

**PERAN MEDIA INSTAGRAM DALAM PEMBERITAAN INJIL TERHADAP
GENERASI Z, BERDASARKAN 1 KORINTUS 9:19-22 DI GEREJA
KRISTEN PERJANJIAN BARU MASA DEPAN CERAH SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH:

YOSUA DHARMASETIA

1701085

SEKOLAH TINGGI TEOLOGI HAPPY FAMILY

SURABAYA

2023

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Dosen pembimbing telah menerima dan menyetujui skripsi dengan judul “Peran Media Instagram dalam Pemberitaan Injil terhadap Generasi Z, Berdasarkan 1 Korintus 9:19-22 di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya” yang ditulis oleh Yosua Dharmasetia. Skripsi tersebut layak untuk diuji oleh Dewan Penguji untuk memenuhi sebagian dari persyaratan penerimaan gelar Sarjana Teologi dari Sekolah Tinggi Teologi Happy Family Surabaya.

Disetujui Pada Tanggal:
11 Juli 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Timotius Witdodo, M.Th.

Gideon Ricu Sele, S.Th., M.Pd.

SKRIPSI

**PERAN MEDIA INSTAGRAM DALAM PEMBERITAAN INJIL TERHADAP
GENERASI Z, BERDASARKAN 1 KORINTUS 9:19-22 DI GEREJA KRISTEN
PERJANJIAN BARU MASA DEPAN CERAH SURABAYA**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
dan dinyatakan lulus pada ujian Skripsi
Program Studi Sarjana Teologi
Sekolah Tinggi Teologi Happy Family**

Tim Penguji:

Penguji 1:	Dr. Erika Damayanti, M. Th.	_____
Penguji 2:	Dr. Wahyu Wijati M.Th.	_____
Penguji 3:	Ricu Sele, S. Th., M. Pd.	_____

**Mengetahui,
Ketua STTHF**

Dr. Erika Damayanti, S.H., M.Th.

PENGESAHAN

Setelah membaca dan memeriksa dengan teliti, serta memperhatikan proses penelitian dan penyusunan skripsi yang ditulis dan diajukan oleh Yosua Dharmasetia dengan judul “Peran Media Instagram dalam Pemberitaan Injil terhadap Generasi Z, Berdasarkan 1 Korintus 9:19-22 di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya”, maka dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini diterima dan disahkan sebagai bagian dari persyaratan penerimaan gelar Sarjana Teologi di Sekolah Tinggi Teologi Happy Family Surabaya.

**Diterima dan disahkan pada tanggal:
11 Juli 2023
Ketua Sekolah Tinggi Teologi Happy Family Surabaya**

Dr. Erika Damayanti, S.H., M.Th.

PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya susun dengan judul “Peran Media Instagram dalam Pemberitaan Injil terhadap Generasi Z, Berdasarkan 1 Korintus 9:19-22 di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teologi adalah hasil karya saya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penelitian skripsi berupa pengutipan dan rujukan hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika keilmuan yang berlaku di lingkungan pendidikan.

Demikian pernyataan ini saya buat, apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika penelitian yang tidak sesuai norma, kaidah, dan etika keilmuan bahkan klaim orang lain, maka peneliti bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Surabaya, 11 Juli 2023

Yosua Dharmasetia

KATA PENGANTAR

Peneliti menaikkan puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan pertolongan-Nya kepada peneliti selama penelitian skripsi ini sehingga dapat selesai pada akhirnya. Dialah sumber segala hikmat dalam penelitian skripsi ini. Untuk itu, peneliti mempersembahkan skripsi ini bagi kemuliaan Tuhan Yesus Kristus.

Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan melalui sarana ataupun prasarana selama ini. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Erika Damayanti, S.H., M.Th. selaku ketua Sekolah Tinggi Teologi Happy Family, di mana peneliti menjadi salah seorang peserta didik di dalamnya.

Peneliti juga menyampaikan rasa terima kasih atas bimbingan penelitian skripsi dari proses awal hingga akhir. Kepada Bapak Dr. Timotius Witdodo, M.Th. selaku dosen pembimbing pertama dan Bapak Gideon Ricu Sele, S.Th., M.Pd. selaku dosen pembimbing kedua yang menuntun penelitian skripsi ini sampai sempurna dan dapat bermanfaat bagi banyak orang.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada seluruh staf pengembalan, pelayan Tuhan hingga jemaat Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CeraH Surabaya yang memberikan waktu dan tempat untuk sebagai tempat penelitian peneliti. Peneliti berterima kasih banyak untuk kesempatan luar biasa yang sudah diberikan dari Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CeraH Surabaya.

Rasa terima kasih juga peneliti berikan kepada ibu kandung, Ibu Yulian mentor, Bapak Andreas Rahardjo, dan Bapak Betuel, beserta tim pastoral GKPB MDC baik umum maupun Youth, dan orang-orang yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti dalam berbagai hal. Peneliti selalu berdoa kiranya Tuhan Yesus Kristus akan melimpahkan berkat-Nya atas semua jerih lelah dan jasa-jasa semua pihak yang telah membantu peneliti mencapai kesuksesan studi di Sekolah Tinggi Teologi Happy Family.

Peneliti menyadari akan kekurangan dari skripsi ini. Untuk itu melalui kata pengantar ini peneliti sangat terbuka menerima kritik serta saran yang membangun demi perbaikan skripsi ini. Namun demikian peneliti sangat berharap kiranya skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang besar seluruh orang percaya.

Surabaya, 11 Juli 2023

Yosua Dharmasetia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGUJI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus dan Sub Fokus	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
 BAB II KAJIAN TEORITIK	
A. LANDASAN TEORI	
1. Media Instagram.....	11
a. Pengertian Media Sosial	11
b. Instagram.....	13
1) Pengikut (<i>Follower</i>) dan Mengikuti (<i>Following</i>).....	14
2) Mengunggah Foto/Video dengan Caption (<i>Posting</i>)	14
3) Kamera	14
4) Efek (<i>Filter</i>)	15
5) Arroba	15
6) Label Foto (<i>Hashtag</i>)	15
7) <i>Geotagging</i>	16
8) Jejaringan Sosial.....	16
9) Tanda Suka (<i>Like</i>).....	17
10) <i>Instastory</i>	17
11) Arsip Foto.....	17
12) <i>Close Friend</i>	17
13) Siaran Langsung (<i>IG Live</i>)	17
14) IG TV	18
15) Reels.....	18
2. Pemberitaan Injil	19
a. Pengertian Pemberitaan Secara Umum	20
b. Pemberitaan Injil Paulus dalam 1 Korintus 9:19-22	26
1) Latar Belakang Surat 1 Korintus.....	26
2) Latar Belakang Sosial Budaya Kota Korintus.....	26
3) Penulis dan Pembaca.....	29

4) Latar Belakang, Tujuan Penulisan dan Tema.....	30
5) Garis Besar Surat.....	31
6) Pandangan Para Ahli Terhadap 1 Korintus 9:19-22.....	34
7) Analisis 1 Korintus 9:19-22	36
a. Rela Menyesuaikan Diri.....	39
b. Memiliki Visi Untuk Memenangkan Jiwa	42
3. Generasi Z.....	44
a. Karakteristik Generasi Z.....	46
b. Tantangan Generasi Z.....	48

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian	52
B. Tempat Penilitan dan Waktu Penelitian	53
C. Informan	55
D. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data	55
E. Narasumber.....	55
F. Teknik Pengumpulan Data	56
G. Prosedur Analisis Data	57
H. Pengumpulan Data.....	58
I. Reduksi Data.....	58
J. Penyajian Data.....	59
K. Verifikasi Data.....	59
L. Penguji Keabsahan Data	60
1. Uji Kepercayaan (<i>Credibility</i>).....	61
2. Uji Keteralihan (<i>Transferability</i>)	62
3. Uji Ketergantungan (<i>Dependability</i>).....	62
4. Uji Kepastian (<i>Confirmability</i>)	63

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Tentang Latar Penelitian	65
1. Sejarah Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah	66
2. Visi Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah	67
3. Filosofi Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah.....	68
4. Logo Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah.....	69
5. Perkembangan Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Saat Ini	69
6. Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah MDC Surabaya	72
a. Jam Ibadah.....	73
b. Kelompok Sel (CONTACT)	74
c. Pemberitaan Injil di Gereja MDC Surabaya	75
B. Hasil Penelitian.....	78
1. Subfokus 1: Media Instagram dan Generasi Z	78

2. Subfokus 2: Teladan Pemberitaan Injil Paulus dalam surat 1 Korintus 9:19-22	82
3. Subfokus 3: Peran Media Instagram dalam pemberitaan Injil terhadap generasi Z berdasarkan Teladan Paulus dalam surat 1 Korintus 9:19-22 di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CeraH Surabaya	84
C. . Pembahasan.....	85
1. Subfokus 1: Media Instagram dan Generasi Z	87
2. Subfokus 2: Teladan Pemberitaan Injil Paulus dalam surat 1 Korintus 9:19-22.....	88
3. Subfokus 3: Peran Media Instagram dalam pemberitaan Injil terhadap generasi Z berdasarkan Teladan Paulus dalam surat 1 Korintus 9:19-22 di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CeraH Surabaya	89
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	100

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah gaya hidup masyarakat termasuk dalam hal pemenuhan kebutuhan, yaitu aktualisasi diri. Media sosial merupakan salah satu media yang dapat digunakan secara intens oleh seluruh lapisan masyarakat untuk mengaktualisasikan dirinya. Menurut Anastasia Yuni Widyaningrum perkembangan media sosial yang didukung oleh jaringan internet (*Internet of Things*), mendorong masyarakat untuk membangun komunitas *online* atau daring (dalam jaringan) melalui berbagai platform digital seperti *Facebook*, *Twitter*, *Whatsapp*, *YouTube*, *Instagram*, *Tik Tok*, *Telegram*, *Game Online*, dan lain-lain. Ada banyak varian konten yang diunggah oleh masyarakat mulai dari foto pribadi (*selfie*), makanan, hobi, hiburan, liburan, pekerjaan, pemasaran/promosi atau sekedar konten iseng belaka.¹

Gereja yang berada di dunia *disruptif* ini pun dituntut mengikuti perkembangan tanpa harus hanyut di dalamnya. Gereja dapat melaksanakan tugas pelayanannya dengan baik apabila gereja dapat berdampingan dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi berdasarkan hikmat Tuhan. Louis Berkhof dalam bukunya yang

¹ Anastasia Yuni Widyaningrum. Kajian Tentang Komunitas Virtual: Kesempatan dan Tantangan Kajian di Bidang Ilmu Komunikasi. <https://media.neliti.com/media/publications/499136-none-bdf2bc37.pdf>, diakses tanggal 06 Agustus 2022, pada pukul 14.00.

berjudul “Teologi Sistematika 5” menyatakan bahwa tugas Gereja bukan saja menjaga kebenaran dengan memberitakannya di dalam persekutuan umat Allah, melainkan juga memberitakannya ke seluruh dunia, supaya orang berdosa bertobat dan orang kudus terus dididik di dalam kebenaran Firman Allah.² Yesus sendiri telah memberikan amanat agung di Matius 28. Sehingga setiap saat Gereja harus berperan aktif dalam keterlibatan memperluas kerajaan Allah. Dalam hal pengetahuan dan praktik bagi Gereja. Gereja diharapkan bisa meningkatkan peran pemberitaan Firman Tuhan secara aktif yang seringkali dianggap remeh.

Bila pelayanan ini diperhatikan sebenarnya akan mengembalikan identitas Gereja sebagai rekan kerja Allah yang aktif berpartisipasi dalam pekerjaan Allah.³ Karena Allah Putra sendiri yang telah memberikan teladan untuk terus-menerus mengumpulkan umat manusia ke dalam gereja menjadi suatu umat yang dipilih untuk hidup yang kekal.⁴ Jika gereja Yesus Kristus lalai dalam melaksanakan tugas yang besar ini, maka hal itu membuktikan gereja tidak setia kepada Tuhannya. Sebuah sarana utama yang ada dalam gereja untuk dapat melaksanakan semua ini dengan sebaik-baiknya, bukannya pendidikan peradaban kebudayaan manusia atau perbaikan kehidupan sosial walaupun semua ini dapat memberikan sumbangsih, tetapi sesungguhnya yang utama adalah pemberitaan Injil Kerajaan. Dimana Injil adalah

² Berkhof, Louis. 1999. *Teologi Sistematika Volume 5, ed. ke-2*. Terjemahan: Yudha Tianto. Lembaga Reformed Injili Indonesia, Momentum. Indonesia. Surabaya. Hal. 84.

³ Amelia Luise Doeka, 2021. ‘Karakteristik Gereja Yang Sehat’, *Prosiding STT Sumatera Utara*, Hal. 1.

⁴ Ibid., 85.

anugerah yang cuma-cuma yang membawa keselamatan melalui darah Anak Domba Allah.

Pada tahun 2018, *Bilangan Research Center* telah melakukan survei terhadap 4.095 generasi muda Kristen (15 – 25 tahun) yang tersebar di 42 kota dan kabupaten di seluruh Indonesia. Persentase remaja yang tidak rutin beribadah meningkat seiring dengan kelompok usia. Pada rentang usia 15-18 tahun jumlah remaja yang tidak rutin beribadah sebanyak 7.7%, meningkat menjadi 10.2% pada usia 19-22 tahun, dan mencapai 13.7% pada usia 23-25.⁵ Peningkatan terjadi secara konsisten dan bahkan hampir 100% jika dilihat dari rentang usia termuda ke rentang usia terdewasa. Inilah fakta di Indonesia pada hari-hari ini, Gereja seakan kehilangan ketajamannya dalam membagikan Injil. Gereja justru tidak begitu aktif dan cenderung tampil seadanya dalam memperluas kerajaan Allah.

Gereja seakan tidak mampu menjawab kebutuhan generasi-generasi ini. Dapat diprediksi akan semakin tinggi persentase pada rentang usia berikutnya. Bagaimana dengan yang sudah tidak rutin? Apa alasan mereka untuk mulai berhenti datang ke gereja? Dapat dikatakan bahwa 61.8% remaja (generasi Z) merasa bahwa gereja sudah tidak menjawab kebutuhan dan tidak cocok bagi mereka.⁶ Realita ini sungguh berlawanan dengan prinsip bahwa Injil adalah jawaban bagi seluruh aspek kehidupan

⁵ Irawan D., Handi, dan Cemara A. Putra. Gereja Sudah tidak Menarik bagi Kaum Muda. <http://bilanganresearch.com/gereja-sudah-tidak-menarik-bagi-kaum-muda.html>, diakses tanggal 16 September 2020, pada pukul 14.00.

⁶ Ibid.

manusia. Dalam menjalankan peran Gereja untuk memperluas Kerajaan Allah memerlukan strategi yang tepat. Gereja tidak bisa hanya tampil seadanya, tanpa memikirkan ulang bagaimana peran ini perlu diefektifkan kembali, guna berita Injil itu didengar dari generasi ke generasi. Kecenderungan yang buruk harus dibuang, dan beradaptasi kembali dengan perkembangan yang ada. Paulus dalam 1 Korintus 9:19-22 menekankan kepada jemaat, dan juga menginspirasi setiap jemaat metode agar Injil dapat disampaikan tetapi dirinya juga tidak ditolak.

Generasi Z adalah mereka yang terlahir pada 1995 -2012, dan ciri-ciri generasi ini adalah masuk dalam kategori pribumi digital (*digital native*).⁷ Hal ini menjadikan posisi mereka sangat menarik dibandingkan dengan generasi pendahulu. Mereka bukanlah imigran digital yang harus bertransisi dari dunia analog. Begitu melek, dalam genggamannya generasi Z sudah ada internet. Internet adalah bagian dari kehidupan sehari-hari yang tidak usah membuat *gumun*.⁸ Mereka tidak terkagum-kagum akan kemudahan dan kepraktisan internet. Bagi mereka, internet adalah normalitas. Ketika ditanya apa platform media sosial favorit, 36% responden menjawab Instagram. Facebook berada di posisi kedua dengan 26%.⁹ Survei ini melibatkan 1.235 responden di Inggris, Amerika Serikat, dan India yang 820 di antaranya berada di usia 18-25 tahun. Sebuah survei di sejumlah negara mengungkapkan bahwa Generasi Z

⁷ Stillman, David, dan Jonah Stillman. 2017. *Generasi Z*, ix.

⁸ Dwifatma, Andina. <https://theconversation.com/apakah-generasi-z-lebih-tahan-hoaks-ketimbang-gen-x-dan-gen-y85729#:~:text=Generasi%20Z%20adalah%20kelompok%20umur,%20hingga%20pertengahan%2000%20Dan.>, diakses tanggal 3 Januari 2021, pada pukul 14.00.

⁹ Putri. Virgina Maulita. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4472571/instagram-jadi-medsos-favorit-gen-z-kamu-bagaimana>, diakses pada tanggal 3 Januari 2021, pada pukul 14.00.

menjadikan Instagram sebagai media sosial favorit dengan facebook berada di posisi kedua. Ketika itu menjadi sesuatu yang favorit bagi mereka, di saat itulah kita seharusnya menggunakannya sebagai alat, bukan sebagai musuh.

Adapun memang setiap generasi memiliki ciri-ciri yang berbeda, tetapi bukan berarti mereka tidak bisa dijangkau. Rasul Paulus di Surat 1 Korintus 9:19-22 menyatakan bahwa dirinya juga sering dipertemukan dengan orang yang memiliki budaya yang berbeda. Secara tidak langsung, Paulus mengalami hal yang sama dimana ia memiliki gaya hidup atau budaya yang jauh berbeda dengan orang-orang yang harus dia jangkau. Tetapi seperti Paulus tidak menyerah justru ia berusaha untuk menjadi sama dengan mereka agar dapat memenangkan mereka.

Adanya kesenjangan media digital yang menjadi gaya hidup generasi Z. Di mana media digital sudah menjadi bagian yang hampir tidak bisa lepas dari kehidupan mereka. Beberapa media digital yang selalu digunakan pada masa kini adalah youtube, Instagram, dan tik-tok. Tetapi rupanya Gereja memiliki pergerakan lambat dalam menguasainya, atau bahkan hanya tampil seadanya, tanpa adanya usaha untuk menyesuaikan dengan cita rasa generasi Z.

Hal negatif, bila tidak melakukan pemberitaan Injil, maka gereja akan kehilangan identitas. Di mana gereja tidak memiliki beritanya sendiri sehingga tanpa disadari akan kehilangan arah dan tujuan yang semestinya.¹⁰ Dan di sisi lain akan dengan mudah oknum-oknum dari luar untuk mendekati gereja dan mengaburkan

¹⁰ Ibid., 86.

pengaruh Gereja dalam pemberitaan Injil. Kaum Modernis melakukan hal seperti itu selama dekade yang lalu dan yang dilakukan sesungguhnya merupakan tindakan bunuh diri terhadap identitas gereja. Sebab kaum tersebut menuruti tuntutan kritik historis yang dianggap rasional biologi dan psikologi sosiologi dan ekonomi sampai akhirnya mereka sepenuhnya kehilangan berita utama dari sang raja.

Alkitab juga mencatat bahwa Paulus memberitakan Injil dan menjadikan bangsa-bangsa non Yahudi murid Kristus. Paulus memenuhi mandat untuk menjadikan semua etnis, suku bangsa menjadi murid Kristus. Orang Roma, orang Yunani dan beberapa bangsa lain juga dibawa kepada Kristus. Usaha Paulus untuk menjangkau orang-orang non Yahudi atau bangsa-bangsa lain terlihat dalam salah satu ungkapannya yang terdapat dalam 1 Korintus 9:20. Ungkapan “menjadi seperti” menunjukkan bahwa Paulus berkontekstual atau menjadi sama dengan budaya orang setempat agar dapat memenangkan etnis tersebut. Hal yang sama dimana Tuhan Yesus pun harus menjadi sama dengan manusia untuk menyelamatkan manusia.

