

## PENGINJILAN MELALUI TIKTOK (MEDIA INTERNET)

**Meri Ulina Br. Ginting<sup>1</sup>, Benni Pandapotan Sihombing<sup>2</sup>, Febri Marulianti Siburian<sup>3</sup>, Orlando Nikolas Lumbantobing<sup>4</sup>, Windi Regina Mustika Tambunan<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup>Sekolah Tinggi Teologi Abdi Sabda Medan

[meriulinaginting@sttabdisabda.ac.id](mailto:meriulinaginting@sttabdisabda.ac.id)<sup>1</sup>, [benipandapotan@gmail.com](mailto:benipandapotan@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[febrisiburian8@gmail.com](mailto:febrisiburian8@gmail.com)<sup>3</sup>, [orlandotobing86@gmail.com](mailto:orlandotobing86@gmail.com)<sup>4</sup>,  
[winditambunan787@gmail.com](mailto:winditambunan787@gmail.com)<sup>5</sup>

**ABSTRACT;** *The development of digital technology has created new opportunities for evangelism, particularly through social media platforms like TikTok. This article examines the use of TikTok as a contextual evangelism tool for the digital native (narrative) generation. Based on a literature review, the discussion covers the concept of evangelism from a biblical perspective, the characteristics of the TikTok platform, and its potential as a medium for communication and faith learning. Furthermore, the study outlines strategies for conveying the Gospel message through digital content, the challenges faced in social media-based evangelism practices, and the impact of digital evangelism activities on the development of faith and church practice. The study reveals that TikTok offers advantages in its broad reach, content creativity, and interactivity, encouraging active user participation. However, the platform also faces challenges, such as short content duration, the risk of misunderstanding, algorithmic pressure, and the temptation to pursue popularity. Therefore, digital evangelism demands a creative, authentic approach grounded in sound theological principles. While TikTok is effective for the initial stages of evangelism, it still needs to be integrated with deeper faith formation within the church community.*

**Keywords:** *Digital Evangelism, TikTok, Social Media, Faith Communication, Technology.*

**ABSTRAK;** Perkembangan teknologi digital telah menciptakan peluang baru bagi praktik penginjilan, terutama melalui media sosial seperti TikTok. Artikel ini membahas pemanfaatan TikTok sebagai sarana penginjilan yang kontekstual bagi generasi digital *native* (naratif). Berdasarkan kajian literatur, pembahasan mencakup konsep penginjilan dari perspektif Alkitab, karakteristik platform TikTok, serta potensinya sebagai media komunikasi dan pembelajaran iman. Selain itu, kajian ini juga menguraikan strategi penyampaian pesan Injil melalui konten digital, berbagai tantangan yang dihadapi dalam praktik penginjilan berbasis media sosial, serta dampak yang ditimbulkan oleh aktivitas penginjilan digital terhadap perkembangan kehidupan iman dan praksis gerejawi. Hasil kajian menunjukkan bahwa TikTok memiliki keunggulan dalam jangkauan luas, kreativitas konten, dan interaktivitas yang mendorong partisipasi aktif pengguna. Di sisi lain, platform ini juga menghadapi hambatan, seperti durasi konten yang singkat, risiko kesalahpahaman, tekanan algoritma, serta godaan mengejar popularitas. Oleh karena itu, penginjilan digital menuntut pendekatan yang kreatif, autentik, dan berlandaskan prinsip teologis

yang benar. TikTok efektif untuk tahap awal penginjilan, namun tetap perlu diintegrasikan dengan pembinaan iman yang lebih mendalam melalui komunitas gereja.

**Kata Kunci:** Penginjilan Digital, TikTok, Media Sosial, Komunikasi Iman, Teknologi.

## PENDAHULUAN

Perlu dipahami bahwa kata “penginjilan” sendiri tidak muncul secara eksplisit baik dalam Perjanjian Lama maupun Perjanjian Baru. Kendati demikian, konsepnya tetap hadir melalui istilah Yunani *euaggelizō* (*euangelizō*) yang secara umum mengandung arti menyampaikan, mengabarkan, atau membawa berita yang baik kepada orang lain.<sup>1</sup> Secara historis, kata *euangelizō* memiliki latar belakang penggunaan dalam lingkungan militer pada budaya Yunani. Istilah tersebut dapat merujuk pada imbalan yang diterima oleh pembawa kabar kemenangan dari medan pertempuran, sekaligus juga dipahami sebagai kabar baik mengenai kemenangan itu sendiri.<sup>2</sup> Istilah *euangelizō* memiliki kedekatan makna dengan kata Yunani *kēryssō* (*kēryssō*). Pada masa awal penggunaannya, *kēryssō* dipakai untuk menyebut tugas seorang juru warta, yakni utusan resmi kerajaan yang bertugas menyampaikan pesan atau pengumuman dari raja kepada rakyat.<sup>3</sup> Kata *kēryssō* juga dipahami sebagai tindakan berkhotbah atau memaklumkan suatu berita, karena istilah ini menyoroti aspek aktivitas dalam penyampaian khutbah, seperti yang terlihat dalam Kisah Para Rasul 8:5.<sup>4</sup>

Selain istilah-istilah tersebut, Perjanjian Baru juga menggunakan kata lain yang berkaitan dengan tugas penginjilan, yaitu *didaskō*, yang bermakna mengajar atau memberikan pengajaran. Kata ini sering dijumpai dalam pelayanan Yesus, ketika Ia menyampaikan dan menegaskan kabar Kerajaan Allah melalui kegiatan pengajaran, sebagaimana dicatat dalam Kisah Para Rasul 18:11.<sup>5</sup> Di samping itu, terdapat pula istilah lain yang memiliki keterkaitan dengan konsep penginjilan, yakni *martureō*, yang menunjuk pada tindakan memberikan kesaksian atau menyampaikan suatu kebenaran

<sup>1</sup> James Strong, *Strong's Exhaustive Concordance of The Bible* (Lowa: Riverside Book and Bible House Iowa Falls), 33.

