

STRATEGI PENGEMBANGAN REMAJA MELALUI MEDIA SOSIAL

Timothy Rey Laheba*, Yanto Paulus Hermanto

Sekolah Tinggi Teologi Kharisma
email korespondensi: timothylaheba@gmail.com*

Diterima tanggal: 25-06-2024

Dipublikasikan tanggal: 28-06-2024

Abstract. *The role of information technology in church ministry is becoming increasingly important nowadays. One of the technological developments that is currently widely used in church services is social media. This social media is widely used because it can reach many people very quickly and easily. This research was conducted to understand the strategies that can be used by churches to effectively shepherd the youth generation. The teenage generation is a generation that is very close to social media. The teenage generation is at the stage of searching for identity and is very easily exposed to negative content on social media. This is a reason for the church to be present and provide shepherding through social media to them. This research uses a literature study approach to find four factors that influence the quality of shepherding carried out by churches through social media. These factors are the choice of social media used, content shared, human resources involved and continuous innovation. By paying attention to these four factors, it is hoped that the church will be able to overcome challenges and provide more effective shepherding to the younger generation.*

Keywords: *Social media, Pastoral care, Teenagers*

Abstrak. Peran teknologi informasi dalam pelayanan gereja menjadi semakin penting pada masa sekarang ini. Salah satu perkembangan teknologi yang saat ini banyak digunakan dalam pelayanan gereja adalah media sosial. Media sosial ini banyak digunakan karena dapat menjangkau banyak orang dengan sangat cepat dan mudah. Penelitian ini dilakukan untuk memahami strategi yang dapat digunakan oleh gereja untuk melakukan pengembangan yang efektif kepada generasi remaja. Generasi remaja merupakan generasi yang sangat dekat dengan media sosial. Generasi remaja berada pada tahap pencarian jati diri dan sangat mudah terpapar dengan konten-konten negatif yang ada di media sosial. Hal ini menjadi alasan bagi gereja untuk hadir dan melakukan pengembangan melalui media sosial kepada mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kepustakaan untuk menemukan empat faktor yang berpengaruh terhadap kualitas pengembangan yang dilakukan gereja melalui media sosial. Faktor-faktor ini adalah pilihan media sosial yang digunakan, konten yang dibagikan, sumber daya manusia yang terlibat dan inovasi yang berkelanjutan. Dengan memberikan perhatian kepada empat faktor ini, diharapkan gereja akan mampu mengatasi tantangan dan memberikan pengembangan yang lebih efektif kepada generasi remaja.

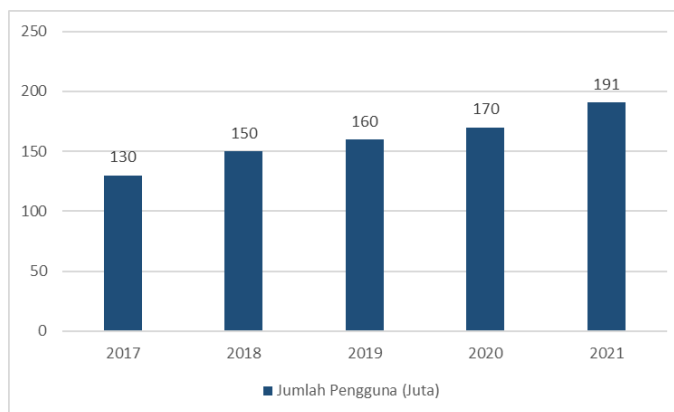
Kata kunci: Media sosial, Pengembangan, Remaja

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi telah membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia, terutama dalam pelayanan gereja-gereja selama pandemi COVID-19. Dimulai pada Maret 2020, pandemi memaksa gereja-gereja mencari alternatif metode untuk menjangkau jemaat karena pembatasan sosial yang diberlakukan pemerintah (Bryson, Andres, dan Davies 2020). Pemanfaatan teknologi menjadi solusi utama, memungkinkan pertemuan dan ibadah virtual, kunjungan orang sakit, dan kegiatan pelayanan lainnya dilakukan secara online.

Teknologi informasi dan komunikasi, termasuk media sosial, berdampak signifikan pada kebiasaan, karakter, dan mental remaja Kristen manusia (Berkup 2014). Meskipun teknologi memberikan banyak manfaat, generasi remaja yang belum matang sering terpengaruh oleh konten negatif di dunia maya, menyebabkan perbedaan karakter dibandingkan kelompok umur lainnya dalam gereja. Banyaknya pilihan hiburan saat ini juga berpotensi mengurangi minat remaja terhadap belajar Alkitab dan spiritualitas Kristen (Zega 2021).