Sependapat dengan Ikhsan Tila Mahendra, intensitas penggunaan Instagram dikalangan generasi Z sangat tinggi, mereka menggunakan Instagram setiap hari, minimal untuk melihat-lihat konten di Instagram. Dengan tidak adanya kontrol serta intensitas penggunaan yang tinggi, tentunya peran Instagram sangat besar dalam

pembentukan kepribadian para remaja.¹¹ Menunjukkan bahwa media sosial Instagram seharusnya menjadi perhatian gereja masa kini dalam pemberitaan Injil.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka bagi peneliti hal ini sangat penting dibahas tentang strategi penjangkauan generasi Z di Surabaya. Untuk membahas dan meneliti lebih lanjut, maka dalam tulisan ini akan dikaji secara ilmiah tentang “Peran Media Instagram dalam pemberitaan Injil terhadap generasi Z berdasarkan Teladan Paulus dalam surat 1 Korintus 9:19-22 di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CERAH Surabaya”.

B. Fokus dan Sub Fokus

Berdasarkan penjelasan di atas, maka fokus penelitian ini adalah “peran media Instagram dalam pemberitaan Injil terhadap generasi Z berdasarkan teladan Paulus dalam surat 1 Korintus 9:19-22 di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CERAH, Surabaya”. Berdasarkan fokus di atas, maka sub fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Media Instagram dan Generasi Z.
2. Teladan Pemberitaan Injil Paulus dalam surat 1 Korintus 9:19-22.
3. Peran Media Instagram dalam pemberitaan Injil terhadap generasi Z berdasarkan Teladan Paulus dalam surat 1 Korintus 9:19-22 di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CERAH Surabaya.

¹¹ Ikhsan Tila Mahendra. Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi, diakses pada tanggal 6 Agustus 2022.

C. Rumusan Masalah dan Sub Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana peran media instagram dalam pemberitaan Injil terhadap Generasi Z berdasarkan 1 Korintus 9:19-22 di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya? Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka sub rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah hakekat Media Instagram dan generasi Z?
2. Bagaimana pemberitaan Injil menurut Paulus dalam surat 1 Korintus 9:19-22?
3. Bagaimana peran media instagram dalam pemberitaan Injil terhadap Generasi Z berdasarkan 1 Korintus 9:19-22 di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah serta rumusan masalah yang ada dalam bagian pendahuluan maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk memahami hakekat media Instagram bagi Generasi Z.
2. Untuk mengetahui strategi Pemberitaan Injil menurut Paulus dalam surat 1 Korintus 9:19-22.
3. Untuk mengetahui peran media instagram dalam pemberitaan Injil terhadap Generasi Z berdasarkan 1 Korintus 9:19-22 di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat teoritis penelitian ini adalah dengan mengetahui teori dalam penelitian ini maka akan menambah wawasan seseorang tentang media Instagram, generasi Z, pemberitaan Injil menurut Paulus di 1 Korintus 9:19-22, dan peran media Instagram dalam pemberitaan Injil terhadap Generasi Z. Dengan pemahaman akan pemberitaan Injil di 1 Korintus 9:19-22, maka setiap Gereja dan pelayan akan memiliki pola pemikiran yang kuat dalam menghadapi tekanan budaya yang berbeda pada saat pemberitaan Injil.

Selain manfaat teoritis, manfaat praktis yang akan diperoleh dari penelitian ini antara lain:

Bagi jemaat anggota Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya, penelitian ini bermanfaat untuk lebih memahami strategi pemberitaan Injil menurut Paulus di surat 1 Korintus 9:19-22. Dengan memahami strategi pemberitaan Injil ini diharapkan jemaat dapat memperoleh dengan aktif juga bergerak menjangkau generasi Z dan juga orang-orang yang ada di sekitarnya meskipun memiliki budaya yang berbeda.

Bagi gembala sidang, penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan dan dengan hasil penelitian ini diharapkan agar mereka dapat mengarahkan kemana fokus arah dana kepada pengembangan dunia digital terutama instagram di Gereja lokal masing-masing, dan terus mengembangkan tim agar media yang digunakan menjadi relevan dalam pemberitaan Injil bagi generasi Z, sehingga efektif dan efisien.

Bagi peneliti, hasil penelitian ini dapat digunakan dalam melaksanakan penelitian dan praktik lebih lanjut dalam strategi penjangkauan generasi Z di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CeraH Surabaya.

BAB II

KAJIAN TEORITIK

A. LANDASAN TEORI

1. Media Instagram

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah salah satu dampak yang muncul akibat semakin berkembangnya dunia baru saat ini. Media sosial merupakan media internet yang memungkinkan pengguna dapat mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan dunia lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual.¹² Jadi manusia dapat saling terkoneksi di internet dan membuat sebuah komunitas sosial di dunia maya dan menciptakan medianya untuk lebih memudahkan lagi dalam berinteraksi satu sama lain. Berkembangnya media sosial ini tentunya berbanding lurus dengan berkembangnya teknologi komunikasi. Era smartphone menjadi tonggak majunya media sosial. Hal ini dikarenakan semenjak kemunculannya, mulai banyak media sosial yang bermunculan sehingga mempermudah proses komunikasi.

¹² Rulli Nasrullah, 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media. Indonesi. Bandung. Hal. 34.

Dalam bukunya, Rulli Nasrullah menyimpulkan bahwa media sosial dibagi menjadi beberapa bagian yakni:¹³ (1) Media Jejaring Sosial (*sosial networking*). Media jejaring sosial adalah medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. (2) Jurnal Online (*blog*). Blog adalah media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagi. Berbagi tautan web lain, informasi dan sebagainya. (3) Jurnal *Online* Sederhana atau Mikroblog (*microblogging*). Tidak jauh berbeda dengan blog, microblogging adalah jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas atau pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya twitter yang hanya menyediakan atau maksimal 140 karakter. (4) Media Berbagi (*media sharing*). Situs media sharing ini merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk berbagi media, mulai dari dokumen (file) video, audio, gambar dan sebagainya. (5) Penanda Sosial (*sosial bookmarking*). Sosial bookmarking adalah media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola dan mencari informasi atau berita tertentu secara online. (6) Media Konten Bersama (wiki). Media sosial ini adalah situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para

¹³ Ibid.

penggunanya. Mirip dengan kamus atau ensiklopedi, wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku. Dari pendapat Rulli Nasrullah, semua media memiliki tujuan yaitu mengekspresikan kehidupan bersosialnya pada media dalam jaringan dan setiap orang dapat menggunakan media tersebut dengan bebas. Semua media dapat memiliki manfaat yang baik untuk setiap pengguna media *online*.

b. Instagram

Instagram merupakan salah satu bentuk hasil dari kemajuan internet dan tergolong salah satu media sosial yang cukup digandrungi oleh khalayak masa kini. Hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya pengguna instagram pada setiap tahunnya. Terhitung pada April 2017 lalu, Instagram mengumumkan bahwa pengguna aktif bulannya telah mencapai kisaran 800 juta akun dan angka tersebut lebih banyak dibandingkan tahun sebelumnya¹⁴. Berbeda dengan media sosial lainnya, instagram menitik beratkan kepada postingan foto dan video dari para penggunanya. Keunikan yang membuat instagram satu ini berbeda dengan media sosial pada umumnya. Apalagi, instagram seringkali memperbaharui sistemnya. Sejak kemunculannya pada tahun 2010 silam¹⁵, instagram sering memperbarui fitur yang ada sehingga fiturnya lebih lengkap dan lebih menarik. Berikut adalah fitur-fitur yang ada di instagram saat ini:

¹⁴ <https://www.liputan6.com/teknologi/read/3109870/instagram-kini-kantongi-800-juta-pengguna-aktif>, diakses pada tanggal 20 Juli 2022.

¹⁵ <https://www.kompas.com/tren/read/2021/10/06/100500365/sejarah-instagram-dan-cerita-awal-peluncurannya?page=all>, diakses pada tanggal 20 Juli 2022.

1) Pengikut (*Follower*) dan Mengikuti (*Following*)

Sistem sosial di dalam instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, demikian pula sebaliknya dengan memiliki pengikut instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto atau video yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Untuk menemukan teman-teman di Instagram, dapat juga menggunakan *link* yang dihubungkan dengan akun media sosial lainnya, seperti Facebook dan Twitter.

2) Mengunggah Foto/Video dengan Caption (*Posting*)

Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto atau video kepada pengguna lainnya. Di Instagram, pengguna hanya dapat berbagi maksimal 10 file foto atau video dalam sekali unggahan. Untuk video sendiri, video hanya dapat diunggah dengan batas waktu maksimal 1 menit. Sebelum mengunggah foto atau video, para pengguna juga dapat memasukkan judul atau keterangan mengenai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada di pikiran para pengguna. Para pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut, sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut di dalam sebuah kategori.

3) Kamera

Foto yang telah diambil melalui aplikasi Instagram dapat disimpan. Penggunaan kamera melalui instagram juga dapat langsung menggunakan efek-

efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan foto yang dikehendaki oleh sang pengguna.

4) Efek (*Filter*)

Pada versi awalnya, Instagram memiliki efek-efek yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting sebuah foto. Di dalam pengaplikasian efek, pengguna juga dapat sekaligus menyunting foto seperti mengatur kecerahan, kontras, warna, dan lain-lain.

5) Arroba

Seperti Twitter dan juga Facebook, Instagram juga memiliki fitur yang dimana para penggunanya dapat menyinggung pengguna yang lainnya, dengan menambahkan arroba (@) dan memasukkan nama akun Instagram dari pengguna lainnya tersebut. Para pengguna tidak hanya dapat menyinggung pengguna lainnya di dalam keterangan foto, melainkan juga pada komentar foto. Pada dasarnya dalam menyinggung pengguna yang lainnya, yang dimaksudkan adalah untuk berkomunikasi dengan pengguna yang telah disinggung tersebut.

6) Label Foto (*Hashtag*)

Sebuah label di dalam Instagram adalah sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto tersebut dengan menggunakan kata kunci. Dengan demikian para pengguna memberikan label pada sebuah foto, maka

foto tersebut dapat lebih mudah untuk ditemukan. Label itu sendiri dapat digunakan di dalam segala bentuk komunikasi yang bersangkutan dengan foto itu sendiri. Para pengguna dapat memasukkan nama sendiri, tempat dimana mengambil foto tersebut, untuk memberitakan sebuah acara, untuk menandakan bahwa foto tersebut mengikuti lomba, atau untuk menandakan bahwa foto tersebut dihasilkan oleh anggota komunitas instagram. Foto yang telah diunggah, dapat dimasukkan label yang sesuai dengan informasi yang bersangkutan dengan foto.

7) *Geotagging*

Setelah memasukkan judul foto tersebut, bagian selanjutnya adalah bagian Geotag. Bagian ini akan muncul ketika para pengguna mengaktifkan GPS mereka. Dengan demikian instagram dapat mendeteksi lokasi dimana para pengguna Instagram tersebut berada. Dengan geotagging para pengguna dapat terdeteksi dimana mereka telah mengambil foto tersebut atau dimana foto tersebut telah diunggah.

8) *Jejaringan Sosial*

Dalam membagi foto tersebut, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya di dalam Instagram saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya seperti Facebook dan Twitter dengan cara menghubungkan link akun Instagram dengan akun media sosial lainnya.

9) Tanda Suka (*Like*)

Instagram juga memiliki sebuah fitur tanda suka yang dimana fungsinya sama seperti apa yang ada di Facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang telah diunggah oleh pengguna lain.

10) *Instastory*

Instastory merupakan singkatan dari Instagram stories. Instastory ini adalah salah satu fitur instagram yang memungkinkan para penggunanya untuk membagikan foto atau video yang akan terhapus secara otomatis dalam waktu 24 jam setelahnya. Di dalam fitur Instastory juga terdapat efek-efek yang dapat menghibur para penggunanya.

11) Arsip Foto

Fitur ini berfungsi sebagai media pribadi atau seperti album pribadi. Jadi, pengguna dapat membagikan foto atau video yang hanya bisa dilihat oleh pengguna tersebut.

12) *Close Friend*

Pada fitur ini, pengguna dapat membagikan foto atau video yang hanya bisa diakses oleh pengguna lain yang telah dipilih sebagai “*Close Friend*”.

13) Siaran Langsung (*IG Live*)

Fitur ini memungkinkan pengguna dalam sebuah akun untuk melakukan siaran video secara langsung tanpa terbatas waktu yang akan dinikmati oleh pengikutnya. Seperti juga *live video* di Facebook, *follower* bisa langsung

bergabung dan memberi komentar. Interaksi langsung lewat video memang semakin populer.¹⁶ Baik dengan *group video call* di aplikasi *chatting*, atau melakukan siaran langsung seperti ini.

14) IG TV

IGTV adalah fitur dari Instagram yang memungkinkan penggunanya meng-upload video dengan durasi lebih panjang. Di fitur posting biasa, video yang dapat diupload hanya terbatas sampai satu menit saja. Apalagi di fitur instastory, hanya 15 detik. Namun melalui IGTV, akun biasa dapat mengunggah video sekitar 1-15 menit. Dan untuk akun yang sudah terverifikasi, dapat meng-upload video dengan durasi hingga satu jam. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengunggah video lebih dari 1 menit, namun tidak tersimpan dalam Feed profil unggahan.

15) Reels

Instagram Reels adalah fitur terbaru yang tak lama ini diluncurkan oleh media sosial Instagram. Di mata beberapa orang, fitur ini hadir untuk menyaingi aplikasi kompetitor yaitu TikTok. Fitur Instagram Reels memungkinkan pengguna untuk membuat video singkat selama 15 detik dengan pilihan audio, efek, dan *tools* kreatif lainnya. Tak hanya itu, pengguna juga dapat menggabungkan atau bahkan merekam beberapa klip untuk dapat menjadi satu video utuh. Jika pengguna memiliki akun yang di-*private* atau dikunci, hanya

¹⁶ <https://urbandigital.id/cara-membuat-live-video-instagram/>, diakses pada tanggal 20 Juli 2022.

followers saja yang dapat melihat kiriman Instagram Reels yang dibuat. Selayaknya TikTok yang memiliki fitur FYP atau *for you page*, dengan fitur ini Instagram juga sudah mengubah laman *explore*-nya menjadi sesuai untuk menjelajah Reels. Pengguna akan disajikan konten Reels di sisi paling atas dari laman *explore*. Selain itu, selayaknya TikTok, pengguna dapat *scroll* ke bawah untuk melihat konten lainnya.

Berdasarkan fitur-fitur di atas, Instagram juga dapat dijadikan sebagai pengganti dari album foto dan video. Setiap postingan di Instagram tidak terbatas waktu, maksudnya adalah kita tetap bisa melihat foto atau video yang sudah diposting sebelumnya walaupun itu sudah dalam jangka waktu yang cukup lama. Selain itu, instagram juga merupakan salah satu pendorong berkembangnya di bidang industri pemasaran. Ada banyak wirausaha yang memanfaatkan instagram ini sebagai media promosi untuk barang ataupun jasa yang ditawarkan. Tak hanya pengusaha kecil, ada banyak brand internasional juga memanfaatkan Instagram secara intens untuk memberikan informasi tentang barang yang mereka produksi. Tidak hanya untuk komunikasi dan promosi, instagram juga digunakan sebagai media hiburan, penyampaian berita dan informasi. Adapun juga pengguna yang memanfaatkan akunnya di instagram untuk membagikan informasi yang berisi tentang berita dan fenomena kehidupan sehari-hari.

2. Pemberitaan Injil

Pembahasan mengenai Pemberitaan Injil sangatlah penting agar setiap orang dapat mengetahui dan memahami tentang kebenaran dari pemberitaan Injil dan dasar

dari pemberitaan Injil. Dengan mengetahui dan memahami sebuah konsep dari pemberitaan injil, diharapkan setiap orang bisa mempraktikkannya dalam kegiatan bersosial media. Kehidupan memberitakan injil diharapkan muncul bukan karena adanya tuntutan ketakutan, tetapi kehidupan yang suka memberitakan injil bisa menjadi identitas dalam kehidupan setiap jemaat.

a. Pengertian Pemberitaan Secara Umum

Secara etimologis, berita berasal dari bahasa sansekerta "*Vrit*" yang artinya "ada" atau "terjadi" dan "*Vritta*" yang artinya "kejadian" atau "yang telah terjadi".¹⁷ Dengan kata lain berita sebenarnya adalah laporan tercatat mengenai fakta yang benar adanya dan penting bagi masyarakat besar. Dalam hal ini menjelaskan bahwa berita bukan dongeng, bukan mitos tetapi kejadian nyata yang penting yang perlu diketahui oleh masyarakat besar. Dari keutuhan pemahaman ini kita bisa melihat bahwa berita tidak boleh disimpan untuk kepentingan diri sendiri tetapi harus dilakukan pemberitaan yaitu dibagikan untuk kepentingan banyak orang. Sesungguhnya berita dan pemberitaan bukanlah hal yang berbeda, karena berita itu pasti diberitakan melalui pemberitaan. Bila tidak ada pemberitaan maka berita bukanlah berita, hanya sekadar fakta-fakta kosong. Maka oleh karena itu peneliti sengaja memberikan

¹⁷

[https://www.komunikasipraktis.com/2015/04/pengertian-berita-lengkap.html#:~:text=Secara%20etimologis%20\(asal%20Dusul%20kata,baru%20terjadi%20atau%20baru%20ada, diakses pada tanggal 19 Juli 2022.](https://www.komunikasipraktis.com/2015/04/pengertian-berita-lengkap.html#:~:text=Secara%20etimologis%20(asal%20Dusul%20kata,baru%20terjadi%20atau%20baru%20ada, diakses pada tanggal 19 Juli 2022.)

definisi-definisi berita menurut para ahli, karena dianggap sudah menjawab definisi pemberitaan secara langsung.

Bahkan di Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), berita adalah (1) cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat; kabar, (2) laporan, dan (3) pemberitahuan.¹⁸ Sedangkan pemberitaan merupakan proses, cara, perbuatan memberitakan, pelaporan lengkap yang merupakan pengkajian fakta-fakta lengkap dengan latar belakang, tren/kecenderungan, yang mungkin terjadi pada masa mendatang.¹⁹ KBBI pun mendeskripsikan berita sebagai kejadian yang nyata telah terjadi dan disampaikan dalam bentuk laporan maupun pemberitahuan kepada pihak tertentu atau masyarakat. Berita biasanya disampaikan melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media internet. Tidak hanya itu berita seharusnya juga memiliki relevansi yang cukup untuk publik atau audiensi khusus untuk menjawab kebutuhan.

Pengertian berita secara terminologis (istilah, maknawiyah), mengacu kepada literatur jurnalistik karena berita adalah produk utama jurnalistik yang dipublikasikan melalui media massa atau media komunikasi massa, seperti surat kabar, radio, televisi, dan media siber (cybermedia).²⁰ Dalam berbagai literatur dan/atau buku jurnalistik, dapat disimpulkan, berita adalah karya

¹⁸ Ibid.

¹⁹ <https://kbbi.web.id/pemberitaan>, diakses pada tanggal 31 Agustus 2022.

²⁰ Ibid.

jurnalistik yang berisi laporan atau informasi tentang sebuah peristiwa/kejadian yang baru saja terjadi, hangat, menarik, dan penting.