<sup>2</sup> Yakob Tomatala, *Penginjilan Masa Kini 1* (Malang: Gandum Mas, 1998), 24.

<sup>3</sup> ...., *Ensiklopedia Alkitab Masa Kini* (Jakarta: Yayasan Komunikasi Bina Kasih, 2008), 183.

<sup>4</sup> Yunus Van Hoten, *Penginjilan Rasul Paulus: Eksposisi Makna Teks Kisah Para Rasul* (Jakarta: Publica Indonesia Utama, 2025), 12.

<sup>5</sup> Yunus Van Hoten, *Penginjilan Rasul Paulus: Eksposisi Makna Teks Kisah Para Rasul*, 12.

melalui kesaksian pribadi.<sup>6</sup> Dengan demikian, penginjilan dapat dimengerti sebagai upaya aktif untuk memperkenalkan kabar baik tentang Kristus, yang diwujudkan melalui pengajaran yang benar serta kesaksian hidup yang mencerminkan iman. Fokus utama penginjilan tidak hanya terletak pada aktivitas mengabarkan Injil semata, melainkan pada hakikatnya sebagai penyataan kemenangan Allah yang membawa transformasi bagi kehidupan manusia dan dunia.

Pada masa digital sekarang ini, kegiatan penginjilan dapat diperluas melalui penggunaan beragam media sosial dan platform daring. Terdapat banyak pendekatan yang bisa dilakukan, misalnya menyelenggarakan berbagai program rohani, pelatihan, layanan konseling, kelompok diskusi, hingga penyebaran informasi yang membangun iman dan menjangkau lebih banyak orang.<sup>7</sup> Dengan demikian, kemajuan teknologi digital telah memberikan transformasi signifikan dalam metode dan media penginjilan. Dunia digital menghadirkan ruang pelayanan yang sepenuhnya baru bagi gereja maupun setiap orang percaya. Di dalamnya muncul apa yang dapat disebut sebagai “komunitas digital”, yaitu kelompok masyarakat yang menjalani kehidupan, berkomunikasi, dan mencari kebenaran serta tujuan hidup melalui ranah virtual.<sup>8</sup> Melalui komunitas-komunitas yang terbentuk di dunia maya, gereja dapat terus menjalankan pembinaan rohani, seperti pendalaman Alkitab dan kegiatan doa bersama. Ruang digital ini menjadi sarana efektif untuk melaksanakan tugas penginjilan secara berkelanjutan.<sup>9</sup>

### **Tiktok Sebagai Media Komunikasi dan Pembelajaran Iman**

Media sosial telah menghadirkan perubahan besar dalam pola komunikasi dan proses belajar di era digital, tak terkecuali dalam bidang pendidikan iman. Salah satu platform yang berkembang dengan sangat cepat, yaitu TikTok, kini menjadi wadah baru bagi penyampaian pesan-pesan keagamaan dan pembelajaran nilai-nilai rohani.<sup>10</sup> Platform video singkat ini kini tidak lagi sekadar menjadi ruang hiburan, melainkan telah berkembang menjadi sarana pendidikan yang mampu menjangkau dan menyampaikan pesan-pesan iman kepada kalangan muda secara efektif.

<sup>6</sup> Yakob Tomatala, *Penginjilan Masa Kini* 2, 22.

<sup>7</sup> Harianto GP, *Gospel For City: Strategi Transformasi Melalui Misi Penginjilan* (Yogyakarta: ANDI, 2025), 230.

<sup>8</sup> Yulia Oeniyati, *Penginjilan Kepada Suku Digital* (Yogyakarta: Yayasan Lembaga SABDA, 2020), 9.

<sup>9</sup> Yulia Oeniyati, *Penginjilan Kepada Suku Digital*,

37.

<sup>10</sup> Judhie Setiawan, *Komunikasi Massa: Konsep dan Aplikasi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2020), 156-158.

TikTok adalah salah satu bentuk media sosial berbasis video singkat yang memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk menciptakan, mengedit, dan membagikan berbagai konten dalam format video dengan durasi mulai dari sekitar 15 detik hingga maksimal 10 menit.<sup>11</sup> Salah satu keistimewaan TikTok adalah adanya algoritma *For You Page* (FYP) yang dapat menampilkan video sesuai dengan ketertarikan dan aktivitas setiap pengguna, sehingga pengalaman menonton menjadi lebih personal.<sup>12</sup>

Di Indonesia, TikTok kini berkembang sebagai salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan, terutama oleh generasi Z (yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012), serta kaum milenial (yang lahir tahun 1981 hingga 1996).<sup>13</sup> Perkembangan ini memberikan kesempatan yang luas bagi pendidik, pemimpin rohani, maupun komunitas gerejawi untuk menjangkau lebih banyak orang dengan pendekatan yang lebih kontekstual dan menarik. TikTok dapat dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi dalam pendidikan iman. Komunikasi sendiri merupakan aspek yang sangat penting dalam proses pengajaran dan pertumbuhan iman. Dalam perspektif komunikasi Kristen, media massa dipandang memiliki posisi yang sangat strategis untuk memperluas pemberitaan Injil serta mendukung pembinaan kehidupan rohani umat percaya.<sup>14</sup>

