line	44,3%
8.	Linkelin	39,4%
9.	TikTok	38,7%
10.	Pinterest	35,6%

Musik dan narasi format video online sangat tinggi yaitu 98,5%, dan video blog (vlog) sendiri sebesar 74,3%. Hanya media dengan 84% streaming audio musik. Dari data tersebut, konten yang dibuat sangat terbuka untuk berkontribusi pada musik gereja dengan narasi harian kata-kata untuk orang percaya. Pada dasarnya semua jenis media sosial tersedia untuk influencer Kristen, tetapi fokuslah pada sebagian besar pengguna: platform Youtube, Instagram, Facebook, dan TikTok yang menawarkan siaran langsung sederhana. Influencer Kristen berpengaruh datang dari kalangan yang memiliki banyak follower dari kalangan singer, artis, actor, band, tokoh olahraga, politikus dan lainnya. Bahkan ada pendeta pendeta dari kalangan gereja yang menjadi favorit. Menjaga kualitas kerohanian influencer menjadi hal yang tidak dapat dilupakan begitu saja. Langkah langkah untuk membentuk influencer rohani dalam media social memerlukan strategi khusus. Pertama, harus ada hamba Tuhan yang terbeban dan menjangkau mereka. Dengan membentuk team tersendiri dan membuka kelas mentoring khusus. Pengertian dasar dan *hermeneutic* yang benar akan membuka wawasan dan pemahaman baru. Hal lainnya adalah kepekaan mendengar suara Tuhan yang dibangun dalam kontemplasi setiap waktu. Kedua, gereja membuka peluang, mendukung dan terbeban untuk Influencer Kristen masuk dan mengambil bagian secara lebih masif. Bukan menekan dan menjauhi pelayanan mereka, namun justru mendoakan mereka di hadapan seluruh jemaat dalam Ibadah Raya. Hal ini mengantisipasi paradigma gereja yang masih tradisional khususnya di kalangan *baby boomers* dan Generasi X bahwa social media identic dengan dunia dan dosa. Gereja harus menolong dan menjadi mentor untuk influencer Kristen agar dapat dimunculkan dengan lebih cepat seturut dengan perkembangan media di era Society 5.0 namun terus melatih influencer Kristen lainnya. Ketiga, harus tercipta tandem *triple connection*

⁴⁷ Subowo, "Membangun Spiritualitas Digital Bagi Generasi Z, [Building Digital Spirituality for Generation Z]."

⁴⁸ I F Simanjuntak, A Purnomo, and J M P Gultom, "Pemindaian Kemampuan Institusi Pendidikan Teologi Untuk Menghadapi Transformasi Digital Di Indonesia," *Real Didache: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen* 5, no. 2 (2021): 37–53, https://www.researchgate.net/profile/Aldrin-Purnomo-2/publication/353315202_Pemindaian_Kemampuan_Institusi_Pendidikan_Teologi_untuk_Menghadapi_Transformasi_Digital_di_Indonesia/links/60f2f76e16f9f313008eafba/Pemindaian-Kemampuan-Institusi-Pendidikan-Teolo.

⁴⁹ Kemp, "Digital 2021 : Indonesia."

⁵⁰ Ibid.

yang adalah perpaduan gereja, *influencer* dengan pihak manajemen acara. Semua elemen berkolaborasi maksimal dalam menggunakan media social bagi Kristus. Bukan saja diperlukan banyak biaya yang relative besar untuk jangka panjang namun juga misi dan visi yang kuat dalam program. Gereja harus keluar kandang, *influencer* Kristen merendahkan hati dan terbebani serta pihak manajemen menabur untuk pekerjaan Tuhan. Kesemuanya ini menjadi satu tubuh Kristus dalam menjalankan misi penjangkauan baik di dunia nyata demikian juga dalam dunia virtual. Namun kesemuanya itu tanpa melupakan doa, keuntian dan kerendahan hati dari seluruh elemen kekristenan, badan misi, Yayasan Kristen, dan pribadi umat percaya itu sendiri.

KESIMPULAN

Native Digital merupakan komunitas jiwa yang tersebar secara virtual dengan komposisi jumlah besar untuk target penjangkauan. Motivasi diri generasi digital untuk pertumbuhan rohani dan kehidupan bertanggung jawab mengalami persoalan serius. Gereja dengan penatalayanan fisik yang kaku dan tradisional sangat terbatas. *Influencer* Kristen menjadi solusi di tengah kemajuan teknologi media. Kebebasan berekspresi *influencer* dengan konten rohani dalam media memberi harapan dan kesempatan luas untuk mengabarkan Injil kepada generasi digital khususnya. *Influencer* Kristen menjadi bagian penting yang harus dipersiapkan sama seperti team pelayanan pastoral dalam gereja lokal. Pengalaman musik, pujian penyembahan dan Firman yang hidup dengan pengurapan Roh Kudus memberi nuansa kehidupan dan kekuatan Ilahi dalam konten yang disajikan. Penelitian ini memiliki keterbatasan tentang strategi untuk menggembalakan *digital native* sehingga terbuka kesempatan untuk penelitian lanjutan.