Menurut Paul de Massenner, berita adalah suatu kenyataan atau ide yang benar dan dapat menarik perhatian sebagian besar pembaca.²¹ Dengan kata lain berita bagi seseorang adalah keterangan mengenai suatu peristiwa atau isi pernyataan seseorang yang menurutnya perlu diketahui untuk mewujudkan filsafat hidupnya. Suatu peristiwa bisa disebut berita apabila sudah disiarkan, dilaporkan, atau diinformasikan. Karena itu berita tidak bisa ditahan atau disimpan, berita harus dikomunikasikan sehingga dapat membawa pengaruh dan perubahan terhadap penerima berita.

Djafar Assegaf menegaskan berita adalah laporan tentang fakta atau ide yang termassa, yang dapat menarik perhatian pembaca, karena sesuatu yang luar biasa, penting, mencakup sisi *human interest* seperti humor, emosi dan ketegangan.²² Rupanya berita harus memikirkan kemasan yang dapat memainkan perasaan dari si pembaca. Sedangkan William S. Maulsby lebih menekankan berita adalah sesuatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta yang punya arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian pembaca surat kabar yang memuat hal tersebut.²³ Begitu pentingnya

²¹ <https://www.e-jurnal.com/2013/12/pengertian-berita-menurut-para-ahli.html>, diakses pada tanggal 19 Juli.

²² Assegaff, Dja'far H, 1982, *Jurnalistik Masa Kini: Pengantar ke Praktek Kewartawanan*, Ghalia Indonesia. Indonesia. Jakarta. Hal. 2.

²³ M. Romli, Asep Syamsul, 2009. *Kamus Jurnalistik*, Simbiosis Rekatama. Indonesia. Bandung. Hal. 2.

untuk berita itu tidak memihak untuk kepentingan pihak tertentu tetapi mengungkapkan kebenaran secara sebenar-benarnya.

Namun demikian, banyak pakar komunikasi yang mencoba merumuskan definisi- definisi berita, dengan penekanan yang berbeda terhadap unsur-unsur yang dikandung oleh sebuah berita. Nothclife misalnya, menekankan pengertian berita pada unsur “keanehan” atau “ketidaklaziman” sehingga mampu menarik perhatian dan rasa ingin tahu (*curiosity*).²⁴ Ia mengatakan, “jika seekor anjing menggigit orang itu bukanlah berita. Tetapi jika orang menggigit anjing itulah berita” (*If a dog bites a man, it is not news. But if man bites a dog is news*). boleh sepakat dan tidak sepakat atas pandangan Nothclife tersebut karena, jika yang digigit anjing itu orang terkenal, misalnya artis populer atau seorang kepala negara, ia tetap merupakan berita menarik. Positifnya kita menerima penekanannya bahwa berita yang baik dan layak dicari dan dibuat sekaligus layak muat di media massa antara lain mengandung unsur “keanehan” itu. Sehingga, berita yang dibuat agar dibaca orang misalnya, informasi tentang kambing berkaki lima, kelahiran bayi berkepala dua, seorang ibu melahirkan saat ibadah haji, dan sebagainya.

Sedangkan Mitchel V. Charnley mengemukakan pengertian berita yang lebih lengkap dan untuk keperluan praktis yang layak kita jadikan acuan. Berita adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta atau opini yang memiliki daya

²⁴ Ibid., 1.

tarik atau hal penting atau kedua-duanya bagi masyarakat luas serta menyangkut kepentingan mereka.²⁵ Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berita adalah suatu fakta atau ide atau opini aktual yang menarik dan akurat serta dianggap penting bagi sejumlah besar pembaca, pendengar maupun penonton.

Dari definisi-definisi di atas, terdapat empat unsur yang harus dipenuhi oleh sebuah berita yang sekaligus menjadi “karakteristik utama” sebuah berita dapat dipublikasikan di media massa atau yang biasa disebut layak muat. Keempat unsur inilah yang dikenal dengan nilai-nilai berita (*news values*) atau nilai-nilai jurnalistik. Cepat, yakni aktual atau ketepatan waktu. Dalam unsur ini terkandung makna harfiah berita (*news*). “Tulisan jurnalistik,” kata Al Hester, “adalah tulisan yang memberi pembaca pemahaman atau informasi yang tidak ia ketahui sebelumnya.”

Nyata (faktual), yakni informasi tentang sebuah fakta (*fact*), bukan fiksi atau karangan. Fakta dalam dunia jurnalistik terdiri dari kejadian nyata (*real event*), pendapat (*opinion*), dan pernyataan (*statement*) sumber berita. Dalam unsur ini terkandung pula pengertian sebuah berita harus merupakan informasi tentang sesuatu dengan keadaan sebenarnya atau laporan mengenai fakta sebagaimana adanya. “Seorang wartawan harus menulis apa yang benar saja,” ujar M.L. Stein, seraya mengingatkan “jangan sekali-kali ia mengubah fakta

²⁵ Charnley, Mitchel V. 1975, *Reporting*, Holt-Reinhart & Winston, New York, Hal 44.

untuk memuaskan hati seseorang atau suatu golongan. Jika sumber anda dapat dipercaya itulah yang paling penting.”

Penting, artinya menyangkut kepentingan orang banyak. Misalnya peristiwa yang akan berpengaruh pada kehidupan masyarakat secara luas, atau dinilai perlu untuk diketahui dan diinformasikan kepada orang banyak seperti kebijakan baru pemerintah, kenaikan harga, dan sebagainya. Menarik, artinya mengundang orang untuk membaca berita yang kita tulis. Berita yang biasanya menarik perhatian pembaca, disamping yang aktual dan faktual serta menyangkut kepentingan orang banyak juga berita yang bersifat menghibur (lucu), mengandung keganjilan atau keanehan, atau berita “human interest” (menyentuh emosi, menggugah perasaan).²⁶

Secara ringkas dapat diambil kesimpulan bahwa berita merupakan laporan peristiwa yang telah memenuhi keempat unsur tersebut, karena tidak semua peristiwa yang terjadi layak dilaporkan atau diinformasikan. Dengan demikian seorang wartawan hendaknya mampu membedakan mana peristiwa yang mempunyai nilai berita dan mana yang tidak mengandung unsur-unsur nilai berita.

²⁶ Asep Syamsul M. Romli, 2000. *Jurnalistik Praktis*, Remaja Rosdakarya. Indonesia. Bandung. Hal.4.

b. Pemberitaan Injil Paulus dalam 1 Korintus 9:19-22

1) Latar Belakang Surat 1 Korintus

Peneliti akan menjelaskan latar belakang penelitian surat 1 Korintus secara umum untuk mengetahui makna pemberitaan Injil Paulus dalam surat 1 Korintus 9:19-22. Studi ini sangat penting dalam proses hermeneutika teks Alkitab.

2) Latar Belakang Sosial Budaya Kota Korintus

Korintus merupakan sebuah kota kuno di selatan negeri Yunani, yang pada zaman Paulus ini merupakan kota metropolitan yang ada Yunani. Korintus adalah bandar yang besar. Perniagaannya ramai karena letaknya istimewa, yakni pada suatu tanah genting (sebuah daratan kecil yang menghubungkan dua daratan dan dibatasi oleh dua perairan). Sebelah-menyebelah terdapat pelabuhan yang baik, yaitu Kengkrea di sebelah timur dan Likaionia di sebelah barat. Korintus menjadi pusat perdagangan antara Italia dan Asia Barat.²⁷ Selaku tempat pertemuan, kota ini merupakan juga sarang rupa-rupa agama, baik yang asli Yunani, maupun yang asing: Afrodite, Serapis, Isis, Magna Mater (Ibunda Agung) semuanya mempunyai penganutnya di sini; dan yang disebut itu merupakan sebagian kecil dari segala

²⁷ M. E. Duyverman, 1985. *Pembimbing ke Dalam Perjanjian Baru*. BPK Gunung Mulia. Indonesia. Jakarta. Hal. 87.

dewata.²⁸ Letak tempat korintus yang sangat majemuk, menyebabkan berbagai macam aliran, kepercayaan dan agama ada di kota Korintus. Agama-agama yang berasal dari Roma dan Yunani, tetapi juga, malah terutama agama-agama yang berasal dari kawasan timur, khususnya dari mesir.²⁹ Ada kuil, untuk setiap dewa, yang sebagiannya penuh para pemuja.³⁰ Macam-macam aliran tersebar di Korintus dan kota itu terbuka untuk perkembangan, pembaharuan dan masa depan.

Terbukanya kota Korintus akan sebuah pembaharuan dan menerima aliran-aliran yang masuk, menyebabkan Penginjilan yang dilakukan oleh Paulus sangat cepat. Karena sebagian terbesar dari anggota jemaat adalah bukan orang Yahudi yang belum pernah dididik dalam Kitab Suci Perjanjian Lama, dan yang latar belakang religious serta moralnya sangat bertolak belakang dengan norma-norma kristiani, banyak hal yang harus diajarkan kepada mereka sebelum mereka mencapai kedewasaan rohani.³¹ Beberapa bagian surat-surat Paulus memang ditulis dengan rasa jengkel dan malah hati yang panas. Dan

²⁸ Ibid.

²⁹ C. Groenen Ofm. 1993. *Pengantar ke Dalam Perjanjian Baru* Kanisius. Indonesia. Yogyakarta. Hal 227.

³⁰ Willi Marxsen. 1996. *Pengantar Perjanjian Baru: Pendekatan Kritis Terhadap Masalah-masalahnya*. BPK Gunung Mulia. Indonesia Jakarta. Hal. 82.

³¹ Merrill C. Tenney. 1992. *Survei Perjanjian Baru*. Gandum Mas. Indonesia Malang. Hal. 365.

juga suasana hati Paulus itu menimbulkan kesulitan bagi kita untuk memahami apa yang ditulis Paulus, kadang-kadang tergesa-gesa. Dalam 1 Korintus 5:9 disinggung bahwa Paulus menulis sepucuk surat yang rupanya cukup tergesa-gesa sehingga akhirnya gagal dipahami jemaat, sehingga Paulus berusaha untuk memperbaiki dan menjelaskan ulang apa yang sebenarnya ia maksudkan.³²

Dalam hal kerohanian, kota Korintus menjadi tempat yang baik untuk penyebaran ajaran-ajaran sesat yang dibawa orang Yahudi, orang Yunani, dan orang Timur. F.F. Bruce dalam buku, “Tafsiran Alkitab Masa Kini Jilid 3 – 1 Korintus” menyatakan orang Korintus memiliki latar belakang pendidikan sangat menyukai ajaran filsafat seperti Epikuros dan Stoa. Ajaran Epikuros ialah menyatakan kebaikan tertinggi untuk mencari kesenangan dan kepuasan manusia. Ajaran filsafat Stoa menyatakan kebaikan tertinggi ialah mencukupkan kebutuhan diri sendiri (manusia). William Barclay, dalam buku, “Duta bagi Kristus, Latar Belakang Peta Perjalanan Paulus”, menuliskan bahwa Epikuros menekankan tujuan akhir dari hidup ialah hanya kesenangan saja. Sedangkan ajaran Stoa menekankan segala sesuatu di dunia ini sesungguhnya adalah Allah. Sebagai tempat yang ramai dikunjungi pendatang tidak tertutup kemungkinan masuknya pengaruh

³² Ibid.

budaya luar dan kesusilaan bebas yang dibawa para pendatang ke Korintus.³³ Sependapat dengan ajaran Stoa, bahwa akhir kehidupan seorang Kristen memiliki tujuan pada Allah, karena dari awal kehidupan hingga kematian, semuanya tertuju kepada Allah, walaupun banyak pengaruh dalam kehidupan, tetapi kehidupan orang Kristen harus tertuju dari, oleh, dan kepada Allah saja.

3) Penulis dan Pembaca

Surat ini ditulis oleh Paulus, mungkin di antara tahun 57 dan 58 sesudah Kristus.³⁴ Agaknya Paulus sudah memberitakan injil di Korintus sekitar tahun 41 masehi. Waktu itu Paulus sendiri belum lama masuk kristen (tahun 33 masehi). Ia memberitakan Injil dan mendirikan jemaat Korintus (bdk. 1Kor 3:8, 4:15). Sekitar tahun 51 masehi. Barulah Paulus kembali ke Korintus untuk jangka waktu cukup lama.³⁵ Kira-kira tiga tahun setelah berangkatnya Paulus dari Korintus, yakni tatkala ia berada di Efesus, lebih kurang 370 km di sebelah timur, di seberang laut Aigia, pada waktu ia melakukan pekerjaannya yang paling menakjubkan dalam riwayat hidupnya yang mentakjubkan, maka datanglah suatu utusan dari pemimpin-pemimpin jemaat Korintus untuk

³³ William Barclay. 2004, *Duta Bagi Kristus: Latar Belakang Peta Perjalanan Paulus*. BPK Gunung Mulia. Indonesia. Hal 50

³⁴ Howard M. Gering 1992., *Analisa Alkitab* Yayasan Pekabaran Injil "IMANUEL", Indonesia. Jakarta. Hal 64.

³⁵ C. Groenen Ofm. 1993, *Pengantar ke Dalam Perjanjian Baru*. Kanisius, Indonesia Yogyakarta. Hal. 228.

menjumpai Paulus di Efesus guna memperbincang-bincangkan pelbagai masalah dan kekacauan dan kesulitan-kesulitan yang telah timbul dalam jemaat itu. Lalu Paulus menyusun surat ini.³⁶ Jemaat Korintus jatuh dalam berbagai masalah yang ditimbulkan oleh pengaruh lingkungan kafir di sekitar mereka.³⁷ Perdebatan dan pertentangan terjadi di tengah-tengah jemaat Korintus, karena mereka adalah orang-orang yang keras. Karena itu, bermacam-macam masalah yang dihadapi Paulus dalam 1 Korintus dapat ditafsirkan dalam terang maksud yang mendasarinya yakni, menghalau pengaruh Gnostik yang telah menyerap ke dalam gereja di Korintus. Maka jangan heran bila banyak sekali nasihat dan teguran yang disampaikan oleh Paulus melalui surat ini.

4) Latar Belakang, Tujuan Penulisan, dan Tema

Pertama Korintus adalah yang paling bervariasi dalam isi maupun gayanya di antara surat-surat Paulus yang lainnya. Topik pembicaraannya berkisar dari perpecahan di dalam jemaat hingga keuangan dan dari tata karma gereja hingga kebangkitan.³⁸ Sebab itu kata-kata yang keras dan tajam itu Paulus tujukan kepada mereka yang membuat perpecahan di antara anak-anak Tuhan di sana. Begitu hebat

³⁶ Henry H. Halle, 1965. *Penuntun ke Dalam Perjanjian Baru*, YAKIN. Indonesia. Surabaya. Hal 208.

³⁷ Donald Guthrie. 2010, *Pengantar Perjanjian Baru*, ed. Steve Hendra. Indonesia. Surabaya. Hal. 28.

³⁸ Merrill C. Tenney, 1992. *Survei Perjanjian Baru*. Gandum Mas Indonesia. Malang. Hal. 367.

ucapan Paulus sehingga ada di antara mereka yang kena hukum.³⁹ Paulus bertujuan mengajar dan menyatukan para jemaat Tuhan di Korintus yang memiliki perbedaan pandangan dan golongan. Pikiran inti surat ini ialah bahwa penebusan harus diterapkan dalam keadaan hidup sehari-hari.⁴⁰ Berdasarkan latar belakang dan tujuan penulisan, tema utama surat ini adalah masalah-masalah dalam gereja dan solusinya.⁴¹ Dalam keberagaman orang yang ada di Korintus, yang menyebabkan banyaknya masalah-masalah sosial. Hal inilah yang membuat Paulus menegur dengan keras, supaya mereka tidak terpecah-pecah dalam kehidupan sebagai anak – anak Tuhan.

5) Garis Besar Surat

1. Pendahuluan (1:1-9)
2. Pembahasan Masalah-Masalah (1:10-6:20)
 - 1) Perpecahan dalam Jemaat (1:10-4:21)
 - a. Empat Golongan (1:10-17)
 - b. Penyebab Perpecahan (1:18-4:5)
 - Suatu Pandangan yang Salah Mengenai Hikmat (1Kor 1:18-3:4).

³⁹ Howard M. Gering. 1992. *Analisa Alkitab*. Yayasan Pekabaran Injil “IMANUEL”. Indonesia. Jakarta. Hal 65.

⁴⁰ Walter M. Dunnett. 1984, *Pengantar Perjanjian Baru*, Gandum Mas. Indonesia. Malang. Hal. 54.

⁴¹ Ibid.

- Suatu Pandangan yang Salah Mengenai Pelayanan Kristen (1Kor 3:5-4:5).
- c. Imbauan untuk Berdamai (1Kor 4:6-21).
- 2) Masalah-Masalah Moral dalam Jemaat (5:1-6:20)
 - a. Masalah Perzinaan dan Disiplin Gereja (5:1-13).
 - b. Masalah Perkara-Perkara Hukum Sekular di Antara Orang-Orang Kristen (6:1-11).
 - c. Masalah Kebejatan Seksual (6:12-20).
- 3. Jawaban Terhadap Pertanyaan yang Ditulis Dalam Surat dari Jemaat Korintus (1Kor 7:1-16:9)
 - 1) Pertanyaan Mengenai Perkawinan (7:1-40)
 - a. Perkawinan dan Hal Hidup Membujang (7:1-9).
 - b. Tanggung Jawab Kristen dalam Perkawinan (7:10-16).
 - c. Prinsip Kepuasan Hati (7:17-24).
 - d. Nasihat kepada Orang yang Tidak Menikah (7:25-38).
 - e. Pengarahan Tentang Nikah Ulang (7:39-40).
 - 2) Pertanyaan Mengenai Penggunaan Kemerdekaan Kristen (8:1-11:1)
 - a. Masalah Makanan yang Dipersembahkan kepada Berhala (8:1-13).
 - b. Disiplin Paulus dalam Menggunakan Kemerdekaannya (9:1-27).