Proses pembinaan iman kini tidak hanya berlangsung dalam lingkup formal seperti gereja, sekolah minggu, maupun kelompok sel. Kehadiran media sosial termasuk TikTok telah menghadirkan bentuk pendidikan keagamaan yang lebih dinamis, interaktif, dan mendorong partisipasi pengguna secara langsung.<sup>15</sup> TikTok memiliki potensi dalam pembelajaran Iman yakni :

### 1. Jangkauan yang Luas dan Masif

TikTok mampu menjangkau pengguna dalam jumlah sangat besar hanya dalam hitungan waktu yang singkat. Melalui algoritmanya, berbagai konten edukasi iman dapat tersebar luas dan berpotensi dilihat oleh ribuan hingga jutaan orang.<sup>16</sup>

<sup>11</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2017), 67-69.

<sup>12</sup> Errika Dwi Setya Watie, "Komunikasi dan Media Sosial," *The Messenger: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 3, No. 2 (2016), 73.

<sup>13</sup> Judhie Setiawan, *Komunikasi Massa*, 162

<sup>14</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), 287-290.

<sup>15</sup> Budi Hermawan, *Teknologi Komunikasi dan Pendidikan Agama* (Jakarta: Kencana, 2019), 112-115.

<sup>16</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, 71-73

## 2. Format Konten yang Menarik dan Mudah Dicerna

Format video singkat di TikTok sejalan dengan kebiasaan generasi muda dalam mengonsumsi konten, karena mereka umumnya memiliki perhatian yang lebih cepat teralihkan sehingga membutuhkan materi yang ringkas dan mudah dipahami.<sup>17</sup>

## 3. Interaktivitas dan Partisipasi

TikTok menyediakan berbagai fitur seperti komentar, duet, *stitch*, serta tantangan yang memungkinkan pengguna terlibat secara langsung, sehingga mendorong partisipasi aktif dalam setiap konten yang dibagikan.<sup>18</sup> Melalui fitur-fitur tersebut, terjadi proses komunikasi dua arah antara kreator dan para penontonnya, sehingga terbentuk komunitas digital yang dapat saling bertukar pengalaman iman dan belajar bersama. Tingkat interaktivitas ini sejalan dengan pendekatan pembelajaran konstruktivis, yang menekankan keterlibatan aktif peserta dalam membangun pemahaman mereka sendiri.<sup>19</sup>

## 4. Demokratisasi Konten Keagamaan

TikTok memberikan ruang bagi seluruh pengguna untuk berkontribusi sebagai pembuat konten rohani, sehingga penyampaian pesan keagamaan tidak lagi hanya menjadi ranah para pemimpin gereja atau lembaga resmi.<sup>20</sup>

### **Pandangan Alkitab Tentang Penginjilan Dengan Tiktok**

Penginjilan merupakan suatu mandat agung yang Kristus berikan kepada gerejanya. Dalam era digital ini, platform media sosial seperti TikTok telah menjadi ladang misi baru yang menjangkau miliaran pengguna, khususnya generasi muda. Secara Biblis Yesus Kristus memberikan perintah yang jelas dalam Matius 28:19-20, “Karena itu pergilah, jadikanlah semua bangsa murid-Ku dan baptislah mereka dalam nama Bapa dan Anak dan Roh Kudus, dan ajarlah mereka melakukan segala sesuatu yang telah Kuperintahkan kepadamu.”<sup>21</sup> Perintah ini bersifat universal dan tidak terbatas pada metode tertentu. Yang di mana Amanat Agung ini mencakup tiga dimensi penting: pergi

<sup>17</sup> Apriadi Tamburaka, *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 89-92.

<sup>18</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, 75-77.

<sup>19</sup> Nyoman Sudana Degeng, *Ilmu Pembelajaran: Klasifikasi Variabel untuk Pengembangan Teori dan Penelitian* (Bandung: Aras Media, 2013), 134-136.

<sup>20</sup> Judhie Setiawan, *Komunikasi Massa*, 165-167.

<sup>21</sup> Yakub Susabda, *Misi Gereja Dalam Konteks Dunia* (Malang: Gandum Mas, 2013), 45.

(*going*), memberitakan (*proclaiming*), dan mengajar (*teaching*). Dimensi “pergi” mengindikasikan bahwa gereja harus proaktif mencari dan menjangkau jiwa-jiwa yang terhilang di mana pun mereka berada.<sup>22</sup>

Rasul Paulus juga mendemonstrasikan prinsip kontekstualisasi dalam Kitab Perjanjian Baru tepatnya pada 1 Korintus 9:22-23, “Bagi orang-orang lemah aku menjadi sama dengan orang lemah, supaya aku dapat memenangkan orang-orang lemah. Bagi semua orang aku telah menjadi segala, supaya aku sedapat-dapatnya dapat menyelamatkan sebagian dari mereka. Semua ini aku lakukan karena Injil.”<sup>23</sup> Paulus menunjukkan fleksibilitas metodologis sambil mempertahankan kemurnian pesan Injil. Paulus menyesuaikan pendekatannya dengan audiens yang berbeda, yaitu berbicara secara filosofis kepada orang Yunani di Areopagus (Kis.17) dan menggunakan argumentasi Alkitabiah kepada orang Yahudi di sinagoge.<sup>24</sup> Ada beberapa prinsip-prinsip Alkitabiah untuk Media Digital ialah:

### 1. Menebus Waktu (*Redeeming the Time*)

Efesus 5:15-16 mengatakan, “Karena itu, perhatikanlah dengan saksama, bagaimana kamu hidup, janganlah seperti orang bebal, tetapi seperti orang arif, dan pergunakanlah waktu yang ada, karena hari-hari ini adalah jahat.” Prinsip ini mengajarkan bahwa orang percaya harus bijaksana menggunakan setiap kesempatan untuk kemuliaan Tuhan. Dalam konteks TikTok, platform yang dikunjungi jutaan orang Indonesia setiap hari menjadi peluang strategis untuk menjangkau jiwa-jiwa dengan Injil, khususnya Generasi Z yang menghabiskan waktu signifikan di media sosial.<sup>25</sup>

### 2. Menjadi Terang dan Garam

Yesus menyatakan dalam Matius 5:13-16 bahwa orang percaya adalah “garam dunia” dan “terang dunia.” Garam berfungsi sebagai pengawet dan pemberi rasa, sementara terang menerangi kegelapan. Dalam era digital, kehadiran Kristen di platform seperti TikTok dapat menjadi terang yang menerangi ruang digital yang sering dipenuhi konten sekuler dan destruktif.<sup>26</sup>

<sup>22</sup> Ebbie C. Smith, *Bagaimana Gereja Bertumbuh* (Bandung: Kalam Hidup, 2011), 78.

<sup>23</sup> Warren Wiersbe, *Komentar Alkitab Perjanjian Baru* (Bandung: Kalam Hidup, 2012), 156.

<sup>24</sup> David J. Bosch, *Transformasi Misi Kristen: Sejarah Teologi Misi yang Mengubah dan Berubah* (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2018), 234.

<sup>25</sup> Matthew Henry, *Tafsiran Matthew Henry: Injil Matius 1-14* (Surabaya: Momentum, 2015), 412.

<sup>26</sup> William Barclay, *Pemahaman Alkitab Setiap Hari: Injil Matius Pasal 1-10* (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2014), 198.

### 3. Memberitakan dengan Hikmat

Kolose 4:5-6 mengingatkan, “Lakukanlah segala sesuatu dengan hikmat terhadap orang-orang luar, pergunakanlah waktu yang ada. Hendaklah kata-katamu senantiasa penuh kasih, jangan hambar, sehingga kamu tahu, bagaimana kamu harus memberi jawab kepada setiap orang.” Prinsip ini sangat relevan untuk TikTok di mana konten harus dikemas dengan menarik, relevan, dan penuh kasih agar dapat diterima audiens yang beragam.<sup>27</sup>

Oleh sebab itu dalam melakukan Penginjilan dengan menggunakan Tiktok maka dibutuhkan pedoman praktis sesuai dengan prinsi yang Alkitabiah. Seperti kebenaran yang tida berkompromi yakni dalam penyebebaran konten harus tetap setia pada kebenaran Alkitab tanpa mengorbankan doktrin inti untuk popularitas (2 Tim.4:2-3). Kasih dan Kerendahan Hati dimana dalam penyampaiannya harus mencerminkan kasih Kristus, bukan arogansi atau sikap menghakimi (1 Pet.3:15-16). Kreativitas yang bertanggung jawab dalam hal ini seseorang harus menggunakan kreativitas untuk menarik perhatian sambil memastikan pesan tidak terdistorsi atau disalahpahami. *Call to Action* yang jelas sebagaimana konten harus mengarahkan penonton kepada Kristus dan komunitas gereja, bukan hanya mengumpulkan *followers*.<sup>28</sup>

TikTok harus dipandang sebagai alat penginjilan, bukan pengganti gereja lokal atau persekutuan tatap muka. Yesus mendirikan gereja (Mat.16:18) sebagai komunitas iman yang berkumpul untuk ibadah, persekutuan, dan pertumbuhan bersama (Kis.2:42-47). Penginjilan digital harus terintegrasi dengan strategi pelayanan gereja yang lebih luas, di mana konversi online diikuti dengan pemuridan intensif dan integrasi ke dalam tubuh Kristus. Dari perspektif Alkitab, tidak ada larangan eksplisit terhadap penggunaan teknologi untuk penginjilan. Sebaliknya, prinsip-prinsip seperti kontekstualisasi (1 Kor.9:22), pemberitaan di mana-mana (Kis. 8:4) dan kebijaksanaan dalam menebus waktu (Ef.5:16) memberikan dasar teologis yang kuat. Sejarah gereja menunjukkan bahwa Tuhan telah menggunakan berbagai media dari naskah tulisan tangan, mesin cetak Gutenberg, radio, televisi, hingga internet untuk menyebarkan Injil.<sup>29</sup>.

<sup>27</sup> John Stott, *Khotbah di Bukit* (Jakarta: Yayasan Komunikasi Bina Kasih, 2012), 167.

<sup>28</sup> PhilipTeng, *Strategi Penginjilan Masa Kini* (Jakarta: Metanoia Publishing, 2019), 203.

<sup>29</sup> John Piper, *Misi Allah: Panggilan Tertinggi Gereja* (Jakarta: Literatur Perkantas, 2018), 301.