REFERENSI

- Afandi, Yahya. "Gereja Dan Pengaruh Teknologi Informasi 'Digital Ecclesiology.'" *Fidei: Jurnal Teologi Sistematika dan Praktika* 1, no. 2 (2018): 270–283.
- Andaryani, Eka Titi. "Pengaruh Musik Dalam Meningkatkan Mood Booster Mahasiswa." *Musikolastika* 1, no. 2 (2019): 109–115.
- Anjani, Sari, and Irwansyah Irwansyah. "Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [the Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram]." *Polyglot: Jurnal Ilmiah* 16, no. 2 (2020): 203–229.
- Billy Adytya. "9 Unsur-Unsur Musik Beserta Penjelasan Lengkapnya." *Kompas*. Last modified 2020. <https://www.merdeka.com/trending/9-unsur-unsur-musik-beserta-penjelasan-lengkapnya-kln.html>.
- Camerling, Yosua Feliciano, Mershy Ch. Lauled, and Sarah Citra Eunike. "Gereja Bermisi Melalui Media Digital Di Era Revolusi Industri 4.0." *Visio Dei: Jurnal Teologi Kristen* 2, no. 1 (2020): 1–22.
- Diana, Ruat. "Peran Komunikator Kristen Dalam Strategi Pekabaran Injil Di Era Revolusi Industri 4.0." *Integritas: Jurnal Teologi* 1, no. 1 (2019): 66–73.
- Ezzat, Hanan. "Social Media Influencers and the Online Identity of Egyptian Youth." *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*. Universitat Rovira i Virgili, 2020.
- Garcia-Roca, Anastasio. "Spanish Reading Influencers In Goodreads: Participation, Experience and Canon Proposed." *Jurnal Of New Approaches In Educational Research* 9, no. 2 (2020): 153–166.
- Gultom, Joni Manumpak Parulian, Ferdinandes Petrus Bunthu, Francois Pieter Tomaso, and Foera Era Nduru. "Generasi Millenial Dan Kaitan Tugask Yeremia Dalam Kegerakan Pantekosta." *Real Didache* 4, no. 1 (2019): 12–25.
- Handi Irawan D, Cemara A. Putra. "Gereja Sudah Tidak Menarik Bagi Kaum Muda, [The Church Is Not Attractive To Young People]." *Bilangan Research Center*. Last modified 2018. Accessed July 31, 2021. <http://bilanganresearch.com/gereja-sudah-tidak-menarik-bagi-kaum-muda.html>.