- c. Peringatan Terhadap Percaya Diri yang Berlebih-lebihan (10:1-13).
 - d. Ketidaksesuaian Pesta Penyembahan Berhala dengan Meja Tuhan (10:14-23).
 - e. Beberapa Prinsip Umum dan Nasihat Praktis (10:24-11:1).
- 3) Pertanyaan Mengenai Ibadah Bersama (11:2-14:40)
- a. Tudung Kepala Wanita dalam Jemaat (11:2-16).
 - b. Sikap dalam Mengikuti Perjamuan Tuhan (11:17-34).
 - c. Karunia-Karunia Rohani (12:1-14:40).
- 4) Pertanyaan Mengenai Kebangkitan (15:1-58)
- Bagaimana Mungkin Ada Orang yang Mengatakan Bahwa Tidak Ada Kebangkitan Orang Mati? (15:12).
- 5) Kepastian Kebangkitan (15:1-34)
- Bagaimanakah Orang Mati Dibangkitkan? Dan dengan Tubuh Apakah Mereka Akan Datang Kembali? (15:35)
- 6) Sifat Tubuh Kebangkitan (15:35-57)
- Kesimpulan Terhadap Pertanyaan Itu (15:58)
- 7) Pertanyaan Mengenai Pengumpulan Uang bagi Orang Kudus (16:1-9).
- D. Pengarahan-Pengarahan Akhir (16:10-24)

6) Pandangan Para Ahli Terhadap 1 Korintus 9:19-22

Bagian ini peneliti akan menjelaskan tentang pandangan dari para ahli terhadap 1 Korintus 9:19-22. Tentu dengan mencari tahu pandangan para ahli akan memudahkan manusia untuk mengerti dan memahami setiap konteks yang dibicarakan dalam suatu kebenaran firman Tuhan. Kitab 1 Korintus 9:19-22, tentu menjelaskan secara eksplisit tentang suatu pelayanan yang dilakukan oleh salah seorang rasul Kristus, yaitu Paulus. Maka itu dengan memahami setiap pandangan yang dijelaskan oleh para ahli akan memudahkan setiap manusia khususnya hamba Tuhan untuk mengetahui suatu konsep yang telah dibentuk oleh Paulus dalam suatu pelayanan yang dilakukannya. Bruce Winter memberikan pandangannya terhadap pelayanan Paulus berdasarkan pada 1 Korintus 9:19-22, yaitu:

“Paulus lebih suka melayani semua orang agar ia boleh membuat sebanyak mungkin orang percaya kepada Kristus. Paulus adalah seorang misionaris lintas budaya *par excellence* (unggul) yang tidak diperhamba oleh peraturan dan kebiasaan. Kemampuannya menyesuaikan diri tampak dari kepekaannya ketika ia menyampaikan firman kepada orang Yahudi, meskipun ia tidak hidup di bawah hukum Taurat. Kepada orang bukan Yahudi, ia menyesuaikan diri dengan budaya mereka, baik dalam pemberitaan Injil (band. Kis. 17:22-31) maupun dalam pergaulan dengan mereka, dan bagi orang yang percaya takhyul, seperti Tuhan ia tidak memadamkan sumbu yang pudar nyalanya (Mat. 12:20). Penyajian Injil dan gaya hidupnya akan sesuai lintas budaya, inovatif dalam cara pendekatannya. Tindakannya hanya demi Injil saja, dan motivasinya adalah memperoleh bagian di dalamnya. Jelas Paulus adalah rasul yang merdeka. Mereka yang menyesuaikan hidupnya demi menyampaikan kabar baik adalah orang yang paling menikmati kebebasan yang

menyenangkan karena mereka melihat Injil itu memerdekakan orang lain.”⁴²

Dengan demikian, suatu pelayanan yang dilakukan oleh rasul Paulus tentu dapat dipahami dan dimengerti sebagai pelayanan secara lintas budaya (*interkultural*). Di mana, ia sendiri juga berusaha untuk dapat memahami suatu konteks dalam pelayanan setempat. Paulus juga melakukan berbagai pendekatan, strategi dalam misi, sehingga keberadaanya dan Injil pun dapat diterima dengan baik. Ia juga tidak membatasi dirinya dalam pemberitaan Injil yang dilakukan dalam pelayanannya. R. Dean Anderson juga memberikan pandangannya terhadap 1 Korintus 9:19-22, dengan suatu kesimpulannya, yaitu:

“Ilustrasi-ilustrasi pribadi Paulus ini menunjukkan betapa besar kasihnya yang penuh pengikaran diri, semuanya untuk memenangkan orang-orang yang belum percaya kepada Kristus. perilakunya yang penuh kasih ini dipakainya sebagai contoh untuk diteladani di dalam jemaat di Korintus, antara lain yang berhubungan dengan masalah-masalah yang dibahas Paulus dalam pasal 8. Hal ini mengingatkan secara langsung kepada perintah yang pertama dan yang agung kepada semua orang percaya, menurut kata yang dikutip Yesus, yaitu bahwa manusia seyogianya mengasihi Allah dengan segenap hati, jiwa, dan pikirannya.”⁴³

Oleh karena itu, dalam bagian ini peneliti dapat memberikan kesimpulan dari kedua pandangan para ahli terhadap 1 Korintus 9:19-22,

⁴² Bruce Winter, 2017. *Tafsiran Alkitab Abad ke-21 Jilid ke 3*. Yayasan Komunikasi Bina Kasih. Indonesia. Jakarta. Hal. 399-400.

⁴³ R. Dean Anderson. 2018, *Tafsiran Perjanjian Baru: Surat 1 Korintus*. Momentum. Indonesia. Surabaya. Hal. 204-205.

bahwa mereka mempunyai argumentasi yang tidak jauh berbeda mengenai suatu pelayanan yang telah dilakukan oleh rasul Paulus. Winter mengungkapkan bahwa pelayanan Paulus dilakukannya secara *interkultural*. Dan Anderson juga mempunyai pemahaman yang tentu tidak jauh berbeda seperti yang telah diungkapkan oleh Winter. Maka itu jelas bahwa 1 Korintus 9:19-22 secara teks-konteks membahas mengenai konsep interkultural Paulus. Pada akhirnya semuanya itu dilakukan oleh Paulus karena Injil Kristus.

7) Analisis 1 Korintus 9:19-22

Dalam ayat 19-22, terdapat strategi Paulus untuk mencapai tujuannya. Untuk dapat memenangkan sebanyak mungkin orang, Paulus menjadi seperti orang Yahudi bagi orang Ya-hudi, menjadi seperti orang yang hidup di bawah hukum Taurat bagi mereka yang hidup di bawah hukum Taurat, menjadi seperti orang yang hidup tidak dibawah hukum Taurat bagi mereka yang hidup tidak di bawah hukum Taurat, dan menjadi seperti orang yang lemah bagi mereka yang lemah. Kata “menjadi” pada ayat 20-22 berasal dari kata *Egenomen* yang memiliki kata dasar *ginomai*.⁴⁴ Dalam Perjanjian Baru, penentuan makna *ginomai* ditentukan oleh konteks di mana kata ini dipakai. Pada ayat 20, penggunaan kata *egenomen* lebih tepat diter-jemahkan dengan makna

⁴⁴ *Sabda (Old Versi Indonesia)* (Surakarta: Lembaga SABDA, 2013).

“mengubah natur menjadi.” Kata yang sama juga dipakai di dalam Kol. 1:23 “...egenomen ego diakonoi” (*I became a minister*).⁴⁵ Hal ini dilakukan Paulus sebagai usaha untuk memahami orang lain di dalam integritas injil dan bukanlah suatu ketidak-konsistenan. Apa yang dilakukan Paulus bukanlah menyesuaikan injil dengan pandangan pendengar tetapi lebih kepada bagaimana Paulus menjalin hubungan dan berperilaku diantara mereka dan memiliki kesempatan untuk membagikan berita injil. Bagi Paulus, di tengah-tengah orang yang memiliki karakteristik khusus seperti orang-orang Yahudi, lebih baik jika memilih untuk menjadi seperti orang-orang yang dilayani. Kata “menjadi seperti” bukanlah memfoto-copy. “Seperti”, itu sama dengan mirip, tapi tetap saja berbeda.⁴⁶

Pada ayat 20, dikatakan bagi orang Yahudi Paulus menjadi seperti Yahudi. Hal Ini menunjukkan bahwa Paulus memposisikan diri bukan sebagai orang Yahudi meskipun Paulus adalah keturunan Yahudi. Tetapi sejak menerima Yesus, Paulus adalah ciptaan baru dan menjadi pengikut Kristus dan bebas dari tuntutan hukum Taurat. Meskipun Paulus adalah orang Yahudi sejak dia menjadi pengikut Kristus dia tidak lagi perlu menjalani kehidupan Yahudi-nya seperti yang dahulu. Sebelum ia

⁴⁵ BGM Morpholog, *Word Analysis In Bible Works* 7, 2006.

⁴⁶ Hassan Susanto, 2003. *Perjanjian Baru Interlinear Yunani-Indonesia Dan Konkordasi Perjanjian Baru (PBIK) Jilid II*. Lembaga Alkitab Indonesia. Indonesia. Jakarta. Hal. 56.

menjadi pengikut Kristus. Sedangkan untuk orang Yuna-ni, Paulus membagi menjadi dua, yaitu orang-orang yang hidup di bawah hukum Taurat atau proselit dan orang-orang yang tidak hidup di bawah hukum Taurat.⁴⁷ Dan Paulus pun menjadi seperti orang yang dilayani supaya orang-orang Yunani ini percaya pada injil. Bukan hanya orang Yahudi dan Yunani, tetapi juga kepada orang yang lemah pun Paulus melakukan hal yang sama. Orang-orang yang lemah di sini adalah orang-orang belum percaya yang memiliki status sosial yang rendah. Disinilah terlihat dengan jelas bahwa kebebasan Paulus dari keterikatan dengan manusia mengijinkannya untuk melayani sebanyak mungkin orang.

Walaupun Paulus telah menyebut dirinya adalah orang yang bebas tetapi dia tetap memiliki keterikatan dengan hukum Kristus (1 Kor 9:21). Pernyataan ini disampaikan Paulus berdampingan dengan frasa “orang-orang yang hidup tidak dibawah hukum Taurat.” Hal ini dinyatakan supaya tidak ada kesalahpahaman dari jemaat di Korintus tentang “Paulus menjadi seperti mereka yang tidak hidup di bawah hukum Taurat.” Isu hidup tanpa moral dapat men-terjemahkan kata *anomoi* yang dipakai oleh Paulus, padahal maksudnya tidaklah demikian. Oleh karena itu hidupnya ada di bawah hukum Kristus. Di sini terlihat jelas bahwa sesungguhnya Paulus bukanlah orang yang anti dengan hukum Allah sebab Paulus

⁴⁷ Phill Parshall, *Penginjilan Muslim: Pendekatan-Pendekatan Kontemporer Pada Kontekstualisasi*, 2nd ed., n.d., 44.

sendiri adalah pribadi yang hidup di dalam kekudusan dan kebaikan, tetapi Paulus anti dengan pemakaian hukum untuk menghalang-halangi seseorang datang kepada Tuhan. Ini juga berarti bahwa fleksibilitas yang dilakukan oleh Paulus tidak ada kaitannya dengan standar moral. Paulus sama sekali tidak berkompromi dengan dosa di dalam pergaulan dengan orang-orang Yunani.⁴⁸ Rasul Paulus merincikan beberapa contoh, di mana ia menjadikan diri hamba dari semua orang.

(a) Rela Menyesuaikan Diri

Rela menyesuaikan diri dalam 1 Korintus 9:20-21, adalah strategi yang dipakai Paulus dalam menjangkau orang “menjadi seperti” menggunakan istilah Yunani *egenomen* (*egenomen*) yang diterjemahkan *became as* dalam KJV. Dalam ayat 20, bagi orang Yahudi dan orang-orang yang hidup di bawah hukum Taurat. Paulus menjadi seperti orang Yahudi, supaya Paulus dapat memenangkan orang-orang Yahudi tersebut. Walaupun Paulus menganggap hukum upacara simbolis sebagai kuk yang telah dilepaskan oleh Kristus. Namun, dalam banyak contoh Paulus tunduk kepada hukum Taurat itu. Misalnya Ketika Paulus mengirim Timotius ke tempat pelayanan kaum Yahudi oleh karena itu Timotius di sunat. Karena Timotius, bapak orang Yahudi sedangkan ibunya orang Yunani. Sebaliknya Ketika Titus di utus ke tempat

⁴⁸ Tim Sabda, *Tafsiran Matthew Henry*.

pelayanan dia tidak di sunat. Maksud dari hal itu supaya Paulus dapat memengaruhi orang-orang Yahudi. Tujuannya agar menghilangkan prasangka orang-orang Yahudi. Dan membujuk orang-orang Yahudi supaya mau mendengarkan Injil, dan memenangkannya bagi Kristus. Karena Paulus tidak melihat Mesias sebagai penghancur hukum Taurat, melainkan sebagai penggenap dari Hukum Taurat. Kebebasan di dalam Kristus menghancurkan semua keterikat budaya, dan hal itu dilakukan oleh Yesus dalam melayani orang Yahudi.

Pelayanan yang dilakukan oleh Paulus terhadap orang Yahudi, Wyclife mengatakan “perubahan di dalam metode, bukan perubahan moral.”⁴⁹ Maksudnya di manapun Paulus melakukan penginjilan bahwa ia berusaha mengikuti budaya setempat. Tujuannya agar ia diterima oleh orang Yahudi. Meskipun Paulus seorang rasul dan orang Yahudi, Paulus rela menjadi seorang hamba dan mengikuti hukum Taurat meskipun ia sudah di dalam Kristus. Bahwa Paulus mau mengikuti budaya-budaya orang yang dilayani tanpa menghakimi budaya mereka. Tetapi Paulus mau memahami budaya orang yang dilayani dan ia mau berusaha mencari kesamaannya.

⁴⁹ Kalis Stevanus Yonatan Alex Arifianto, 2020. ‘Membangun Kerukunan Antarumat Beragama Dan Implikasinya Bagi Misi Kristen’, *HUPERETES Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen*, Hal. 1.

Dalam ayat 21, mengatakan, “bagi orang yang hidup diluar hukum Taurat, sekalipun aku hidup di luar hukum Allah, karena aku hidup di bawah hukum Kristus.” Paulus ingin mengatakan bahwa ia sedang melayani Yunani (kafir). Karena orang Yunani tidak mau mempercayai hukum Taurat dan mereka juga bukan orang Yahudi. Dan bisa juga hal itu menunjukkan kepada bangsa-bangsain, baik yang telah mengikuti iman Kristen maupun yang tidak. Dan kepada orang-orang dari bangsa lain yang telah beriman kepada Kristus, Paulus bertingkah laku di antara orang-orang tersebut seperti orang yang tidak hidup di bawah hukum Taurat, seperti yang telah Paulus tegaskan dan jalankan, walaupun Paulus tidak bertindak seperti orang yang hidup di luar hukum Allah, tetapi hidup di bawah hukum Kristus.

Dengan metode atau strategi ini apakah Paulus seorang munafik ataupun “bunglon” yang tidak punya prinsip? Mengenai hal ini, Wiersbe menulis:

“Apakah Paulus bertingkah laku tidak konsekuen? Tentu saja tidak. Ia semata-mata menyesuaikan pendekatannya terhadap berbagai kelompok. Apabila anda membaca khotbah-khotbah dalam kitab Kisah Para rasul, Anda dapat melihat penyesuaiannya yang bijaksana ini. Apabila ia berkhotbah kepada orang-orang Yahudi, ia memulai dengan kehidupan nenek moyang dalam Perjanjian Lama. Tetapi, apabila ia berkhotbah kepada orang-orang non-Yahudi, ia memulai dengan Allah Sang Pencipta. Paulus tidak memiliki ‘persediaan khotbah’ untuk segala kesempatan.”⁵⁰

⁵⁰ Wiersbie Warren, 2001. *Hikmat Dalam Kristus*. Kalam Hidup. Indonesia. Bandung. Hal. 128

Paulus tidak akan melanggar hukum Kristus untuk menyenangkan atau menghibur orang lain. Namun, ia akan menyesuaikan diri dengan semua orang, sejauh itu tidak melanggar hukum Kristus, asal saja ia dapat memenangkan beberapa orang. Karena Injil sangat berharga bagi Paulus sehingga ia rela dan siap menjadi apapun jika itu demi Injil dan hal itu tidak bertentangan dengan firman Allah. Selain Injil sangat berharga bagi Paulus oleh karena itu bertanggung jawab untuk memberitakan Injil kepada orang-orang yang lain (belum percaya kepada Yesus).

(b) Memiliki Visi Untuk Memenangkan Jiwa

Visi adalah apa yang diimpikan, diciptakan, diharapkan untuk dicapai oleh pemimpin dan para pengikutnya.⁵¹ Visi itu akan menarik pemimpin dan pengikutnya ke arah masa depan. Dalam memberitakan Injil, penginjil ataupun misionaris haruslah memiliki visi untuk tujuan yang akan dicapai, yaitu memenangkan jiwa. Seperti peneliti sampaikan di atas, enam kali dalam paragraf ini Paulus menyatakan keinginannya untuk menjangkau yang terhilang. Dia mencapai yang terhilang dengan mengadaptasi metodenya sesuai dengan kelompok yang dia coba jangkau. Enam kali pernyataannya yang menunjukkan keinginannya untuk menjangkau yang terhilang, menggunakan kata Yunani yang berda. Lima Kali Paulus menggunakan kata *kerdaino* (memenangkan) dengan

⁵¹ <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3865740/perbedaan-visi-dan-misi-yang-perlu-kamu-ketahui-biar-nggak-keliru-jika-ditanya>, diakses pada tanggal 19 Juli.

perubahan bentuknya dan terakhir ia menggunakan kata *sozo* (menyelamatkan). Johnson menjelaskan menyelamatkan lebih kuat maknanya daripada memenangkan, tapi bukan berarti mengambil atau mendahului peran Allah.⁵² Kata ini juga dapat dimaknai sebagai keinginan Paulus yang kuat untuk membawa yang terlihang kepada keselamatan di dalam Yesus Kristus. Paulus sebagai seorang rasul memiliki visi dan tujuan yang sangat jelas yaitu memenangkan jiwa, membawa orang belum percaya kepada keselamatan di dalam Tuhan Yesus Kristus.

Dalam teori kepemimpinan, seorang pemimpin haruslah memiliki visi yaitu kemampuan untuk melihat kedepan, sehingga memiliki arah dan tujuan yang jelas. Menurut Desi Anwar, visi merupakan kemampuan untuk melihat pada inti, wawasan pandangan ke depan.⁵³ Visi menolong untuk membuat tujuan yang akan dicapai, sekaligus membantu menetapkan target. Rasul Paulus memiliki visi agar sedapat mungkin orang Yahudi ataupun bukan Yahudi dimenangkan atau diselamatkan. Untuk mencapai tujuan tersebut, Paulus bertindak memberitakan Injil kepada mereka dengan strategi. Kembali kepada William Carey, seorang

⁵² Lewis Johnson, "1 Korintus 9: 22," dalam *Tafsiran Alkitab Wycliffe*, ed. oleh Charles F. Pfeiffer dan Everett F. Harrison, vol. 3 Gandum Mas. Indonesia. Malang, Hal. 629.

⁵³ Dessy Anwar, 2001. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Karya Abditama. Indonesia. Surabaya. Hal. 589.

utusan Injil asal Inggris, memiliki visi memenangkan orang-orang India, dan benar-benar menyesuaikan diri, beradaptasi dengan orang-orang di India, sehingga dapat bertahan, memenangkan orang India, dan mendirikan gereja. Seorang pekabar injil pun juga harus memiliki visi untuk mencapai tujuannya, sehingga jelas yang menjadi gol penginjilannya. Ketika memiliki visi atau gol dari sebuah tujuan, maka itu dapat membuat bertahan. Paulus telah memberikan teladan yang sangat luar biasa, sebagai seorang rasul ia memiliki tujuan, untuk memenangkan yang terhilang. Kemanapun ia pergi, selalu ada beban dihatinya untuk memberitakan Injil, baik kepada orang Yahudi maupun orang bukan Yahudi. Dalam paragraf ini, secara konsisten menyatakan tujuannya untuk memenangkan dan menyelamatkan setiap orang yang belum percaya.

3. Generasi Z

Dalam perkembangan komunikasi di mana teknologi menjadi hal yang tidak dapat terpisahkan dalam kehidupan dunia modern kita mengenal beberapa generasi yang dikenal dalam teori generasi. Pembagian tersebut terkait dengan beberapa asumsi mengenai rentang waktu atau umur, juga terkait pengalaman sejarah yang sama. Definisi generasi secara teoritikal memang terkait dengan sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur, lokasi, pengalaman sejarah maupun kejadian dalam

diri individu tersebut.⁵⁴ Oblinger mencoba mengelompokan generasi kedalam 5 kategori utama, yakni:⁵⁵

- 1) *Matures*, yakni generasi yang memiliki angka kelahiran kurang dari tahun 1946.
- 2) *Baby Boomers*, yakni generasi yang lahir ditahun 1947-1964.
- 3) *Generation Xers* atau generasi X, yakni generasi yang lahir di tahun 1965-1980.
- 4) Gen-Y atau NetGen, yakni generasi yang memiliki angka kelahiran direntang tahun 1981-1995.
- 5) Post Millenials atau generasi Z, yang merupakan generasi dengan angka kelahiran direntang tahun 1995 hingga 2012, dan ciri-ciri generasi ini adalah masuk dalam kategori pribumi digital (*digital native*).