**METODE PENELITIAN****Strategi Penginjilan Melalui Tiktok**

Media sosial memiliki kemampuan yang sangat besar dalam memperluas jangkauan pendidikan Kristen. Melalui berbagai platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan YouTube, penyampaian nilai-nilai kekristenan dapat dilakukan dengan cepat dan menjangkau kelompok masyarakat yang beragam, baik dari segi usia maupun latar belakang sosial. Kelebihan utama dari media sosial yaitu kemampuannya menciptakan ruang dialog yang aktif dan membangun interaksi yang lebih luas antara para pendidik, peserta didik, serta komunitas iman di berbagai belahan dunia. Selain itu, media sosial juga mendukung distribusi materi keagamaan dalam format multimedia seperti video, audio, gambar, hingga teks yang dapat meningkatkan minat serta pemahaman terhadap ajaran iman. Berbagai konten seperti khutbah, kesaksian rohani, musik pujian, maupun percakapan teologis dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Hal ini memberikan peluang bagi praktik pembelajaran yang lebih fleksibel, mandiri, dan relevan dengan kebutuhan setiap individu.<sup>30</sup>

Oleh karena itu, penyampaian Injil melalui TikTok perlu dirancang dengan strategi yang tepat dan sesuai dengan konteks dunia digital, supaya pesan iman dapat diterima secara maksimal oleh para pengguna platform tersebut. Tidak seperti pola penginjilan konvensional, media sosial mengharuskan adanya kreativitas, ketulusan dalam menyampaikan pesan, serta pemahaman yang baik mengenai ciri khas platform dan para penggunanya.<sup>31</sup> Berikut adalah beberapa strategi kunci dalam melakukan penginjilan melalui TikTok :

**a. Memahami Karakteristik Platform dan Audiens**

Tahap awal dalam melakukan penginjilan di TikTok adalah mengenali karakteristik khas dari platform tersebut. TikTok memiliki budaya konten yang menonjolkan keaslian, hiburan, serta kedekatan dengan pengalaman pengguna, sehingga konten yang terlalu formal atau terkesan mengajar dari atas cenderung kurang diminati. Melalui algoritma *For You Page* (FYP), setiap unggahan yang mampu memicu interaksi tinggi memiliki peluang besar untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Karena mayoritas penggunanya adalah Generasi Z dan

<sup>30</sup> Endang Pasaribu, *Pendidikan Agama Kristen* (Yogyakarta: Karya Bakti Makmur, 2021), 216.

<sup>31</sup> Yakub Tri Handoko, *Misi dan Penginjilan: Perspektif Alkitabiah dan Praktis* (Yogyakarta: ANDI, 2019), 156.

milenial yang mengutamakan ketulusan dan keterbukaan, maka penyampaian pesan Injil harus menyesuaikan gaya komunikasi mereka dengan menghindari penggunaan bahasa yang kaku dan retoris.<sup>32</sup>

b. Mengemas Konten dengan Kreatif dan Relevan

Kreativitas merupakan elemen penting dalam menarik minat para pengguna. Oleh karena itu, konten penginjilan perlu dirancang secara menarik dengan memanfaatkan musik yang sedang tren, penggunaan efek visual yang relevan, serta elemen-elemen kreatif lainnya agar pesan yang disampaikan lebih mudah diterima dan diingat oleh audiens.<sup>33</sup> Penyampaian pesan Injil dapat dilakukan dengan berbagai bentuk, misalnya melalui cerita kesaksian yang jujur dan menyentuh, konten edukatif yang mengulas Alkitab atau isu-isu teologi, serta ayat-ayat Firman yang dikemas secara visual menarik. Selain itu, penginjilan juga dapat mengikuti tren dan tantangan rohani yang sedang populer, seperti tantangan membaca Alkitab atau berdoa bersama, dengan memanfaatkan tagar yang tepat seperti *#FaithTok* atau *#ChristianTikTok* agar jangkauan konten semakin luas.

c. Membangun Interaksi dan Konsistensi

Penginjilan di TikTok tidak sekadar menyebarluaskan pesan secara satu arah, tetapi juga berfokus pada pembentukan komunitas dan hubungan yang saling mendukung di antara para pengguna.<sup>34</sup> Menanggapi komentar, memberikan jawaban melalui fitur Q&A, atau membuat video balasan merupakan bentuk kepedulian yang dapat menumbuhkan kepercayaan audiens. Selain itu, fitur duet dan stitch bisa dimanfaatkan untuk berkolaborasi dengan kreator Kristen lainnya. Konsistensi dalam mengunggah konten misalnya 1 hingga 3 kali per hari juga berpengaruh terhadap performa karena algoritma TikTok cenderung memprioritaskan akun yang aktif, namun hal tersebut tetap harus diimbangi dengan kualitas konten yang baik.

d. Keaslian dan *Call to Action*

Keaslian merupakan aspek yang sangat penting dalam dunia digital saat ini. Seorang pelayan Injil di media sosial perlu tampil dengan jujur, tidak menutup-

<sup>32</sup> Julianto Simanjuntak, *Media Sosial dan Pelayanan Gereja di Era Digital* (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2021), 78-82.

<sup>33</sup> Daniel Ronda, *Komunikasi Kristen Kontemporer* (Bandung: Kalam Hidup, 2020), 145-150.