Media sosial memiliki potensi besar sebagai media penggembalaan efektif bagi remaja. Menurut laporan *We Are Social*, pengguna media sosial di Indonesia meningkat, mencapai 191 juta pada 2021 (Mahdi 2022). Tren ini digambarkan pada Gambar 1. Sejak pandemi COVID-19, banyak gereja menggunakan media sosial seperti *YouTube* dan *Facebook* untuk penginjilan dan ibadah (Herring 2021). Media sosial menawarkan berbagai kelebihan, termasuk kemampuan kustomisasi yang memudahkan penyesuaian penginjilan sesuai kebutuhan jemaat, sehingga membuat proses penginjilan dan pelayanan lebih efektif.



Gambar 1.

Pertumbuhan jumlah pengguna media sosial di Indonesia dalam 5 tahun terakhir

Generasi remaja memiliki karakter berbeda dibandingkan demografi lain dalam gereja, karena masa remaja adalah masa transisi dari anak-anak menuju dewasa (Erhansyah 2018). Generasi ini sangat menikmati manfaat perkembangan teknologi yang pesat (Edison dan Tafonao 2021), sehingga gereja perlu mencari pendekatan terbaik untuk pengembalaan. Paparan informasi yang besar menuntut gereja menemukan cara efektif untuk membimbing generasi muda di Indonesia.

Remaja Kristen sangat dekat dengan media sosial, yang bisa berdampak negatif jika tidak bijak digunakan (Salamor dan Salamor 2021). Konten negatif seperti *prank*, *bullying*, dan pornografi dapat mempengaruhi perilaku dan mental remaja. Orang tua tidak selalu dapat mengontrol konsumsi media sosial anak-anak, sehingga gereja harus berperan aktif membawa terang dalam kehidupan remaja, termasuk dalam penggunaan media sosial.

Media sosial memiliki pengaruh besar terhadap perilaku dan keputusan pembelian generasi remaja, yang sering menggunakannya sebelum membeli

sesuatu (Ioanăș dan Stoica 2014). *Peer pressure* melalui media sosial mempengaruhi preferensi mereka (Montgomery et al. 2020), dan terdapat hubungan positif antara penggunaan media sosial dan tindakan berisiko pada remaja (Vannucci et al. 2020). Penelitian menunjukkan media sosial signifikan mempengaruhi perilaku generasi muda, baik positif maupun negatif. Sayangnya, paparan konten buruk di media sosial menyebabkan penurunan moral remaja Kristen (Simangunsong et al. 2022).

Generasi remaja memerlukan perhatian khusus dari gereja karena masa remaja adalah masa pencarian jati diri (Puspitasari dan Targunawan 2014). Pada masa ini, kontrol orang tua berkurang, dan remaja cenderung mencoba hal-hal baru tanpa memikirkan konsekuensi. Minimnya pengalaman dan tanggung jawab memperparah hal ini, ditambah keterbukaan informasi yang tidak selalu positif.

Gereja perlu membekali remaja Kristen untuk menyaring informasi dari media sosial. Media sosial, bagian integral kehidupan remaja Kristen (Paakkari et al. 2021), dapat menjadi alternatif utama bagi gereja untuk penggembalaan. Media sosial digunakan remaja untuk informasi, berbagi, dan menunjukkan eksistensi diri. Gereja harus memanfaatkan media sosial untuk penginjilan kreatif dan meningkatkan kualitas pelayanan (Darmawan et al. 2021). Pelayan Tuhan bisa menggunakan media sosial untuk menginspirasi pengikutnya (Burge dan Williams 2019), menjadikannya alat penggembalaan efektif bagi generasi remaja.

Penelitian menunjukkan bahwa penggembalaan melalui media sosial menjadi pendekatan baru yang digunakan gereja sebagai respons terhadap perkembangan teknologi informasi yang pesat. Media sosial dapat menjadi ruang

sakral yang mendekatkan gereja kepada generasi muda Kristen, terutama Gen-Z (Lumban Gaol dan Hutasoit 2021), dan memperluas jangkauan pelayanan (Inriani 2021). Meskipun banyak konten negatif, gereja harus melihat melampaui itu dan menggunakan media sosial untuk menyatakan kehadiran Allah tanpa batasan ruang dan waktu (Afandi 2018). Penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang tepat dapat memberikan keuntungan besar dalam pelayanan gereja, meskipun tidak mudah dilakukan (Feliciano Camerling dan Ch 2020).