Hasil penelitian dari Bencsik & Machova pada tahun 2016 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara generasi Z dan generasi lainnya, yakni faktor utama yang menjadi pembeda adalah penguasaan informasi dan teknologi.⁵⁶ Bagi generasi Z informasi dan teknologi adalah hal yang sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari mereka. Generasi Net adalah generasi yang lahir setelah tahun 1995, atau lebih tepatnya setelah tahun 2000. Generasi ini lahir saat internet

⁵⁴ Lintang Citra Christiani dan Prinisia Nurul Ikasari, 2020. "Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa" *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media* Vol. 4 No. 2. Hal. 84-105.

⁵⁵ Ibid.

⁵⁶ Ibid.

mulai masuk dan berkembang pesat dalam kehidupan manusia. Generasi ini tidak mengenal masa saat telepon genggam belum diproduksi, saat mayoritas mainan sehari-hari masih tradisional. Hal ini baik secara langsung atau tidak langsung sangat berpengaruh pada perkembangan perilaku dan kepribadian diri generasi tersebut dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

A. Karakteristik Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang memang telah lahir di era serba canggih, era dimana internet merambah semua kalangan. Maka generasi Z disebut juga generasi NET. Generasi Z atau Gen NET sangat tergantung pada teknologi, berbakat menggunakan berbagai sarana informasi, tidak ada waktu tanpa smartphone dan selalu terhubung pada internet. Generasi Z bisa mendapat informasi apa saja dari gadget yang ada ditangannya. Generasi ini sebagian justru sudah memiliki penghasilan yang cukup besar. Don Tapscott menguraikan karakteristik generasi Z, sebagai berikut:

- 1) “Freedom” – Net Geners expect and demand freedom, choice and variety in all areas of their lives. Rather than finding a job after college and holding on to it, they keep looking for the right job. They want to live and work where and when they choose.
- 2) “Customization” – Previous generations accepted mass-produced products. Net Geners regularly customize their purchases and even their jobs.
- 3) “Scrutiny” – Having always been exposed to countless competing media channels, Net Geners almost instinctively scrutinize any information they encounter. They expose hoaxes quickly, and make short work of false pretenses. To communicate with Net Geners and to sell to them, you must be honest and open.

- 4) “Integrity” – Net Geners demand integrity. They expect companies to display honesty. They can forgive genuine mistakes, but not deception or harmful practices.
- 5) “Collaboration” – Members of previous generations sometimes swapped stories about work over a drink, but they did their actual work alone. Net Geners grew up collaborating; it is natural for them. Their collaboration goes beyond teamwork or social contributions, and often takes the form of co-creation (think Wikipedia).
- 6) “Entertainment” – Net Geners love to be entertained. They expect to take regular breaks from work to relax. In fact, they don’t even see clear lines between work and play; they want to have fun at work. That’s why Microsoft and Google put so many games online.
- 7) “Speed” – Net Geners are fluent users of texting and instant messaging, which are built on high-speed connections, so they expect everything to happen quickly. Their Internet connections and computers have become faster and faster. They want rapid answers, decisions and action. Slowness makes them bored, worried and irritated.
- 8) “Innovation” – All their lives, Net Geners have seen new products and technologies arrive in a steady stream of change. They expect change and want the best, latest toys.⁵⁷

Dengan karakteristik yang berbeda ini, maka generasi ini membutuhkan pendekatan yang berbeda pula. Remaja jaman sekarang disebut digital native, karena kecenderungan mereka untuk selalu bersentuhan dengan gawai (gadget) mereka setiap waktu. Remaja masa kini lebih bersifat skeptis dan sinis, menjunjung tinggi privasi, memiliki kemampuan *multitasking* yang hebat, ketergantungan pada teknologi, pola pikir yang sangat luas dan penuh kewaspadaan. Seharusnya generasi ini lebih cerdas dibanding generasi sebelumnya, namun banyak remaja justru mengalami adiksi (kecanduan). Dampaknya kurang sosialisasi, tidak fokus, dan kompetensi sosialnya sangat

⁵⁷ Don Tapscott, 2008. *Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World* (McGraw-Hill., 2008)

kurang.⁵⁸ Permasalahan generasi Z menuntut sikap semua pihak untuk proaktif menyelamatkan generasi ini.

B. Tantangan Generasi Z

Tantangan Generasi Z Revolusi industri 4.0 yang menitikberatkan pada pola digitalisasi dan otomasi disemua aspek kehidupan manusia, membawa dunia dalam pergerakan yang sangat cepat dengan berbagai perubahan yang sangat cepat. Generasi Z menghadapi tantangan perubahan yang sangat cepat tersebut. Gaya hidup baru yang serba internet, memungkinkan tantangan ini terjadi, yakni:

Pertama, tantangan perubahan Generasi Z hidup dalam era revolusi industri 4.0 dengan perubahan serba cepat dalam segala bidang. Setiap saat menghadapi perubahan, prediksi begitu cepat menjadi kedaluwarsa. Berbagai penemuan teknologi canggih menyediakan berbagai fasilitas untuk mengatasi kesulitan hidup sehari-hari agar semua lebih mudah. Pengalihan tenaga kerja manusia ke tenaga robot yang dirancang untuk efisiensi kerja dan pengendalian biaya produksi akan menyebabkan banyaknya peluang kerja yang tertutup. Kondisi ini sudah mulai terasa pada saat ini yang sudah mulai dibaca oleh generasi Z. Era revolusi industri 4.0 era teknologi serba canggih memfasilitasi kehidupan dengan berbagai kemudahan. Era ini membuat pergerakan dalam segala hal sangat cepat, dimana satu kemajuan akan disusul lagi dengan kemajuan baru dan begitu

⁵⁸ Ririn Nur Febriani, 2017. "Kenali Karakter Remaja Generasi Z," Pikiran Rakyat.Com, Bandung, Hal. 10.

seterusnya. Teknologi terus bergerak maju untuk mengatasi berbagai kesulitan untuk menemukan yang lebih mudah dan lebih baik. Teknologi canggih terus berkembang dan membuat teknologi yang terdahulu segera ditinggalkan. Salah satu ciri era revolusi industri 4.0 adalah perubahan yang sangat cepat dalam segala bidang. Perkembangan yang sangat cepat ini menuntut kualitas manusia yang juga dapat cepat mengikuti perkembangan, cepat beradaptasi dengan segala perkembangan baru agar terhindar dari ketinggalan dan depresi. Kondisi dunia yang stabil tidak ditemui di era ini, digantikan dunia yang berubah sangat cepat. Para pelaku bisnis dan dunia pendidikan harus memahami kondisi ini dan dapat membaca kebutuhan generasi ini dalam beberapa waktu di depan. Inilah tantangan generasi dan tantangan dunia pendidikan yang harus menghasilkan manusia pembelajar. Oleh karena itu para pendidik harus siap meninggalkan pola pendidikan jadul, dan pendidik siap menjadi manusia pembelajar, harus menerima, beradaptasi, dan mengikuti perubahan jaman. Siswa harus diajar untuk mampu memecahkan masalah, beradaptasi, kolaborasi, kepemimpinan dan kreatifitas serta inovasi. Pendidikan nantinya akan kembali pada hal-hal kemanusiaan mendasar seperti melatih soal rasa, berpikir kreatifitas, sikap kritis, kolaborasi, mengetahui benar salah dan karakter. Pendidik harus menciptakan manusia pesaing industri 4.0 yang sangat ketat. Selain dalam dunia pendidikan, dalam dunia pelayanan rohani juga memerlukan metode baru. Era ini dibutuhkan mental pelayan Tuhan yang cepat menyesuaikan diri dengan perubahan, tidak cepat puas dengan keadaan tetapi terus berusaha mencari tahu dan berinovasi.

Kedua, Tantangan pluralisme agama Indonesia adalah negara dengan pluralitas agama yang hidup berdampingan dengan rukun dibawah payung Pancasila dimana setiap orang menjalankan ibadah sesuai agama yang dianut. Pluralitas tidak menjadi masalah, tetapi pluralisme (paham yang menganggap semua agama sama dalam arti memiliki plus dan minusnya masing- masing) akan mengaburkan doktrin dan pengajaran. Dengan alasan toleransi berkembang sikap inklusifis yakni sikap Kristen yang mengakui pernyataan Allah yang final dalam Kristus/ percaya keselamatan dalam Yesus Kristus, tetapi juga mengakui adanya keselamatan pada agama-agama lain. Bahkan ada pemimpin organisasi gereja yang memberi pernyataan secara terus terang tentang paham tersebut. Ini adalah tantangan generasi Z jika gereja tidak memberikan pengajaran Alkitab dengan benar. Karakteristik generasi Z mendukung terciptanya pluralisme agama yang subur. Oleh karena pelayanan yang menjangkau bidang ini sangat diperlukan. Tantangan ini memerlukan jawaban doktrin alkitabiah.

Ketiga, Tantangan sulitnya mencari pekerjaan era teknologi canggih dengan *Artificial Intelligence* (kecerdasan buatan) yang bertebaran dipakai dalam seluruh bidang kehidupan didukung internet memfasilitasi semakin cepatnya perkembangan teknologi. Generasi Z diperhadapkan pada pilihan disrupting atau disrupted. Pilihan untuk bertarung memanfaatkan AI dapat memunculkan peluang, namun yang tidak akan menjadi pecundang karena sulitnya mencari pekerjaan. Profesi atau pekerjaan mereka (anak-anak generasi z yang sekarang duduk di Sekolah dasar) adalah pekerjaan yang belum ada pada masa lalu,

misalnya: Youtuber, gamer profesional, dropshiper online shop dan profesi-profesi lain yang berkaitan dengan kemajuan teknologi. Reza Oktovian seorang youtuber dan gamer berpenghasilan 5,6 miliar/ tahun, demikian juga Atta Halilintar yang sukses dengan chanel youtube nya. Jadi, diperkirakan 65% dari siswa Sekolah Dasar sekarang, akan memiliki pekerjaan yang belum ada sekarang. Berdasarkan penelitian McKinsey Global Institute pada 46 negara di seluruh dunia, ditemukan bahwa lebih dari 800 juta pekerjaan akan tergantikan oleh adanya automasi. Jadi, kemajuan teknologi merupakan peluang baru, namun juga tantangan tersendiri yang menuntut sikap positif untuk memenangkannya.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menekankan analisis proses berpikir secara induktif yang berkaitan dengan dinamika hubungan antar fenomena yang diamati dan senantiasa menggunakan logika ilmiah.⁵⁹ Sugiyono berpendapat masalah dalam penelitian kualitatif bersifat sementara, tentatif, dan berkembang atau berganti setelah peneliti berada di lapangan.⁶⁰ Sedangkan menurut Flick penelitian kualitatif ialah keterkaitan spesifik pada studi hubungan sosial yang berhubungan dengan fakta dari prualisasi dunia kehidupan.⁶¹

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif sebab hal pemberitaan injil adalah tentang memenangkan jiwa yang tidak bisa diukur dengan angka. Pemberitaan Injil menjelaskan bagaimana cara memenangkan jiwa kembali kepada Kristus meskipun memiliki jarak budaya sehingga akan lebih mudah jika dideskripsikan secara mendalam. Oleh karenanya penelitian ini lebih tepat menggunakan metode penelitian kualitatif.

⁵⁹ Imam Gunawan, 2014. *Metode Penelitian Kualitatif. Teori dan Praktik*, Bumi Aksara. Indonesia. Jakarta. Hal. 80.

⁶⁰ Ibid., 81.

⁶¹ Ibid.

B. Tempat Penelitian dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan yang beralamat di Jalan Putat Gede Selatan No. 2, Surabaya. Penelitian ini dilakukan selama 12 bulan sejak tanggal 20 Juli 2022 – 31 Juli 2022.

No	KEGIATAN	Bulan				
		Juli 2022	Agustus 2022	April 2023	Mei 2023	Juni 2023
1.	Penyusunan bab 1 (Pendahuluan)	V				
2.	Penyusunan bab 2 (kajian teoritik dari sumber kepustakaan)		V			
3.	Penyusunan bab 3 dan pengambilan data			V		
4.	Penyusunan bab 4 analisa data, penyusunan hasil penelitian dan bab 5 kesimpulan				V	
5.	Laporan penelitian					V

Tabel 1
Pelaksanaan Penelitian

Berdasarkan tabel di atas, penyusunan bab 1 dimulai pada bulan Juli 2022. Lalu pada bulan Agustus 2022 dilanjutkan riset pada sumber kepustakaan dan kajian teoritik. Pada bulan April 2023 peneliti mewawancara dan mengamati peran media Instagram dalam pemberitaan injil terhadap generasi Z di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CeraH Surabaya yang menjadi utama sebagai sampel atau informan. Dari hasil wawancara dan pengamatan tersebut, peneliti mengumpulkan data untuk dilakukan penelitian. Pada bulan Mei 2023 memproses

Analisa data dan penyerahan hasil penelitian dan laporan penelitian pada bulan Juni 2023.

C. Informan

Informan dalam penelitian kualitatif yaitu informan penelitian yang memahami informasi tentang objek penelitian. Informan yang dipilih harus memiliki kriteria agar informasi yang didapatkan bermanfaat untuk penelitian yang dilakukan. Terdapat kriteria-kriteria untuk menentukan informan penelitian yang dikatakan oleh para ahli. Menurut Spradley informan harus memiliki beberapa kriteria yang harus dipertimbangkan, yaitu:⁶² (1) Informan yang intensif menyatu dengan suatu kegiatan atau medan aktivitas yang menjadi sasaran atau perhatian penelitian dan ini biasanya ditandai oleh kemampuan memberikan informasi diluar kepala tentang sesuatu yang ditanyakan. (2) Informan masih terikat secara penuh serta aktif pada lingkungan dan kegiatan yang menjadi sasaran penelitian. (3) Informan mempunyai cukup banyak waktu dan kesempatan untuk dimintai informasi. (4) Informan yang dalam memberikan informasi tidak cenderung diolah atau dikemas terlebih dahulu dan mereka relatif masih lugu dalam memberikan informasi.

Berdasarkan kriteria informan yang dikatakan oleh Spradley di atas, peneliti menentukan informan yang memenuhi kriteria tersebut. Informan yang peneliti tentukan merupakan generasi Z jemaat Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan

⁶² Moleong, *op. cit.*, 165.

Cerah Surabaya yang memiliki pemahaman dan pengalaman tentang objek penelitian ini.

Dalam pelaksanaannya penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik memperoleh informan penelitian seperti itu digunakan karena peneliti menentukan pengambilan informan dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.⁶³ Untuk itu, peneliti menentukan informan penelitian dalam penelitian ini berjumlah enam orang yang memenuhi kriteria yang mendukung atau sesuai dengan penelitian.

D. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data

Teknik dan prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini disesuaikan dengan fokus dan tujuan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, sumber data dipilih dan mengutamakan perspektif emic, artinya mementingkan pandangan informan, yakni bagaimana mereka memandang dan menafsirkan fenomena yang terjadi.⁶⁴ Untuk memperoleh data yang akan diteliti dari populasi yang digunakan, peneliti menggunakan beberapa instrumen pernyataan yang berkisar pemberitaan injil dan media Instagram. Dalam hal ini, peneliti menyusun terlebih dahulu daftar pertanyaan yang akan dijawab oleh responden. Pertanyaan-pertanyaan tersebut disusun berdasarkan sub fokus penelitian yang peneliti tetapkan.

E. Narasumber

⁶³ Burhan Bungin, 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*, Raja Grafindo Persada. Indonesia. Jakarta. Hal. 75.

⁶⁴ Sugiyono, 2014. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta. Bandung. Hal 206.

Proses pemilihan dan penetapan anggota yang diwawancarai berdasarkan izin dari informan yang dipilih dan pemimpin komunitas tersebut. Peneliti akan menyertakan surat penelitian dari Sekolah Tinggi Teologi Happy Family dalam permohonan peneliti melakukan penelitian di komunitas tersebut. Metode ini merupakan landasan dari metode observasi yang juga akan peneliti gunakan. Dengan wawancara tersebut peneliti dapat mengetahui tentang pemahaman informan mengenai peran media Instagram dalam pemberitaan Injil terhadap generasi Z berdasarkan teladan Paulus dalam surat 1 Korintus 9:19-23 di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah, Surabaya. Dengan demikian, peneliti dapat mencapai sasaran yang diharapkan dalam penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Dalam proses pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data dalam penelitian tesis ini, yaitu metode wawancara (*interview*) dan metode observasi (pengamatan). Metode wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan mengadakan komunikasi secara langsung dengan subjek atau responden.⁶⁵ Dalam hal ini peneliti mengadakan wawancara terstruktur dan wawancara mendalam. Dalam wawancara terstruktur, peneliti menyusun secara rinci terlebih dahulu pokok-pokok persoalan yang sesuai dengan sub fokus penelitian yang akan peneliti tanyakan kepada narasumber atau informan. Wawancara mendalam (*indepth interview*) yaitu teknik mengumpulkan data yang dilakukan dengan mengadakan tanya jawab langsung kepada subjek atau informan

⁶⁵ Yatim Riyanto, 2001. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, SIC. Indonesia. Surabaya. Hal. 82.

penelitian. Peneliti dalam hal ini mempersiapkan daftar pertanyaan yang relevan dengan tujuan penelitian yang berkaitan dengan penyelaman dan komunikasi nonverbal penyelam. Wawancara dilakukan kepada beberapa informan yang termasuk generasi Z di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya yang telah ditentukan dengan menggunakan daftar pertanyaan. Dalam proses wawancara, peneliti merekam atau dan mencatat hasil jawaban yang diberikan oleh informan.

G. Prosedur Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.⁶⁶ Analisis data menurut Patton adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori dan satuan uraian dasar.⁶⁷

Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi. Data bisa saja dikumpulkan dalam aneka macam cara (observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman) dan biasanya diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan

⁶⁶ Wahyu Wijati, 2018. *Diktat Metodologi Penelitian*, Sekolah Tinggi Teologi Happy Family. Indonesia. Surabaya, Hal. 32.

⁶⁷ Moleong, *op. cit.*, 103.

(melalui pencatatan, pengetikan, penyuntingan, atau alih-tulis), tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bantu analisis. Adapun teknik analisis data kualitatif dilakukan dengan tahap sebagai berikut:

H. Pengumpulan Data

Selama kegiatan wawancara, peneliti melakukan pengumpulan data dari hasil wawancara dan pengamatan. Peneliti sebagai instrumen kunci dalam pengumpulan data ini.⁶⁸ Peneliti memperpanjang keikutsertaan di lapangan sehingga semakin banyak data yang diperoleh. Selain itu, peneliti juga memperoleh data yang bervariasi. Data yang berhasil dikumpulkan kemudian dikelompokkan berdasarkan satuan-satuan analisis lainnya. Selanjutnya, hasil analisis dimasukkan ke dalam jenis data yang saling berkaitan antara data yang satu dengan data yang lainnya.

I. Reduksi Data

Reduksi data yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian dan penyederhanaan, pengabstrakkan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Berkenaan dengan hal ini, peneliti menguji kelayakan data yang diperoleh dengan memilih data yang benar-benar dibutuhkan dalam penelitian ini. Kegiatan reduksi data berlangsung terus-menerus, terutama selama proyek yang berorientasi kualitatif berlangsung atau selama pengumpulan

⁶⁸ Widjanadi, *op. cit.*, 31.

data.⁶⁹ Selama pengumpulan data berlangsung, terjadi tahapan reduksi, yaitu membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, dan menulis memo. Reduksi data atau proses transformasi ini berlanjut terus sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun.

J. Penyajian Data

Penyajian data dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang disesuaikan dan diklarifikasi untuk mempermudah peneliti dalam menguasai data dan tidak terbenam dalam setumpuk data. Penyajian data merupakan kegiatan terpenting yang kedua dalam penelitian kualitatif. Penyajian data yaitu sebagai sekumpulan informasi yang tersusun memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.⁷⁰ Penyajian data dalam kualitatif sekarang ini juga dapat dilakukan dalam berbagai jenis matriks, grafik, jaringan, dan bagan. Semuanya dirancang untuk menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu padan dan mudah diraih. Jadi, penyajian data merupakan bagian dari analisis.