<sup>34</sup> Julianto Simanjuntak, *Media Sosial dan Pelayanan Gereja di Era Digital*, 103.

nutupi pergumulan, dan tetap mengarahkan perhatian pada kesetiaan Tuhan. Setiap konten idealnya memiliki ajakan tindak lanjut (*call to action/CTA*) yang jelas namun tidak menekan, misalnya mengajak audiens untuk mengikuti akun, membaca Alkitab, atau bergabung dalam komunitas doa secara daring. Menghubungkan para pengguna ke platform lain seperti grup WhatsApp atau situs gereja juga penting sebagai langkah pembinaan dan pemuridan yang lebih berkelanjutan. Di atas semuanya, setiap bentuk pelayanan digital harus dilandasi oleh doa yang tekun dan ketergantungan penuh kepada karya Roh Kudus.<sup>35</sup>.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Tantangan dan Hambatan Penginjilan Melalui Tiktok**

Pelayanan penginjilan melalui media sosial, termasuk TikTok, tentu tidak lepas dari berbagai tantangan baik yang muncul dari dalam komunitas Kristen itu sendiri maupun dari faktor eksternal. Terdapat sejumlah hambatan yang perlu dihadapi dalam upaya menyampaikan Injil melalui platform ini:<sup>36</sup>

1. Durasi Singkat dan Perhatian Terbatas, sebagaimana video di TikTok memiliki durasi yang pendek, sehingga pesan yang disampaikan harus ringkas, padat, dan mampu segera menarik perhatian audiens.
2. Risiko Salah Paham atau Penolakan, sebagaimana penyampaian pesan yang terlalu keras atau kurang relevan dengan konteks dapat menimbulkan kesalahpahaman, bahkan membuat sebagian orang menolak pesan Injil.
3. Algoritma yang Tidak Konsisten, sebagaimana konten hiburan, tren, atau tantangan viral terkadang mendominasi jangkauan, sehingga konten rohani memerlukan strategi khusus agar tetap terlihat oleh audiens.
4. Godaan untuk Mengejar Viralitas, tentu adanya kecenderungan fokus pada jumlah *views*, *share*, dan *like* dapat menggeser motivasi penginjilan dari menyampaikan kebenaran menjadi sekadar mencari popularitas.
5. Kritik dan Serangan Digital, sebagaimana konten rohani sering kali menerima komentar negatif, ujaran kebencian, atau pelaporan dari pihak yang tidak setuju,

<sup>35</sup> Daniel Ronda, *Komunikasi Kristen Kontemporer*, 189-192.

<sup>36</sup> Giphagill, *Tantangan Dalam Penginjilan Lewat Aplikasi Tiktok*, diakses pada Sabtu, 8 November 2025 pukul 18:54, <https://id.scribd.com/document/864357219/Tantangan-dalam-Penginjilan-Lewat-Aplikasi-TikTok#:~:text=8.%20Kesulitan%20Membina%20Discipleship%20Lanjutan%20:%20Aplikasi,ge%20lokal%2C%20grup%20diskusi%2C%20atau%20platform%20lain.>

sehingga pelayan Injil digital membutuhkan ketahanan mental dan spiritual yang kuat.

## B. Dampak dan Efektivitas Penginjilan Melalui Tiktok

Penginjilan melalui TikTok telah memperlihatkan sejumlah dampak positif dalam upaya penyebaran Injil di era digital. Oleh karena itu, penting untuk melakukan evaluasi yang menyeluruh guna menilai sejauh mana media sosial efektif digunakan sebagai sarana penginjilan.

### a. Jangkauan yang Lebih Luas

TikTok membuka peluang bagi pesan Injil untuk sampai kepada audiens yang sebelumnya sulit dijangkau melalui cara penginjilan tradisional. Generasi muda, khususnya mereka yang jarang mengikuti kegiatan gereja atau aktivitas keagamaan formal, dapat terpapar dengan konten rohani melalui platform ini. Data menunjukkan bahwa konten keagamaan di media sosial memiliki potensi jangkauan yang luas, terutama di kalangan *digital natives*.<sup>37</sup>

### b. Meningkatkan Kesadaran Akan Iman Kristen

Konten TikTok yang kreatif dan menarik dapat menumbuhkan rasa penasaran terhadap iman Kristen. Banyak pengguna yang sebelumnya tidak menunjukkan minat terhadap agama menjadi lebih terbuka untuk mempelajari lebih jauh setelah terpapar konten penginjilan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Dengan demikian, media sosial berperan penting dalam tahap pre-evangelism, yakni mempersiapkan audiens sebelum penginjilan yang lebih mendalam dilakukan.<sup>38</sup>

### c. Memfasilitasi Percakapan Rohani

TikTok menyediakan ruang bagi percakapan rohani yang lebih santai dan tidak menakutkan bagi generasi muda. Melalui fitur komentar dan pesan langsung, terjadi dialog personal mengenai iman yang berpotensi berlanjut ke pembinaan yang lebih mendalam. Berbagai kesaksian menunjukkan bahwa interaksi di media sosial

<sup>37</sup> Daniel Nuhamara, *Strategi Komunikasi Injil di Era Digital* (Bandung: Bina Media Informasi, 2021), 134-136.

<sup>38</sup> Bambang Budijanto, *Gereja dan Media Digital* (Jakarta: Literatur Perkantas, 2022), 189-191.

sering menjadi pintu masuk bagi seseorang untuk kemudian terlibat dalam komunitas gereja.<sup>39</sup>

d. Memperkuat Identitas Kristen di Ruang Publik

Keberadaan konten Kristen di TikTok turut memperkuat identitas serta visibilitas iman Kristen di ruang publik digital. Hal ini menjadi penting, terutama dalam konteks masyarakat modern yang semakin pluralistik dan sekuler. Generasi muda Kristen pun memiliki kesempatan untuk menemukan role model dan komunitas yang dapat memperkokoh iman mereka di tengah tekanan sosial.<sup>40</sup>

e. Keterbatasan dalam Pembinaan Iman yang Mendalam

Meski efektif dalam menjangkau audiens dan menarik perhatian, TikTok memiliki keterbatasan dalam hal pembinaan iman yang mendalam serta transformasi karakter. Penginjilan melalui media sosial sebaiknya dipahami sebagai bagian dari ekosistem pelayanan yang lebih luas, bukan sebagai pengganti interaksi personal dan komunitas iman secara nyata. Keberhasilan jangka panjang tetap memerlukan integrasi dengan pelayanan gereja yang menyeluruh.<sup>41</sup>