- Harri Homi, and Antti Honkanen. Kinnunen Maarit. "Social Sustainability in Adolescents' Music Event Attendance." *Sustainability* 12, no. 22 (2020): 1–17. <https://e-resources.perpusnas.go.id:2116/scholarly-journals/social-sustainability-adolescents-music-event/docview/2460949697/se-2?accountid=25704>.
- Irawan, Handi. "Spiritualitas Umat Kristen Indonesia 2021." *Bilangan Research Center*. Jakarta, 2021.
- Kemp, Simon. "Digital 2021 : Indonesia." *Hootsuite*. Last modified 2021. Accessed October 10, 2021. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>.
- Lontoh, Frederich Oscar. "Pengaruh Kotbah, Musik Gereja Dan Fasilitas Gereja Terhadap Tingkat Kehadiran Jemaat Christian." *Kerusso* 1, no. 1 (2016): 1–15.
- Manuel Rueda. "Bible-Preaching Priest Becomes Social Media Star." *Catholicphilly.Com*. Last modified 2019. Accessed July 31, 2021. <https://catholicphilly.com/2019/10/news/world-news/explaining-scripture-venezuelan-priest-becomes-social-media-sensation/>.
- McCorquodale, C. "New Directions in Youth and Young Adult Ministry Leadership: Where Have We Been and More Importantly Where Are We Headed?" *Religions* 12, no. 3 (2021): 1–10. https://api.elsevier.com/content/abstract/scopus_id/85102108586.
- Meilinda, Selvi Diana, Yadi Lustiadi, and Wawan Hernawan. "Millennial Behavior: Sebuah Pendekatan Dalam Perilaku Kepemimpinan." *Wacana Publik* 13, no. 02 (2020): 121–127.
- Negoita, Alexandru Gabriel. "Religiosity In The Contemporary World." *Euromentor X*, no. 3 (2019): 27–38.
- Rahayu, Nova Avianti, and Herlin Fitriana Kurniawati. "Efektivitas Music Therapy Terhadap Pengurangan Nyeri Persalinan: Systematic Review." *Jurnal Kesehatan Vokasional* 5, no. 2 (2020): 83–94.
- Rumbiak, Amelia Kimberlyann. "Teologi Ibadah Dan Spiritualitas Generasi Milenial." *Amreta* 3, no. 2 (2020): 64–100.
- Setiawan, Giovani Anggasta. "Komunikasi Dan Psikologi Dalam Musik." *Binus University*. Last modified 2015. <https://communication.binus.ac.id/2015/11/10/komunikasi-psikologi-dalam-musik/>.
- Siahaan, Harls Evan R. "Aktualisasi Pelayanan Karunia Di Era Digital." *Epigraphe: Jurnal Teologi dan Pelayanan Kristiani* 1, no. 1 (2017): 23–38.
- Simanjuntak, I F, A Purnomo, and J M P Gultom. "Pemindaian Kemampuan Institusi Pendidikan Teologi Untuk Menghadapi Transformasi Digital Di Indonesia." *Real Didache: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen* 5, no. 2 (2021): 37–53. https://www.researchgate.net/profile/Aldrin-Purnomo-2/publication/353315202_Pemindaian_Kemampuan_Institusi_Pendidikan_Teologi_untuk_Menghadapi_Transformasi_Digital_di_Indonesia/links/60f2f76e16f9f313008eafba/Pemindaian-Kemampuan-Institusi-Pendidikan-Teolo.
- Sopacoly, Mick Mordekhai, and Izak Y.M. Lattu. "Kekristenan Dan Spiritualitas Online: Cybertheology Sebagai Sumbangsih Berteologi Di Indonesia." *Gema Teologika : Jurnal Teologi Kontekstual dan Filsafat Keilahian* 5, no. 2 (2020): 137–154.
- Soukup, Paul, and Paul Glader. "A Debate between Paul Soukup, SJ and Paul Glader on How Digital Culture Is Affecting Media Education on Religion." *Church, Communication and Culture* 5, no. 2 (2020): 145–156. <https://doi.org/10.1080/23753234.2020.1765698>.
- Subowo, Adhika Tri. "Membangun Spiritualitas Digital Bagi Generasi Z, [Building Digital Spirituality for Generation Z]." *Dunamis* 5, no. 2 (2021): 379–395.
- Suci Prasasti, Erik Teguh Prakoso. "Karakter Dan Perilaku Milenial: Peluang Atau Ancaman Bonus Demografi." *Consilia* 3, no. 1 (2020): 10–22.
- Sulasmi, Emilda. *Manajemen Dan Kepemimpinan*. Edited by Diah Safitri. Pertama. Depok: Rajawali Press, 2020.
- Supratman, Lucy Pujasari. "Penggunaan Media Sosial Oleh Digital Native, [Use of Social Media by Digital Native]." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 15, no. 1 (2018): 47–60.

- Tarigan, Sayang, Yanto Paulus Hermanto, and Nira Olyvia. "Kepemimpinan Tuhan Yesus Di Masa Krisis Sebagai Model Kepemimpinan Kristen Saat Ini." *Teologi dan Kepemimpinan Kristen* 6, no. 1 (2021): 38–54.
- Toatubun, Henrik. "Influencer Rohani Milenial, Ps Raditya Oloan Pangabean Tutup Usia." *Suaradamai.Com*. Last modified 2021. Accessed October 7, 2021. <https://www.suaradamai.com/influencer-rohani-milenial-ps-raditya-oloan-pangabean-tutup-usia/>.
- Utomo, Happy Ferdian Syah. "Tak Banyak Yang Tahu, 5 Lagu Populer Ini Ternyata Bicara Tentang Tuhan." *Liputan6.Com*. Jakarta, 2018. <https://www.liputan6.com/global/read/3411644/tak-banyak-yang-tahu-5-lagu-populer-ini-ternyata-bicara-tentang-tuhan>.
- Wilianto, Vera M., and MG. Adiyanti. "Terapi Musik Kognitif Perilaku Untuk Menurunkan Kecemasan Pada Penderita Tekanan Darah Tinggi." *Jurnal Intervensi Psikologi (JIP)* 4, no. 1 (2012): 87–111.
- William Glanz. "Music and Social Media: In Perfect Harmony." *Sound Exchange*. Last modified 2018. <https://www.soundexchange.com/2018/08/08/musicwatch-music-social-media-perfect-harmony/>.
- Wisnubrata. "Terapi Musik, Salah Satu Pilihan Untuk Menyehatkan Mental." *Kompas*. Last modified 2020. <https://lifestyle.kompas.com/read/2020/05/06/153730820/terapi-musik-salah-satu-pilihan-untuk-menyehatkan-mental?page=all>.
- Yang, Nancy, Dan Wu, Yi Zhou, Shanzi Huang, Xi He, Joseph Tucker, Xiaofeng Li, et al. "Sexual Health Influencer Distribution of HIV/Syphilis Self-Tests among Men Who Have Sex with Men in China: Secondary Analysis to Inform Community-Based Interventions." *Journal of Medical Internet Research* 23, no. 6 (2021): 1–9.
- Zalukhu, B A. "Startegi Penginjilan Multikultur Melalui Media Digital Di Masa Pandemic Covid-19." *Jurnal Matetes STT Ebenhaezer*, no. 1 (2020): 17–25. <https://jurnal.stte.ac.id/index.php/matetes/article/view/15>.