K. Verifikasi Data

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan cermat dengan melakukan verifikasi berupa tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan sehingga data-data yang ada telah diuji validitasnya. Dengan demikian, peneliti akan memperoleh kesimpulan yang jelas kebenaran dan kegunaannya. Ketika kegiatan pengumpulan

⁶⁹ Sugiyono, *op. cit.*, 247.

⁷⁰ Ulber Silalahi, 2009. *Metode Penelitian Sosial*, Refika Aditama. Indonesia. Jakarta. Hal. 340.

data dilakukan, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi.⁷¹ Kesimpulan yang mula-mulanya belum jelas akan meningkat menjadi lebih terperinci. Kesimpulan-kesimpulan “final” akan muncul bergantung pada besarnya kumpulan-kumpulan catatan lapangan, pengkodeannya, penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang digunakan, kecakapan peneliti, dan tuntutan pemberi dana, tetapi sering kali kesimpulan itu telah sering dirumuskan sebelumnya sejak awal.

L. Pengujian Keabsahan Data

Sebagai langkah akhir dari metodologi penelitian yang peneliti gunakan, peneliti akan menguji keabsahan data yang telah di analisa tersebut. Menurut Moleong, pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif.⁷² Pengujian keabsahan data perlu supaya hasil penelitian ini benar-benar dapat dipertanggungjawabkan. Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data. Adapun uji keabsahan data yang dapat dilaksanakan adalah sebagai berikut:

⁷¹ Sugiyono, *op. cit.*, 252.

⁷² Moleong, *op. cit.*, 320.

1. Uji Kepercayaan (*Credibility*)

Uji kepercayaan disebut juga uji kredibilitas. Uji kepercayaan adalah pengujian terhadap data hasil penelitian yang disajikan oleh peneliti agar hasil penelitian yang dilakukan tidak meragukan sebagai sebuah karya ilmiah dilakukan. Perpanjangan pengamatan dapat meningkatkan kredibilitas/ kepercayaan data. Dengan perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang ditemui maupun sumber data yang lebih baru. Perpanjangan pengamatan berarti hubungan antara peneliti dengan sumber akan semakin terjalin, semakin akrab, semakin terbuka, saling timbul kepercayaan, sehingga informasi yang diperoleh semakin banyak dan lengkap.

Perpanjangan pengamatan untuk menguji kredibilitas data penelitian difokuskan pada pengujian terhadap data yang telah diperoleh. Data yang diperoleh setelah dicek kembali ke lapangan benar atau tidak, ada perubahan atau masih tetap. Setelah dicek kembali ke lapangan data yang telah diperoleh sudah dapat dipertanggungjawabkan atau benar berarti kredibel, maka perpanjangan pengamatan perlu diakhiri.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan perpanjangan pengamatan. Peneliti melakukan pengamatan terhadap informan pada waktu wawancara berlangsung dan dalam kehidupan pergaulan informan sehari-hari. Peneliti juga menjalin komunikasi dengan seluruh informan sehingga peneliti

memiliki hubungan yang dekat dengan informan. Dengan demikian, data yang peneliti peroleh bersifat kredibel.

2. Uji Keteralihan (*Transferability*)

Transferability merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi di mana sampel tersebut diambil.⁷³ Pertanyaan yang berkaitan dengan nilai transfer sampai saat ini masih dapat diterapkan/dipakai dalam situasi lain. Bagi peneliti nilai transfer sangat bergantung pada si pemakai, sehingga ketika penelitian dapat digunakan dalam konteks yang berbeda di situasi sosial yang berbeda validitas nilai transfer masih dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam hal ini, peneliti mencoba menerapkan hasil penelitian dalam komunitas generasi Z Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya berdasarkan teladan Paulus dalam surat 1 Korintus 9:19-22 di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah, Surabaya.. Hasil penelitian ini dapat diterapkan oleh informan yang tergabung dalam komunitas tersebut. Dengan demikian, data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dipercaya.

3. Uji Ketergantungan (*Dependability*)

Reliabilitas atau penelitian yang dapat dipercaya, dengan kata lain beberapa percobaan yang dilakukan selalu mendapatkan hasil yang sama. Penelitian yang *dependability* atau reliabilitas adalah penelitian apabila

⁷³ Sugiyono, *op. cit.*, 276.

penelitian yang dilakukan oleh orang lain dengan proses penelitian yang sama akan memperoleh hasil yang sama pula.

Pengujian *dependability* dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Dengan cara auditor yang independen atau pembimbing yang independen mengaudit keseluruhan aktivitas yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Misalnya bisa dimulai ketika bagaimana peneliti mulai menentukan masalah, terjun ke lapangan, memilih sumber data, melaksanakan analisis data, melakukan uji keabsahan data, sampai pada pembuatan laporan hasil pengamatan.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian ulang terhadap informan. Peneliti melakukan pengamatan berulang-ulang terhadap informan. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara ulang secara singkat terhadap informan. Sebagai hasilnya, data yang diperoleh oleh peneliti sama dengan penelitian sebelumnya.

4. Uji Kepastian (*Confirmability*)

Objektivitas pengujian kualitatif disebut juga dengan uji *confirmability* penelitian. Penelitian bisa dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati oleh lebih banyak orang. Penelitian kualitatif uji *confirmability* berarti menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan. Apabila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability*. Validitas atau keabsahan data adalah data yang tidak

berbeda antara data yang diperoleh oleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data yang telah disajikan dapat dipertanggungjawabkan.

Untuk pengujian kepastian, peneliti membandingkan hasil penelitian peneliti dengan hasil penelitian yang relevan. Hasil penelitian ini relevan dengan hasil penelitian orang lain dengan variabel yang sama. Dengan demikian, data penelitian ini bersifat objektif.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum peneliti menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan penelitian, peneliti akan mendeskripsikan terlebih dahulu latar tempat penelitian yang diteliti. Dimulai dari sejarah terbentuknya gereja, sampai berkembangnya Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CeraH Surabaya. Peneliti akan memberikan gambaran umum terlebih dahulu, lalu visi misi dari Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CeraH Surabaya.

Sesudah menjelaskan tentang latar tempat penelitian, peneliti akan menyajikan data-data yang sudah didapat. Peneliti sudah mendapatkan data-data berdasarkan tiga subfokus dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik wawancara terstruktur dan mendalam. Ada tiga subfokus yaitu, *Pertama*, Media Instagram dan Generasi Z. *Kedua*, Teladan Pemberitaan Injil Paulus dalam surat 1 Korintus 9:19-22. *Ketiga*, Peran Media Instagram dalam pemberitaan Injil terhadap generasi Z berdasarkan Teladan Paulus dalam surat 1 Korintus 9:19-22 di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CeraH Surabaya.

A. Gambaran Umum Tentang Latar Penelitian

1. Sejarah Gereja Kristen Perjanjaian Baru Masa Depan CeraH

Membicarakan tentang sejarah awal mula berdirinya Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CeraH (Gereja MDC) tentu tidak dapat dilepaskan dari figure sang *founding father*, yaitu Jerimia Rim. Jerimia Rim lahir pada 30 April 1952 di kota kecil di Jawa Timur yaitu Madiun. Jerimia

kecil tumbuh dengan baik meskipun harus kehilangan sang ayah tercinta yang dipanggil Tuhan di saat ia baru berusia 14 tahun. Setahun kemudian Tuhan bertemu secara pribadi dengannya, dan saat itulah hatinya berkobar bagi Yesus. Saat teman sebayanya menghabiskan waktu dengan bermain, Jeremia menerima visi bangsa-bangsa dari Tuhan. Pada usia 17 tahun beliau mulai melayani berkotbah di depan banyak orang.

Pada usia yang masih relatif muda, yakni 19 tahun, Jeremia Rim telah menyerahkan diri sepenuh waktu kepada Tuhan untuk dipakai sebagai hambaNya. Beliau tidak kuatir tentang masa depannya, karena percaya panggilan Tuhan jauh lebih penting dan Tuhan pasti akan mencukupkan. Mulai tahun 1972 beliau mulai berkotbah keliling ke berbagai kota dan desa bahkan sampai ke mancanegara. Negara pertama yang dilayani adalah Hongkong, tepatnya di kota Macao.

Tuhan membuka banyak pintu yang nampaknya mustahil untuk Injil diberitakan. Pelayanan beliau terus meluas mulai sampai ke Filipina, Taiwan, Hongkong, Korea, Jepang, Bangkok, Australia dan Amerika Serikat. Kembali ke tanah air, beliau mulai mengobarkan api kegerakan dengan mengadakan banyak gerakan anak muda seperti di Semarang, yang melahirkan hamba-hamba Tuhan seperti Jimmy Oentoro, Billy Sindoro, Petrus Agung Poernomo, dan lain-lain. Pada usia 27 tahun beliau bertemu dengan gadis pujaan hatinya, Meliani Buana, rekan pelayanannya. Mereka menikah 4 tahun kemudian saat usia kak Yer, demikian panggilan akrabnya, menginjak usia 31 tahun.

Pada 1986, Jerimia Rim mengadakan suatu KKR yang fenomenal saat itu, diadakan di Stadion Utama Senayan Jakarta, (kini Stadion Gelora Bung Karno). Menurut beberapa sumber, Jerimia adalah orang Indonesia pertama yang berkotbah di stadion terbesar di Indonesia itu. Beliau mengatakan bahwa jiwa-jiwa yang dilahirkan dari KKR selalu terkendala kurangnya bahkan tiadanya *follow up*. Mereka tidak punya tempat untuk bertumbuh. Suatu saat Tuhan memberikan visi bahwa seorang manusia boleh dilahirkan di manapun, di rumah sakit, di rumah, atau di tempat lain. Tapi untuk bertumbuh, mereka membutuhkan rumah.

Maka pada tahun 1983, Jerimia Rim bersama beberapa rekan lainnya, mendirikan Gereja MDC yang merupakan singkatan dari *Making Disciples for Christ*, dan membentuk sinode Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah atau GKPB MDC. Jerimia Rim meninggal di usia yang masih sangat muda yaitu di usia 41 tahun, tepatnya pada tanggal 17 Desember 1993 karena serangan stroke. Beliau meninggalkan seorang istri, Meliana Buana dan satu orang anak, Jeremy Lemuel Rim Jr.

2. Visi Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah

Visi Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah adalah:

- a. Menjangkau setiap orang dengan injil.
- b. Memuridkan mereka sesuai dengan amanat agung Tuhan Yesus Kristus.
- c. Mengutus setiap anggota jemaat menjadi saksi ditengah dunia.

- d. Membangun kehidupan Kekristenan dalam jemaat lokal menurut pola gereja mula - mula secara otentik seperti yang dicatat dalam kitab Perjanjian Baru.

3. Filosofi Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah

Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah memiliki 5 filosofi yang merupakan value yang wajib dihidupi setiap pemimpin, pekerja, dan jemaat. Kelima filosofi itu adalah:

- *The Lordship of Jesus Christ* (Ketuhanan Yesus Kristus).
- *Covenant Relationship* (Hubungan Ikat Janji).
- *Spirit of Excellence* (Melakukan Yang Terbaik).
- *Kingdom Mentality* (Mentalitas Kerajaan).
- *Servanthood* (Pengabdian).

4. Logo Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah



Gambar 1

Logo Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah

Logo Keluarga Masa Depan Cerah dengan figur burung rajawali ini menggambarkan tentang orang-orang yang berharap kepada Tuhan, akan mendapatkan kekuatan baru dari Tuhan, seperti ditulis dalam kitab nabi Yesaya, “Tetapi orang-orang yang menanti-nantikan TUHAN mendapat kekuatan baru,

mereka seumpama rajawali yang naik terbang dengan kekuatan sayapnya; mereka berlari dan tidak menjadi lesu, mereka berjalan dan tidak menjadi lelah” (Yes 40:31).

5. Perkembangan Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Saat Ini

Kini Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah berkembang pesat dengan bertumbuhnya gereja-gereja lokal di seluruh Indonesia, yang dibagi ke dalam beberapa regional, untuk memudahkan koordinasi dan pengembangan di masa yang akan datang. Adapun pembagian region sinode GKPB adalah sebagai berikut:

Regional Sumatera	
Gereja Lokal	Tebingtinggi
	Pangkalpinang
	Tanjungpinang
	Pekanbaru
	Palembang
	Binjai
	Rantauprapat
	Medan
	Metro Lampung
	Bandar Lampung
	Pematang Siantar
	Bangka Batam
Pos P.I.	Nias
	Padangsidempuan
	Kota Pinang

Tabel 2
Regional Sumatera

Regional Jawa Barat	
Gereja Lokal	Tasikmalaya
	Subang
	Kadipaten
	Purwakarta
	Karawang
	Garut
	Cirebon
	Cianjur
	Bogor
	Bandung

Tabel 3
Regional Jawa Barat

Regional Jabodetabek	
Gereja Lokal	Jakarta
	Tangerang
	Lippo Cikarang

Tabel 4
Regional Jabodetabek

Regional Jawa Tengah dan D.I. Yogyakarta	
Gereja Lokal	Magelang
	Muntilan
	Purwokerto
	Semarang
	Solo
	Yogyakarta

Tabel 5
Regional D.I.Yogyakarta

Regional Jawa Timur	
Gereja Lokal	Surabaya
	Tulungagung
	Madiun
	Sidoarjo
	Malang
	Kraksaan
	Jember6
	Jombang
	Kediri

Tabel 6
Regional Jawa Timur

Regional Bali, NTB dan NTT	
Gereja Lokal	Ruteng
	Tuapukan
	Sillu
	Kupang
	Denpasar
	Kuta
	Bone

Tabel 7
Regional Bali, NTB, dan NTT

Regional Kalimantan	
	Pontianak
Gereja Lokal	Balikpapan
	Banjarmasin
	Samarinda

Tabel 8
Regional Kalimantan

Regional Sulawesi, Ambon dan Papua	
Gereja Lokal	Galela
	Tual
	Tobelo
	Fak - fak
	Ambon
	Sorong
	Manado
	Makassar

Tabel 9
Regional Sulawesi, Ambon, dan Papua

Regional Singapura	
Gereja Lokal	Singapura

Tabel 10
Regional Singapura

Saat penelitian ini ditulis, Kepengurusan Majelis Pusat Sinode GKPB MDC periode 2022 – 2026 diketuai oleh Pdt. Jefrey Kurniawan (Samarinda) dengan Sekretaris Umum Pdt. Sanema Zadogo (Lampung).

6. Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah MDC Surabaya

Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya sejatinya adalah tempat awal bermulanya pergerakan anak muda yang akhirnya menjadi cikal bakal gereja yang berkembang sekarang ini. Meliputi beberapa gereja satelit, yaitu MDC Graha Pemulihan, MDC Ciputra World Mall, GLX Venue /Mall Galaxy, Citra Harmoni, Mojokerto, dan Kuta Bali, Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya terus berkembang dalam

berbagai segi, pelayanan kepada jemaat, dan tentunya yang terkait dengan penelitian ini, dalam segi pemuridan.

a. Jam Ibadah

Untuk jadwal Ibadah Minggu Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya satelit Graha Pemulihan yang berlokasi di jalan Putat Gede Selatan 2 Surabaya adalah sebagai berikut :

Ibadah Minggu	
Ibadah Umum, dan Ibadah Anak	07.30 - 09.15 WIB
	10.30 - 12.15 WIB

Tabel 11
Jadwal Ibadah Minggu MDC Graha Pemulihan

Ibadah Tengah Minggu	
Doa Pagi	Setiap hari Sabtu pukul 06.00 - 07.00 WIB
Doa Malam	Setiap hari Selasa pukul 18.30 - 20.00 WIB

Tabel 12
Jadwal Ibadah Tengah Minggu MDC Graha Pemulihan

Sedangkan jadwal ibadah Minggu di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya satelit Ciputra World, yang berlokasi di Ballroom Eighty Nine, Ciputra World Mall lantai 4 jalan Mayjen Sungkono nomor 89 adalah sebagai berikut :

Ibadah Minggu	
Ibadah Umum dan Ibadah Anak	09.00 - 10.30 WIB
	11.00 - 12.30 WIB
Ibadah Pemuda (MDC Youth usia 12-24 tahun)	13.00 - 15.00 WIB

Tabel 13
Jadwal Ibadah Minggu MDC Ciputra World

Sebenarnya masih ada beberapa lokasi gereja satelit yang lain, namun dalam penelitian ini peneliti membatasi hanya di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CeraH Surabaya satelit Graha Pemulihan dan Ciputra World Mall.

b. Kelompok Sel (CONTACT)

Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CeraH percaya bahwa untuk bertumbuh, kita harus berada di komunitas yang benar, yang saling mendukung dan membangun. Karena itu jemaat diarahkan untuk bergabung ke dalam kelompok-kelompok kecil yang dinamakan Contact (*Covenant in Action*). Menurut data dari majalah *Multiply*, majalah bulanan gereja MDC edisi bulan Agustus 2022, tercatat jumlah Contact sebagai berikut :⁷⁴

CONTACT di Gereja MDC Surabaya	
Satelit	Jumlah Contact
Graha Pemulihan dan Ciputra World	85
Galaxy Mall	23
Citra Harmoni	6
Manukan	4
Mojokerto	4
Kuta	4

Tabel 14
Jumlah Kelompok Sel (Contact) di Setiap Satelit

Contact-contact tersebut dibagi berdasarkan wilayah tempat tinggal dan kelompok umur jemaat, yakni :

⁷⁴ Majalah Multiply Edisi bulan Januari 2020.

Kelompok Umur dalam CONTACT		
Kelompok Umur	Keterangan	Usia
Pelajar	SMP atau SMA	12 - 18 tahun
Kuliah	Kuliah	18 - 22 tahun
Profesional Muda	Lulus Kuliah dan Masih Lajang	diatas 22 tahun
Keluarga Muda	baru menikah	26 - 40 tahun
Keluarga Senior	keluarga dengan anak dimulai usia SMP	41 - 99 tahun

Tabel 15
Pembagian kelompok umur dalam CONTACT

c. Pemberitaan Injil di Gereja MDC Surabaya

Pemuridan yang dilakukan oleh Gereja MDC Surabaya adalah sebuah perjalanan Jangkau, Bangun, dan Utus (JBU) yang terus berlangsung dan seharusnya juga menghasilkan perjalanan pemuridan orang-orang di sekitarnya. JBU sendiri adalah perjalanan seseorang dari sebelum berjumpa dengan injil, mengalami perjumpaan dengan injil, dibangun hidupnya oleh injil, sampai diutus menjadi pembawa berita injil kepada jiwa-jiwa. Pemberitaan Injil di Gereja MDC Surabaya biasa disebut dengan Jangkau. Gereja ini meyakini bahwa jiwa-jiwa begitu berharga di mata Tuhan Allah, sehingga mereka perlu mendengar injil dan sebagai murid Kristus harus menjangkau mereka yang terhilang dengan cara melibatkan diri secara sengaja dan strategis di dalam budaya setempat dan komunitas.

Penjangkauan dilakukan dengan dibagi menjadi dua program; (1) kepada suku-suku yang terabaikan atau biasa disebut *UUPGS (Unreached Unengaged People Group)*, dan (2) kepada masyarakat urban atau perkotaan.

Penjangkauan adalah sebuah gerakan untuk memudahkan akses injil kepada masyarakat umum. Gereja ini meyakini bahwa penjangkauan seharusnya menghasilkan media-media yang dapat memudahkan dan membuat masyarakat dapat mengenal pribadi Allah dan karya keselamatanNya.