### C. Kelemahan TikTok Dalam Penginjilan dan Cara Mengatasinya

Meskipun TikTok sangat populer, ada beberapa kelemahan ketika dipakai untuk penginjilan. Pertama, karena TikTok fokus pada video singkat dan hiburan, pesan rohani sering terpotong-potong dan kurang mendalam. Akibatnya, isi Injil bisa terlihat seperti informasi cepat tanpa penjelasan teologis yang cukup.<sup>42</sup> Selain itu, pola komunikasi di media seperti TikTok biasanya membuat orang hanya memiliki perhatian yang pendek, sehingga mereka cenderung menangkap pesan iman secara dangkal.<sup>43</sup> Tidak hanya itu, relasi yang terbentuk secara online membuat pendeta atau penginjil sulit membangun hubungan pribadi, padahal itu sangat penting dalam pelayanan.<sup>44</sup> Untuk mengatasi hal ini, gereja dapat membuat video singkat seperti renungan penuh atau kelas pemuridan, menjaga kualitas interaksi di kolom komentar dan membangun komunitas digital yang memungkinkan hubungan yang lebih dekat dan mendalam.

<sup>39</sup> Yulia Oeniyati, *Penginjilan Kepada Suku Digital* (Yogyakarta: Yayasan Lembaga SABDA, 2020), 78-80.

<sup>40</sup> Bambang Budijanto, *Gereja dan Media Digital*, 201-203.

<sup>41</sup> Yulia Oeniyati, *Penginjilan Kepada Suku Digital*,

<sup>42</sup> Jalaluddin Rakmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007), 52.

<sup>43</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, 89-90.

<sup>44</sup> W. A. Hoad, *Penginjilan Pribadi* (Malang: Gandum Mas, 2003), 17-18.

#### **D. Contoh Penginjilan Dengan Tiktok**

Di tengah perkembangan pesat era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0, gereja ditantang untuk terus beradaptasi. Gereja perlu membuka diri terhadap berbagai perubahan dan memanfaatkan peluang baru, termasuk dalam cara memberitakan Injil. Penginjilan tidak lagi hanya dilakukan secara tatap muka atau dari rumah ke rumah, tetapi juga melalui strategi digital yang kini mendominasi dunia, seperti YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, dan berbagai platform lainnya. Gereja tetap harus bertumbuh, baik secara kualitas maupun kuantitas, sekalipun berada dalam arus persaingan dan perubahan zaman yang begitu cepat.<sup>45</sup>

Dalam tugas pemberitaan Injil, gereja membutuhkan ruang yang luas, baik di dunia nyata maupun dunia digital. Salah satu media yang sangat efektif saat ini adalah aplikasi TikTok. Ada beberapa alasan mengapa TikTok dapat menjadi sarana yang strategis untuk menyampaikan kabar baik Kristus. Pertama, platform ini tidak menuntut kemampuan teknis yang rumit karena dalam hal ini yang perlu ialah kreativitas dalam menyajikan pesan. Kedua, TikTok merupakan platform yang sangat populer dan mudah diakses oleh semua kalangan tanpa batasan usia. Ketiga, daya sebar kontennya sangat luas sehingga pesan yang disampaikan dapat menjangkau banyak orang dalam waktu singkat. Karena itu, gereja dapat memanfaatkan TikTok sebagai ruang pelayanan digital dengan menghadirkan video pendek berisi Firman Tuhan atau konten rohani kreatif lainnya. Tidak dapat dipungkiri bahwa tren di TikTok sering kali muncul secara tidak terduga. Salah satu contoh adalah lagu “Tuhan Yesus Tidak Berubah” yang sempat viral. Lagu ini tidak hanya digunakan oleh orang Kristen, tetapi juga oleh banyak pengguna non-Kristen yang mengikuti tren tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa pesan iman dapat menjangkau audiens yang lebih luas melalui platform digital.<sup>46</sup>

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan kajian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penginjilan melalui TikTok merupakan respons kreatif dan kontekstual terhadap perubahan cara komunikasi di era digital. TikTok hadir sebagai ruang baru yang efektif untuk menyampaikan Injil kepada generasi muda melalui video pendek yang menarik, relevan, dan mudah diakses.

<sup>45</sup> Nicolien Meggy Sumakul, dkk, *Membangun Generasi Y dan Z Sebagai Pemimpin Muda Kristen di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2023), 200.

<sup>46</sup> Garry Rulian, Media Pemberitaan Injil Melalui Tiktok Era 5.0 Perspektif Guichun di Jemaat Rantetallang, dalam *Jurnal Misiologi Dan Komunikasi Kristen*. Diakses pada Kamis 4 Desember 2025 pukul 15:47, <https://share.google/Zq2Ch73wJ7hiB15H1>.