Dalam pelaksanaannya, pelayanan penjangkauan akan menghabiskan beberapa waktu dalam persiapan mengenal konteks di dalam budaya setempat dan komunitas, baru setelah itu mereka akan diterjunkan ke lapangan.

1) Suku-suku Yang Terabaikan.

Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CERAH Surabaya meyakini bahwa banyak suku-suku dalam dunia ini yang berada dalam kondisi terbatas terhadap akses injil sehingga mereka dapat disebut sebagai suku-suku yang terabaikan. Terbatas dalam artian tidak pernah ada orang yang diutus untuk melayani suku tersebut. Hal ini kemudian yang menjadi kerinduan untuk menyiapkan misionaris langsung ke suku-suku yang terabaikan. Misionaris yang dikirim pun tidak sendirian melainkan 3-5 (tiga sampai lima) orang untuk diutus menjadi satu tim melayani satu suku. Mereka akan merintis, dan membangun media guna memudahkan akses injil. Sebagai contoh, tim tersebut membuat kursus bahasa inggris guna menarik, dan mencerdaskan orang-orang lokal, lalu kemudian mereka dapat menyampaikan pesan injil melaluinya.

Adapun program penjangkauan untuk suku-suku terabaikan atau *UUPGS* akan ada tim yang berkomitmen melayani selama 4 - 5 (empat sampai lima) tahun, dimana minimal enam bulan pertama calon misionaris

akan dipersiapkan baik *head* (kepandaian), *hand* (keterampilan), dan *heart* (hati), sambil melihat suku mana yang terbuka untuk dapat dilayani. Calon misionaris akan belajar tentang dasar-dasar iman kristen yang seharusnya dimiliki, dasar-dasar pemberitaan injil secara langsung, materi pemuridan yang bisa dilakukan disana, bahkan sampai bagaimana menghadapi masa sulit di tengah-tengah ladang misi.

2) Perkotaan (*Urban*)

Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CERAH Surabaya meyakini bahwa injil juga perlu terus menerus didengungkan bagi masyarakat di perkotaan. Tidak setiap orang di dalam kota telah mendengarkan dan mengerti betul injil, oleh sebab itu segala macam upaya memudahkan akses injil bagi masyarakat umum dilakukan. Beberapa hal yang dikumandangkan oleh Gereja MDC adalah pemberitaan injil melalui relasi personal di *market place*, melalui ibadah (datang ke Gereja), melalui komunitas kelompok sel atau biasa disebut CONTACT, melalui pelayanan edukasi dan sosial di tempat-tempat kumuh; seperti kawasan Dolly dan Joyoboyo, dan mulai terlibat aktif di dunia *online*.

Pelayanan penjangkauan ini melibatkan setiap jemaat secara aktif untuk memudahkan akses injil kepada masyarakat umum. Keberadaan mereka di *market place* menjadi kesaksian hidup bagaimana injil bekerja di dalam kehidupan bagi banyak orang. Oleh sebab itu gereja meyakini juga bahwa setiap jemaat harus dipersiapkan secara matang, dibangun kehidupannya oleh injil, maka gereja telah menyiapkan perjalanan kelas

pemuridan. Perjalanan kelas pemuridan di MDC Surabaya dari Pola Hidup Dalam Kerajaan Allah atau biasa disebut kelas DK (Dasar Kekristenan), kelas Pola Hidup Dalam Keluarga Allah atau biasa disebut kelas HB (Hidup Berjemaat), kelas Menjadikan Murid, dan kelas Memberdayakan Pemimpin. Kelas-kelas ini didesain sebagai perjalanan orang dari belum mengenal injil keselamatan melalui Yesus Kristus sampai akhirnya diutus menjadi pembawa berita injil di *market place*.

Jiwa-jiwa yang terjangkau nantinya akan diarahkan dan ditemani untuk masuk ke dalam komunitas kelompok sel, terlibat di dalam perjalanan kelas pemuridan, dan pelayanan.

B. Hasil Penelitian

Data dari hasil penelitian pada penelitian ini didapatkan melalui metode wawancara terstruktur dan mendalam yang sudah peneliti lakukan pada kurun waktu bulan Maret - April 2023. Seluruh informan yang peneliti wawancara adalah jemaat dengan usia Generasi Z di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya.

1. Subfokus 1: Media Instagram dan Generasi Z

a. Informan 1

Informan 1 menggunakan smartphone sejak berusia 19 tahun.⁷⁵ Berbagai aplikasi di smartphone sangat memudahkan untuk mengetahui berbagai informasi serta berkomunikasi dengan orang lain menurut informan. Smartphone informan terinstall beberapa aplikasi media seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, dan

⁷⁵ CL 1.

TikTok. Informan menggunakan aplikasi Instagram untuk keperluan akun pribadi dan untuk melakukan promosi usaha. Informan menggunakan aplikasi di smartphone setiap hari karena pekerjaan berhubungan dengan penjualan. Informan menggunakan Instagram untuk melihat *story*, mencari hiburan, dan *posting* foto untuk usaha.

b. Informan 2

Informan 2 menggunakan smartphone sejak berusia 10 tahun. Informan berpendapat bahwa kehadiran berbagai media sosial tidak baik karena seiring berjalannya waktu ada beberapa aplikasi media sosial yang memiliki dampak buruk bahkan muncul iklan-iklan yang tidak mendidik.⁷⁶ Informan menginstall beberapa aplikasi media sosial di smartphone-nya seperti Intagram, Whatsapp, Line, Facebook, Snapchat, dan TikTok. Informan menggunakan media Instagram untuk mengabadikan dan membagikan momen-momen yang dijalani, selain itu untuk menyimpan foto-foto.⁷⁷ Informan mengakui bahwa informan menggunakan media sosial 5 jam setiap hari. Selama waktu itu, informan scrolling reels di Instagramnya.

c. Informan 3

Informan 3 menggunakan smartphone sejak duduk di bangku SD. Dengan munculnya berbagai macam aplikasi media sosial di smartphone informan berpendapat bahwa ada hal yang buruk dan ada juga hal yang berguna atau

⁷⁶ CL 2.

⁷⁷ CL 2.

bermanfaat.⁷⁸ Informan mengaku hanya menggunakan media sosial Facebook dan Instagram di smartphone miliknya hingga saat ini. Informan menggunakan media sosial Instagram untuk melihat apa yang teman-teman dan keluarga lakukan setiap hari. Informan menggunakan smartphone 2-4 jam sehari. Biasanya informan scrolling reels, feed, dan melihat story di Instagram.

d. Informan 4

Informan mengaku menggunakan smartphone sejak berusia 8 tahun. Munculnya media sosial dalam smartphone membuka banyak kemungkinan mengenai dampak yang diberikan, entah itu positif maupun negatif. Dengan adanya aplikasi tersebut, orang-orang dapat berkomunikasi serta dapat mengekspresikan diri melalui media sosial tersebut. Namun, terkadang media sosial juga menyebabkan kecanduan terhadap para penggunanya, sehingga banyak di antara mereka yang lupa dengan kehidupan nyata yang jauh lebih penting.⁷⁹ Informan menggunakan beberapa media sosial di smartphone seperti Instagram, Tiktok, dan Twitter. Informan juga mengatakan bahwa penggunaan Instagram adalah untuk “mengisi waktu, mengetahui keadaan teman-temanku, interaksi sosial, berkomunikasi, sebagai hiburan, dan juga sebagai salah satu sarana untuk mengekspresikan keadaanku saat itu (meskipun sangat jarang).”⁸⁰ Jadi informan hanya menghabiskan waktu 1-2 jam sehari dalam penggunaan media sosial

⁷⁸ CL 3.

⁷⁹ CL 4.

⁸⁰ CL. 4.

Instagram. Biasanya informan melihat story teman-teman, hiburan, *scrolling feeds*, dan membaca informasi-informasi dalam Instagram.

e. Informan 5

Informan menggunakan smartphone ketika berusia sekitar 15 atau 16 tahun. Informan mengatakan kemunculan beberapa media sosial sangat baik, artinya orang-orang mengembangkan ilmu pengetahuan yang dimilikinya untuk menghasilkan sesuatu yang bisa berguna bagi banyak hal dan banyak orang.⁸¹ Informan pun menggunakan beberapa media sosial seperti Instagram, TikTok, Line, WhatsApp, Facebook, Twitter, YouTube, Pinterest, LinkedIn, dan Snapchat. Informan biasanya menggunakan media sosial Instagram sebagai media untuk membagikan dan mengabadikan momen dalam bentuk gambar, video, maupun tulisan kepada banyak orang. Instagram digunakan oleh informan setiap hari ketika ada waktu luang. Biasanya informan menggunakan Instagram untuk melihat story dan feeds postingan dari teman, kerabat, maupun idola. Mencari informasi, inspirasi, referensi terkait makanan/restoran/berita terkini, apa aja sih. Berkomunikasi dengan teman (terutama yang gak punya nomor Whatsappnya). Mencari hiburan dari story teman atau akun dagelan. Membagikan gambar/video/tulisan ke story/feeds, foto pake filter.

⁸¹ CL 5.

f. Informan 6

Informan menggunakan media sosial Instagram saat berusia 14 tahun.⁸² Menurut informan, media sosial sangat bermanfaat dan sangat menguntungkan apalagi banyak pengetahuan yang bisa didapatkan serta memudahkan dalam mencari informasi.⁸³ Informan menggunakan beberapa media sosial seperti Whatsapp, Instagram, Facebook, dan Tiktok. Informan biasanya menggunakan Instagram untuk berteman dan bersosialisasi dengan teman-teman. Informan mengaku menggunakan media sosial Instagram setiap hari sekitar 2-5 jam/hari. Biasanya informan melihat informasi terkini, melihat story orang lain, postingan orang lain, berbagi cerita melalui instagram, dan mencari inspirasi di Instagram.

2. Subfokus 2: Teladan Pemberitaan Injil Paulus dalam surat 1 Korintus 9:19-22

a. Informan 1

Informan juga menggunakan Instagram untuk mengakses konten rohani untuk untuk membaca ayat-ayat harian yang biasa muncul di Instagram. Meskipun demikian, informan mengakui tidak memiliki waktu yang konsisten untuk mengakses konten tohani hanya pada saat *scrolling* dan tiba-tiba muncul renungan firman Tuhan. Informan juga berpendapat bahwa media sosial Instagram sangat bisa digunakan sebagai media untuk memberitakan firman Tuhan. Informan mengatakan,” Sangat bisa, justru sangat cepat untuk bisa dilihat banyak orang.”⁸⁴

⁸² CL 6.

⁸³ Ibid.

⁸⁴ CL 1.

b. Informan 2

Ketika peneliti bertanya, “Apakah Anda menggunakan media sosial Instagram untuk mendengarkan firman Tuhan/Injil?” informan mengaku kadang-kadang. Namun informan juga mengakui bahwa informan sering mengakses konten-konten rohani melalui media sosial Instagram. Informan juga menambahkan bahwa media sosial Instagram dapat digunakan untuk memberitakan firman Tuhan kepada banyak orang.

c. Informan 3

Informan mengaku kadang-kadang melihat konten-konten rohani di media sosial Instagram dan tanpa sengaja juga muncul di feed atau reels pada saat *scrolling*. Lalu, pada saat konten-konten itu muncul Informan merasa bahwa konten-konten itu menjawab kebutuhannya. Informan berpendapat bahwa media sosial Instagram sangat bisa dan baik jika digunakan untuk memberitakan firman Tuhan, apalagi bila itu digunakan untuk mereka yang belum pernah mendengar kabar baik. Terbukti seorang saudara dari informan pernah ada yang mau bunuh diri, tetapi lalu ketika mendengar konten rohani di media sosial menjadi menerima Yesus Kristus sebagai Tuhan, dan juru selamat lalu mengurungkan niat bunuh diri.

d. Informan 4

Informan sangat jarang mengakses konten-konten rohani menggunakan Instagram. Biasanya informan melihat konten rohani secara tidak sengaja ketika konten rohani muncul di feeds/ reels, biasanya 1x seminggu saja. Informan berpendapat bahwa Instagram dapat digunakan untuk memberitakan Injil asalkan

orang yang melihat konten pemberitaan Injil tersebut telah memiliki niat untuk mengenalNya lebih dalam. Apabila tidak ada niat untuk mengenal/ mendengar mengenai InjilNya, maka susah bahkan mustahil sebab mereka bisa langsung saja scroll/ mengganti konten yang dilihat.

e. Informan 5

Informan mengatakan secara tidak langsung menyaksikan konten-konten rohani ketika melihat postingan teman/kerabat, atau pastor, atau akun-akun rohani lainnya. Informan mengaku jarang mencari konten rohani secara sengaja, tetapi lebih sering menyimak konten rohani yang lewat di feeds atau story, atau jika dikirim teman via DM. Informan berpendapat bahwa Instagram sangat efektif digunakan dalam pemberitaan Injil pada zaman sekarang. Melalui Instagram sangat mudah membagikan konten rohani, berita Injil baik di feeds maupun di story hingga reels. Selain itu, Instagram juga bisa menjangkau begitu banyak orang secara sengaja maupun tidak.

f. Informan 6

Informan mengatakan bahwa informan menggunakan media sosial Instagram untuk mendengarkan firman Tuhan/Injil. Informan bahkan sering sekali mengakses konten rohani melalui Instagram. Berkaitan dengan penggunaan Instagram untuk pemberitaan Injil, informan sangat setuju.

3. Subfokus 3: Peran Media Instagram dalam pemberitaan Injil terhadap generasi Z berdasarkan Teladan Paulus dalam surat 1 Korintus 9:19-22 di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya

a. Informan 1

Informan mengatakan bahwa Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya sejauh ini sudah menggunakan media sosial Instagram dengan maksimal dengan membuat postingan baik berupa recap ibadah, sermon quote, maupun juga cerita anak muda yang diubahkannya oleh injil. Informan juga melihat bahwa ketika setiap *post feed* maupun *story* telah dimaksimalkan penyebarannya dengan tag akun yang juga terlibat di dalam *post* tersebut sehingga mereka dapat melakukan *repost* di akun mereka masing-masing. Namun perlu meningkatkan konten-konten rohani yang menarik dan *fun* bagi generasi Z agar lebih banyak lagi jiwa-jiwa yang bisa mendengar injil.

b. Informan 2

Informan mengatakan bahwa Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya sejauh ini sudah berhasil menjadi salah satu akun media sosial Instagram yang memberitakan firman Tuhan, buktinya ada temannya yang tidak tahu tentang Yesus menjadi tahu, dan tertarik. Selain itu, informan juga memberikan saran untuk bisa dengan sering membuat konten yang seperti di Tiktok. Contoh: bermain kuis alkitab, membuat konten video berupa cuplikan ayat Alkitab yang didesain dan diberi *background* lagu rohani, membuat konten pujian penyembahan 1 menit.

c. Informan 3

Informan mengatakan bahwa Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya sejauh ini sudah menggunakan media sosial Instagram untuk

memberitakan firman Tuhan baik di Feed, Story, maupun Reels. Renungan harian yang diberikan setiap hari melalui *story* telah membantu informan untuk mengerti injil, dan apa yang injil kerjakan dalam kehidupannya. Bahkan itu memudahkan informan untuk membagikannya atau share kepada teman dekatnya. Menurut informan, akun media sosial instagram GKPb MDC dan MDC Youth dapat berkreasi lebih maksimal lagi dengan menghasilkan konten yang tidak saja berbobot tetapi juga menarik dan relevan bagi generasi muda dari jaman ke jaman.

d. Informan 4

Informan mengakui bahwa GKPb MDC telah menggunakan media sosial Instagram dalam pemberitaan Injil terutama melalui anggota-anggota gereja yang aktif dalam melakukan *repost*.⁸⁵ Pelaksanaan repost tersebut dapat menjangkau lebih banyak orang untuk melihat pemberitaan Injil yang dilakukan oleh GKPb MDC dan MDC Youth. Menurut informan, GKPb MDC telah melaksanakan pemberitaan Injil melalui instagram dengan aktif dan konsisten, dengan banyaknya renungan setiap hari dan pesan Allah setiap harinya. Namun, untuk MDC Youth, pemberitaan Injil perlu diperbanyak lagi dan dibuat relevan dengan anak-anak muda zaman sekarang. Mereka perlu lebih konsisten lagi dalam melaksanakan *posting* konten.

⁸⁵ CL 4.

e. Informan 5

Menurut informan, GKPb MDC dan MDC Youth Surabaya sudah konsisten dan baik dalam pemberitaan Injil melalui media sosial Instagram.⁸⁶ Mungkin tidak ada salahnya bila sesekali menggunakan fitur Instagram Ads agar konten-konten tersebut bisa sampai kepada jiwa-jiwa yang belum mengenal Yesus.

f. Informan 6

Menurut informan, GKPb MDC telah memanfaatkan Instagram untuk pemberitaan Injil khususnya dalam berbagi kebenaran firman Tuhan.⁸⁷ Informan juga memberi saran agar GKPb MDC mengembangkan penggunaan Instagram dalam pemberitaan Injil lebih lagi khususnya dalam konten konten rohani yang mendukung dan menarik untuk dibaca.

C. Pembahasan

1. Subfokus 1: Media Instagram dan Generasi Z

Seluruh informan menggunakan smartphone bahkan ada sejak duduk di bangku SD. Seluruh informan menggunakan Instagram dalam kesehariannya untuk berbagai aktivitas seperti melihat unggahan di feed atau story teman-temannya. Ada juga yang menggunakan Instagram untuk menjalankan usaha dan sekedar membaca informasi. Durasi yang dihabiskan untuk menggunakan Instagram juga beragam mulai dari 1 jam hingga 5 jam setiap harinya. Berdasarkan analisis peneliti, seluruh

⁸⁶ CL 5.

⁸⁷ CL 6.

informan tidak mengakses konten rohani di Instagram secara sengaja tetapi tanpa sengaja kalau konten rohani muncul di beranda Instagram mereka.

Media Instagram yang digunakan oleh Generasi Z tampaknya masih untuk rekreasi semata. Berdasarkan survei We Are Sosial menunjukkan Instagram menjadi platform media terfavorit bagi Generasi Z secara global pada April 2021.⁸⁸ Persentasenya bahkan jauh melampaui platform media lainnya, seperti Whatsapp dan Facebook. Bahkan generasi Z lebih senang berselancar untuk menemukan informasi di Instagram atau TikTok ketimbang Google. Media Instagram telah menjadi “teman dekat” generasi Z saat ini.

2. Subfokus 2: Teladan Pemberitaan Injil Paulus dalam Surat 1 Korintus 9:19-22

Paulus merupakan salah satu rasul Kristus yang mempunyai semangat dan keberanian dalam melakukan tugas pelayanannya. Ketika ia dalam perjalanan berkeliling memberitakan Injil, ia juga berusaha untuk mengunjungi mereka, bahkan ia sangat memberanikan dirinya untuk melakukan *interpersonal relationship* (Konseling). Hal ini dilakukan Paulus demi penyampain pemberitaan Injil Kristus. Salah satu hasil dari buah pelayanan Paulus dengan menggunakan bentuk konseling ialah kepala penjara di Filipi, pelayanan tersebut dilakukan oleh Paulus dan Silas rekan sekerjanya. Di mana, mereka berhasil menyakinkan kepala penjara untuk menerima Injil, bahkan semua keluarganya pun demikian. (Kis. 16:27-34). Tentu untuk melakukan bentuk-bentuk pelayanan sedemikian rupa

⁸⁸ Vika Azkiya Dihni, “Instagram, Media Sosial Favorit Generasi Z di Dunia” dalam databoks.katadata.co.id diakses pada tanggal 30 Agustus 2022.

tidaklah muda, mesti orang yang sudah siap menerima berbagai risiko dari setiap keputusan yang dibuatnya. Paulus merupakan seorang rasul yang sudah siap sedia dalam melakukan tugas panggilannya sebagai pengikut Kristus.

Seluruh informan mengatakan bahwa media Instagram dapat digunakan secara efektif dalam pemberitaan Injil bagi generasi Z. Sebagaimana Paulus menerapkan metode atau pendekatan yang relevan pada zamannya, para hamba Tuhan juga dapat menggunakan Instagram yang sesuai dengan zaman ini, khususnya untuk menjangkau generasi Z. Penggunaan media Instagram dalam pemberitaan Injil akan menjangkau generasi Z dari berbagai belahan dunia manapun tanpa batas ruang dan waktu lagi.

3. Subfokus 3: Peran Media Instagram dalam pemberitaan Injil terhadap Generasi Z Berdasarkan Teladan Paulus dalam Surat 1 Korintus 9:19-22 di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CERAH Surabaya

Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CERAH Surabaya telah menggunakan media Instagram dalam pemberitaan Injil. Dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih, menantang orang-orang percaya bahkan terlebih-lebih para pelayan Tuhan untuk memanfaatkan teknologi sebagai sarana dalam memberitakan Injil Tuhan bagi dunia. Pada Prinsipnya teknologi yang semakin pesat ini memberi peluang bagi orang-orang percaya secara khusus kepada para pelayan Tuhan dalam memberitakan Injil kepada orang-orang yang belum percaya dan belum menerima Kristus di dalam hidupnya sebagai Tuhan dan Juruselamatnya. Dalam kemajuan teknologi ini dibutuhkan yang namanya kreatifitas seorang pelayan Tuhan agar media yang ada

dapat dimanfaatkan dengan baik, khususnya dalam menyampaikan Injil Tuhan kepada dunia.

Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CERAH Surabaya memiliki beberapa akun instagram resmi diantaranya @mdc.surabaya dan @mdc__y (untuk pemuda). Berbagai macam fitur telah berusaha dimaksimalkan dari *feed*, *story*, *reels*, dan juga *ig live*. Hasilnya, dari setiap instagram akun memiliki rata-rata jangkauan 38.349 akun per bulan dalam 3 bulan terakhir, dan diantaranya 36.590 akun bukanlah pengikut akun instagram resmi GKPB MDC Surabaya. Postingan instagram rupanya berhasil menjadi yang efektif di dalam penjangkauan karena sering keluar di laman *explore*. Rentang usia yang teratas yang terjangkau 13-17 tahun sebanyak 86,3%, diikuti usia 18-24 tahun sebanyak 11,3%, dan terakhir diikuti usia 25-34 tahun serta 35-44 tahun dengan masing-masing 1.2%. Jenis Kelamin yang berhasil dijangkaupun hampir sama 50,6% laki-laki dan 49,3% perempuan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Peran Media Instagram dalam Pemberitaan Injil terhadap Generasi Z Berdasarkan Teladan Paulus dalam Surat 1 Korintus 9:19-22 di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya, peneliti memberikan kesimpulan berdasarkan subfokus-subfokus yang sudah ditentukan oleh peneliti yaitu sebagai berikut,

Pertama, subfokus 1 Media Instagram dan Generasi Z, dimana Generasi Z menggunakan Instagram sebagai sarana media populer untuk menunjukkan eksistensi diri dan kehidupan sosial. Generasi Z merupakan generasi yang lahir di mana teknologi internet sudah ada. Perkembangan teknologi internet, terutama jaringan sosial digital dan perangkat seluler nirkabel secara fundamental telah mengubah cara berpikir generasi Z dalam menjalani kehidupan, baik untuk komunikasi, hubungan, kepemimpinan, otoritas dan membentuk komunitas saat ini. Oleh karena itu, jaringan sosial digital sangat memiliki implikasi mendalam untuk pelayanan gereja di era digital. Instagram sekarang menjadi salah satu media populer di kalangan generasi Z saat ini. Dengan demikian Instagram dan Generasi Z tidaklah terpisahkan dan telah menjadi bagian kehidupan.

Kedua, subfokus 2 Teladan Pemberitaan Injil Paulus dalam surat 1 Korintus 9:19-22, Paulus mengkomunikasikan Injil Kristus dari satu tempat ketempat yang lain

sesuai konteks kebudayaan setempat dalam pelayanannya. Bentuk-bentuk yang dilakukan oleh Paulus dalam penginjilan adalah berjalan mengelilingi setiap wilayah, bangsa, desa-desa atupun kota-kota besar, semuanya dilakukan Paulus karena misi Allah. Paulus tentu melakukan pemberitaan Injil tidak dengan sembarangan, tetapi dengan menggunakan berbagai metode dan konsep, bahkan ia sangat berani dan antusias untuk menginjil dalam suatu konteks kebudayaan setempat dalam pelayanannya. Dengan demikian pelayanan yang dilakukan oleh Paulus mampu diterima, serta telah mengalami kemajuan dan perkembangan yang baik.

Ketiga, subfokus ketiga peran media instagram dalam pemberitaan injil terhadap generasi z berdasarkan teladan Paulus dalam surat 1 Korintus 9:19-22 di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya, Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya telah menyadari bagaimana media instagram berperan aktif di dalam kehidupan generasi Z, maka mereka bertindak kreatif dalam media instagram menarik kembali orang percaya khususnya generasi Z untuk memiliki minat ingin lebih dekat dengan Allah secara khusus kepada mereka yang belum mengenal Kristus dan belum menerima Yesus sebagai Tuhan dan Juruselamat. Hamba Tuhan yang telah terlibat dalam pelayanan misi Allah, juga perlu berusaha dan bekerja keras untuk memahami suatu konteks kebudayaan setempat dalam pelayanan yang dilakukannya, sehingga misi dapat mengalami kemajuan dan perkembangan yang baik. Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya telah berupaya melakukan kontekstualisasi pemberitaan Injil bagi generasi Z melalui media Instagram. Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya telah memasuki dunia generasi

Z agar mereka bisa menerima Injil itu dengan baik, beberapa hal yang telah dilakukan; *Pertama*, aktif menggunakan media Instagram yang semakin pesat ini untuk memberitakan Injil Tuhan kepada mereka yang belum percaya. Berbagai macam konten-konten rohani telah berusaha disajikan baik itu *feed*, *story* maupun *reels*. *Kedua*, mengajak jemaat juga terlibat aktif di media dengan menggunakan fasilitas *tag* akun jemaat yang bersangkutan di konten-konten yang ada, lalu meminta mereka melakukan *repost* di akun instagram jemaat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian Peran Media Instagram dalam Pemberitaan Injil terhadap Generasi Z Berdasarkan Teladan Paulus dalam Surat 1 Korintus 9:19-22 di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya, peneliti memberikan saran sebagai berikut,

Pertama, bagi generasi Z di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah Surabaya. Instagram bukanlah hal yang seharusnya ditolak oleh generasi Z tetapi seharusnya menjadi senjata untuk memperkenalkan injil kepada sahabat-sahabat bahkan kepada generasi yang berikutnya. Generasi Z di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan Cerah mampu untuk memulai dengan sengaja mengakses, memberikan “likes”, dan “comment” lebih sering kepada konten injil di media instagram, dengan tujuan meningkatkan kesadaran generasi Z bahkan berikutnya akan konten injil di dunia Instagram. Kemudian, Generasi Z juga seharusnya mampu untuk mulai memikirkan dengan kreativitas untuk menyusun konsep, dan membuat konten injil

yang relevan dengan gaya generasinya, sehingga setiap konten tidak sekedar berbobot tetapi juga menarik perhatian dari konsumen konten.

Kedua, bagi pembina generasi Z di GKPB MDC Surabaya. Pembina seharusnya tidak diam, dan malah aktif bersuara untuk membimbing generasi Z dalam menyusun konten dari segi bobot, dan informasi yang seharusnya disampaikan kepada generasi ini. Pembina bisa mengadakan pertemuan rutin dimana bisa memberikan direksi yang jelas, memperlengkapi dan membahas tentang peran media Instagram terhadap pengabaran injil bagi generasi Z. Pembina dapat mengajar tentang kecakapan informasi, mengerti pesan apa yang seharusnya dapat generasi Z konsumsi dan bagikan di media Instagram. Pembina juga bisa mengumpulkan generasi Z yang antusias dengan dunia pembuatan konten, lalu mengarahkan dan membuat komunitas penginjil media Instagram.

Ketiga, bagi gembala GKPB MDC Surabaya. Beberapa hal yang mampu dilakukan oleh gembala adalah memberikan wadah untuk generasi Z menyampaikan pesan dengan gaya mereka. Melanjutkan dari poin saran kepada pembina generasi Z, komunitas pembuat konten dapat dibentuk oleh pembina generasi Z, namun gembala memiliki peran untuk memberikan kepercayaan, otoritas dan wadah bagi generasi Z ini berkreasi di media Instagram gereja. Tidak hanya itu, gembala juga memberikan fasilitas dan anggaran khusus untuk kepentingan anak-anak generasi Z berkreasi untuk media Instagram gereja.

Keempat, bagi peneliti lain. Penelitian ini masih memiliki kekurangan yang dapat dilengkapi oleh peneliti lain yang berkaitan dengan penggunaan media Instagram

dalam pemberitaan Injil bagi generasi Z saat ini. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu referensi bagi penelitian yang relevan selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU & JURNAL

1. Anderson, R. Dean. *Tafsiran Perjanjian Baru: Surat 1 Korintus*. Surabaya: Momentum. 2018.
2. Anwar, Dessy. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Surabaya: Karya Abditama. 2001.
3. Arifianto, Kalis Stevanus Yonatan Alex. 'Membangun Kerukunan Antarumat Beragama Dan Implikasinya Bagi Misi Kristen'. *HUPERETES Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen*. 2. 2020.
4. Assegaft, Dja'far H.. *Jurnalistik Masa Kini: Pengantar ke Praktek Kewartawanan*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 1985.
5. Barclay, William. *Duta Bagi Kristus: Latar Belakang Peta Perjalanan Paulus*. Jakarta: BPK Gunung Mulia. 2004.
6. Berkhof, Louis. 1999. *Teologi Sistematis Volume 5. ed. ke-2*. Terjemahan: Yudha Tianto. Lembaga Reformed Injili Indonesia. Surabaya: Momentum. 2010.
7. *BGM Morphology. Word Analysis In Bible Works* 7. 2006.
8. Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2017.
9. Charnley, Mitchel V. *Reporting. Holt-Reinhart & Winston*. New York. 1975
10. Christiani, Lintang Citra dan Prinisia Nurul Iksari. "Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa" *Jurnal Komunikasi dan Kajian Media Vol. 4 No. 2*. 2020.
11. Doeka, Amelia Luise. 'Karakteristik Gereja Yang Sehat'. *Prosiding STT Sumatera Utara*. 1. 2021.
12. Dunnett, Walter M.. *Pengantar Perjanjian Baru*. Malang: Gandum Mas. 1984.
13. Duyverman, M. E.. *Pembimbing ke Dalam Perjanjian Baru*. Jakarta Pusat: BPK Gunung Mulia. 1985.

14. Febriani, Ririn Nur. "Kenali Karakter Remaja Generasi Z." *Pikiran Rakyat.Com*. Bandung. 2017.
15. Gering, Howard M.. *Analisa Alkitab*. Jakarta: Yayasan Pekabaran Injil "IMANUEL". 1992.
16. Gunawan, Imam. *Metode Penelitian Kualitatif. Teori dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara. 2014.
17. Guthrie, Donald. *Pengantar Perjanjian Baru*. ed. Steve Hendra. Surabaya: Momentum. 2010.
18. Halley, Henry H.. *Penuntun ke Dalam Perjanjian Baru*. Surabaya: YAKIN. 1965.
19. Handi, Irawan D.. dan Cemara A. Putra. Gereja Sudah tidak Menarik bagi Kaum Muda. <http://bilanganresearch.com/gereja-sudah-tidak-menarik-bagi-kaum-muda.html> (diakses tanggal 16 September 2020. pada pukul 14.00).
20. Johnson, Lewis. "1 Korintus 9: 22." dalam *Tafsiran Alkitab Wycliffe*. ed. oleh Charles F. Pfeiffer dan Everett F. Harrison. vol. 3. Malang: Gandum Mas.
21. Majalah Multiply Edisi bulan Agustuss 2022.
22. Marxsen, Willi. *Pengantar Perjanjian Baru: Pendekatan Kritis Terhadap Masalah-masalahnya*. Jakarta: BPK Gunung Mulia. 1996.
23. Nasrullah, Rulli. *Media Sosial Perspektif Komunikasi. Budaya. Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. 2016.
24. Ofm, C. Groenen. *Pengantar ke Dalam Perjanjian Baru*. Yogyakarta: Kanisius. 1993.
25. Parshall, Phill. *Penginjilan Muslim: Pendekatan-Pendekatan Kontemporer Pada Kontekstualisasi*. 2nd ed.
26. Riyanto, Yatim. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: SIC. 2001.
27. *Sabda (Old Versi Indonesia)*. Surakarta: Lembaga SABDA. 2013.
28. Silalahi, Ulber. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Refika Aditama. 2009.
29. Stillman, David. dan Jonah Stillman. *Generasi Z*. Riyanto
30. Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta. 2014.

31. Susanto, Hassan. *Perjanjian Baru Interlinear Yunani-Indonesia Dan Konkordasi Perjanjian Baru (PBIK) Jilid II*. Jakarta: Lembaga Alkitab Indonesia. 2003.
32. Syamsul, M. Romli Asep. *Jurnalistik Praktis*. Remaja Rosdakarya: Bandung. 2000.
33. Syamsul, M. Romli Asep. *Kamus Jurnalistik*. Bandung: Simbiosis Rekatama. 2009.
34. Tapscott, Don. *Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World*. McGraw-Hill. 2008.
35. Tenney, Merrill C.. *Survei Perjanjian Baru*. Malang: Gandum Mas. 1992.
36. Tim Sabda. *Tafsiran Matthew Henry*.
37. Wiersbie, Warren. *Hikmat Dalam Kristus*. Bandung: Kalam Hidup. 2001.
38. Wijati, Wahyu. *Diktat Metodologi Penelitian*. Surabaya: Sekolah Tinggi Teologi Happy Family. 2018.
39. Winter, Bruce. *Tafsiran Alkitab Abad ke-21 Jilid ke 3*. Jakarta: Yayasan Komunikasi Bina Kasih. 2017.

WEBSITE

40. Dihni, Vika Azkiya, “Instagram, Media Sosial Favorit Generasi Z di Dunia” dalam databoks.katadata.co.id diakses pada tanggal 30 Agustus 2022.
41. Dwifatma, Andina. <https://theconversation.com/apakah-generasi-z-lebih-tahan-hoaks-ketimbang-gen-x-dan-gen-y>. diakses tanggal 3 Januari 2021.
42. <https://kbbi.web.id/pemberitaan>. diakses pada tanggal 31 Agustus 2022.
43. <https://urbandigital.id/cara-membuat-live-video-instagram/>, diakses pada tanggal 20 Juli 2022.
44. <https://www.e-jurnal.com/2013/12/pengertian-berita-menurut-para-ahli.html>. diakses pada tanggal 19 Juli 2022.
45. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/10/06/100500365/sejarah-instagram-dan-cerita-awal-peluncurannya?page=all>. diakses pada tanggal 20 Juli 2022

46. [https://www.komunikasipraktis.com/2015/04/pengertian-berita-lengkap.html#:~:text=Secara%20etimologis%20\(asal%20Dusul%20kata,baru%20terjadi%20atau%20baru%20ada](https://www.komunikasipraktis.com/2015/04/pengertian-berita-lengkap.html#:~:text=Secara%20etimologis%20(asal%20Dusul%20kata,baru%20terjadi%20atau%20baru%20ada). diakses pada tanggal 19 Juli 2022.
47. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3865740/perbedaan-visi-dan-misi-yang-perlu-kamu-ketahui-biar-nggak-keliru-jika-ditanya>. diakses pada tanggal 19 Juli 2022.
48. <https://www.liputan6.com/tekno/read/3109870/instagram-kini-kantongi-800-juta-pengguna-aktif>. diakses pada tanggal 20 Juli 2022.
49. Mahendra, Ikhsan Tila. Peran Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Kepribadian Remaja Usia 12-17 Tahun di Kelurahan Kebalen Kecamatan Babelan Kabupaten Bekasi. diakses pada tanggal 6 Agustus 2022.
50. Putri, Virgina Maulita. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4472571/instagram-jadi-medsos-favorit-gen-z-kamu-bagaimana>. diakses pada tanggal 3 Januari 2021.
51. Widyaningrum, Anastasia Yuni. Kajian Tentang Komunitas Virtual: Kesempatan dan Tantangan Kajian di Bidang Ilmu Komunikasi. <https://media.neliti.com/media/publications/499136-none-bdf2bc37.pdf>. diakses tanggal 06 Agustus 2022.

Lampiran 01: Surat Penetapan Pembimbingan



No : 37/S.Th/STTHF/VII/2022
 Lamp : -
 Hal : Pembimbing Skripsi

Kepada,
 Yth. Sdr. Yosua Dharmasetia
 Mahasiswa Sarjana Teologi
 Di
 Tempat

Salam Damai Sejahtera dalam Kasih Tuhan Yesus Kristus,

Berdasarkan ujian proposal skripsi yang dilaksanakan pada tanggal 2 Desember 2020 maka Saudara dinyatakan layak untuk menulis skripsi.

Adapun Pembimbing skripsi yang akan membimbing Saudara adalah:

1. Pembimbing I : Dr. Timotius Witdodo, M.Th.
2. Pembimbing II : Gideon Ricu Sele, S.Th., M.Pd.

Saudara dimohon menghubungi kedua Pembimbing tersebut dan melaksanakan penulisan skripsi sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan.

Demikianlah pemberitahuan kami, atas perhatiannya kami mengucapkan terima kasih.

Tuhan Yesus memberkati.

Surabaya, 21 Juli 2022


 STTHF
 Dr. Erika Damayanti, S.H., M.Th.
 Ketua STTHF

Lampiran 2: Surat Penelitian



Sekolah Tinggi Teologi Happy Family

Bringing the light to the nations and bringing the nations to the light

Rungkut Megah Raya Blok N 1-6, Jl. Raya Kalirungkut No. 1-3, Surabaya

Tlp: 031-87862730 | WA: 0812-5996-0070 | Email: admin@stthf.ac.id | Website: www.stthf.ac.id

No : 203/STTHF/VII/2022
Lamp : -
Hal : Permohonan

Kepada Yth.
Bp. Pdt. Betuel Kristado Himawan
Gembala Intergenerasi Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CeraH
Surabaya

Salam Damai Sejahtera dalam Kasih Tuhan Yesus,

Yang bertandatangan di bawah ini Ketua Sekolah Tinggi Teologi Happy Family Surabaya menerangkan bahwa:


Nama : Yosua Dharmasetia
NIM : 1701085

Adalah mahasiswa Program Studi Sarjana Teologi Sekolah Tinggi Teologi Happy Family Surabaya yang saat ini sedang menulis skripsi dengan judul "*Peranan Media Instagram Dalam Pemberitaan Injil Terhadap Generasi Z Berdasarkan Teladan Paulus Dalam Surat 1 Korintus 9:19-22 di Gereja Kristen Perjanjian Baru Masa Depan CeraH Surabaya*". Kami mohon Bapak berkenan mengijinkan nama tersebut di atas untuk mengadakan penelitian di gereja yang Bapak pimpin.

Demikian pemberitahuan dan permohonan dari kami, terima kasih atas perhatian dan kerjasamanya.

Tuhan Yesus Memberkati.

Surabaya, 26 Juli 2022
Sekolah Tinggi Teologi Happy Family


Dr. Erika Damayanti, S.H., M.Th.
Ketua STTHF

Lampiran 03: Surat Penyelesaian Penelitian