Keunggulan platform ini seperti jangkauan yang luas, algoritma yang mendukung penyebaran konten, serta tingkat interaktivitas yang tinggi memungkinkan pesan Injil disampaikan dengan cara yang lebih dekat dan personal. TikTok tidak sekadar media hiburan, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran iman yang membuka percakapan rohani secara alami di lingkungan digital. Namun, penginjilan melalui TikTok juga menghadapi sejumlah tantangan. Durasi video yang singkat menuntut pesan yang padat dan jelas, risiko kesalahpahaman serta komentar negatif menuntut keteguhan rohani, dan tekanan algoritma dapat mendorong kreator untuk mengejar popularitas ketimbang kesetiaan pada kebenaran Injil. Oleh karena itu, dibutuhkan keaslian, kedewasaan rohani, serta strategi penyampaian yang tetap menjaga substansi teologis. Penginjilan digital melalui TikTok tidak dapat berdiri sendiri, melainkan harus menjadi bagian dari ekosistem pelayanan gereja yang lebih luas, agar pembinaan iman dapat berlangsung secara mendalam melalui interaksi langsung, komunitas, dan pendampingan spiritual. Sejalan dengan itu, disarankan agar para pelayan, kreator konten rohani, maupun gereja memahami karakteristik platform, menyampaikan pesan Injil secara kreatif dan sesuai konteks, serta memanfaatkan fitur interaktif seperti komentar, duet, dan live untuk membangun hubungan yang lebih berarti dengan audiens. Gereja juga perlu memberikan dukungan berupa literasi digital, pelatihan produksi konten, serta pendampingan teologis bagi pelayan digital. Dengan langkah-langkah ini, penginjilan melalui TikTok dapat berjalan efektif, tetap penuh integritas, dan berpusat pada karya Roh Kudus yang mengubah hati manusia

## DAFTAR PUSTAKA

- ....., *Ensiklopedia Alkitab Masa Kini*. Jakarta: Yayasan Komunikasi Bina Kasih, 2008.
- ....., *Penginjilan Masa Kini 2*. Malang: Gandum Mas, 1998.
- Barclay, William. *Pemahaman Alkitab Setiap Hari: Injil Matius Pasal 1-10*. Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2014.
- Bosch, David J. *Transformasi Misi Kristen: Sejarah Teologi Misi yang Mengubah dan Berubah*. Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2018.
- Budijanto, Bambang. *Gereja dan Media Digital*. Jakarta: Literatur Perkantas, 2022.
- Degeng, Nyoman Sudana. *Ilmu Pembelajaran: Klasifikasi Variabel untuk Pengembangan Teori dan Penelitian*. Bandung: Aras Media, 2013.

- GP, Harianto. *Gospel For City: Strategi Transformasi Melalui Misi Penginjilan*. Yogyakarta: ANDI, 2025.
- Handoko, Yakub Tri. *Misi dan Penginjilan: Perspektif Alkitabiah dan Praktis*. Yogyakarta: ANDI, 2019.
- Henry, Matthew. *Tafsiran Matthew Henry: Injil Matius 1-14*. Surabaya: Momentum, 2015.
- Hermawan, Budi. *Teknologi Komunikasi dan Pendidikan Agama*. Jakarta: Kencana, 2019.
- Hoad, W. A. *Penginjilan Pribadi*. Malang: Gandum Mas, 2003.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2017.
- Nuhamara, Daniel. *Strategi Komunikasi Injil di Era Digital*. Bandung: Bina Media Informasi, 2021.
- Oeniyati, Yulia. *Penginjilan Kepada Suku Digital*. Yogyakarta: Yayasan Lembaga SABDA, 2020.
- Pasaribu, Endang. *Pendidikan Agama Kristen*. Yogyakarta: Karya Bakti Makmur, 2021.
- Piper, John. *Misi Allah: Panggilan Tertinggi Gereja*. Jakarta: Literatur Perkantas, 2018.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2007.
- Ronda, Daniel. *Komunikasi Kristen Kontemporer*. Bandung: Kalam Hidup, 2020.
- Setiawan, Judhie. *Komunikasi Massa: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2020.
- Simanjuntak, Julianto. *Media Sosial dan Pelayanan Gereja di Era Digital*. Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2021.
- Smith, Ebbie C. *Bagaimana Gereja Bertumbuh*. Bandung: Kalam Hidup, 2011.
- Stott, John. *Khotbah di Bukit*. Jakarta: Yayasan Komunikasi Bina Kasih, 2012.
- Strong, James. *Strong's Exhaustive Concordance of The Bible*. Iowa: Riverside Book and Bible House Iowa Falls, t.t.
- Sumakul, Nicolien Meggy, dkk. *Membangun Generasi Y dan Z Sebagai Pemimpin Muda Kristen di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2023.
- Susabda, Yakub. *Misi Gereja Dalam Konteks Dunia*. Malang: Gandum Mas, 2013.

Tamburaka, Apriadi. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

Teng, Philip. *Strategi Penginjilan Masa Kini*. Jakarta: Metanoia Publishing, 2019.

Tomatala, Yakob. *Penginjilan Masa Kini 1*. Malang: Gandum Mas, 1998.

Van Hoten, Yunus. *Penginjilan Rasul Paulus: Eksposisi Makna Teks Kisah Para Rasul*. Jakarta: Publica Indonesia Utama, 2025.

Wiersbe, Warren. *Komentar Alkitab Perjanjian Baru*. Bandung: Kalam Hidup, 2012.

Gipthagill. "Tantangan Dalam Penginjilan Lewat Aplikasi Tiktok." Diakses dari <https://id.scribd.com/document/864357219/Tantangan-dalam-Penginjilan-Lewat-Aplikasi-TikTok>.

Rulian, Garry. Media Pemberitaan Injil Melalui Tiktok Era 5.0 Perspektif Guichun di Jemaat Rantetallang, *dalam Jurnal Misiologi Dan Komunikasi Kristen*.

Watie, Errika Dwi Setya. "Komunikasi dan Media Sosial." *The Messenger: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 2 (2016): 69-74