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana penggembalaan kreatif dan efektif bagi remaja Kristen. Tantangan besar bagi gereja adalah paparan konten negatif yang menarik dan kurangnya konten penggembalaan yang sesuai dengan preferensi remaja. Meskipun ada penelitian tentang peran media sosial dalam pelayanan gereja, sangat sedikit yang merancang strategi efektif untuk penggembalaan remaja Kristen. Penelitian ini akan membantu gereja merancang pendekatan dan langkah konkret untuk penggembalaan melalui media sosial, memungkinkan gereja mendekati dan membimbing remaja lebih efektif, sehingga mereka dapat bertumbuh dan semakin serupa dengan Kristus dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan paparan sebelumnya, penelitian ini akan menjawab dua pertanyaan utama: Apa saja tantangan utama bagi gereja dalam melakukan penggembalaan bagi remaja Kristen melalui media sosial dan bagaimana mengatasi tantangan ini untuk menciptakan strategi penggembalaan yang efektif bagi remaja Kristen menggunakan media sosial?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dari berbagai sumber yang relevan. Dimulai dengan identifikasi masalah, penelitian ini akan melakukan studi literatur untuk menilai sejauh mana penelitian terkait telah dilakukan. Fase pertama adalah memahami tantangan gereja dalam penggembalaan melalui media sosial. Setelah tantangan dipahami, fase kedua akan menjawab tantangan tersebut dan menciptakan strategi efektif untuk penggembalaan remaja Kristen melalui media sosial. Langkah terakhir adalah merancang kerangka kerja untuk memanfaatkan media sosial sebagai media penginjilan bagi generasi remaja dan menarik kesimpulan dari penelitian ini.

HASIL PENELITIAN

Tantangan Penggembalaan Kepada Remaja Melalui Media Sosial

Terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi oleh gereja untuk menciptakan pendekatan atau strategi penggembalaan yang tepat melalui media sosial kepada generasi remaja Kristen. Beberapa tantangan tersebut disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1.
Tantangan dalam penggembalaan generasi remaja melalui media sosial

<i>Tantangan</i>	<i>Penjelasan</i>	<i>Referensi</i>	<i>Poin Kesimpulan</i>
Konten yang tidak sesuai dengan preferensi dan kebutuhan generasi remaja	Konten yang diproduksi dan dibagikan oleh Gereja melalui akun media sosial mereka tidak menjawab kebutuhan dari generasi remaja	(Pakpahan et al. 2022)	Penggunaan media sosial seperti Instagram, Youtube dan WhatsApp harus dibarengi dengan penggunaan bahasa yang mudah dimengerti dan menarik bagi generasi muda
		(Bocala-Wiedemann 2022)	Konten dengan format tulisan dan video yang panjang bukanlah konten yang menarik untuk bagi generasi muda

		(Dunaetz 2019)	Konten penggembalaan yang tidak dipikirkan dengan baik dapat membuat orang ragu-ragu untuk membagikan dan meneruskan konten ini di media sosial
		(Moody 2023)	Konten yang diproduksi oleh gereja memiliki kecenderungan kepada apa yang diminati dibandingkan dengan apa yang dibutuhkan oleh jemaat
Utilisasi fitur media sosial yang belum maksimal	Terdapat beberapa fitur dari media sosial yang dapat digunakan oleh gereja untuk meningkatkan engagement mereka dengan generasi remaja	(Kidder 2016)	Media sosial memungkinkan terjadinya hubungan dua arah antara kreator dan para pengikutnya
		(Kunle Badmos 2014)	Media sosial merupakan sebuah alat untuk membantu gereja mengatasi tantangan yang dihadapi oleh anggota gereja untuk menciptakan hubungan sosial yang positif
		(Gultom et al. 2022)	Ruang virtual merupakan salah satu peluang yang harus dimanfaatkan oleh gereja untuk
Perubahan yang sangat cepat akibat pandemi COVID-19	Minimalnya pengalaman gereja akibat adopsi media sosial yang sangat cepat di masa pandemi dapat menghasilkan kualitas pelayanan yang tidak optimal	(Reimann 2017)	Perubahan pelayanan yang awalnya dilakukan secara tatap muka dapat menyebabkan ketidakpastian dan keengganan untuk melakukan pelayanan melalui pendekatan <i>online</i>
		(Lim 2017)	Beberapa gereja belum menggunakan media sosial secara optimal untuk melakukan pelayanan kepada jemaatnya
		(Kathambi Fridah, Josephine Gitome, dan John P. Bwire 2022)	Pengelolaan media sosial gereja yang tidak dilakukan oleh orang yang memiliki kompetensi di bidang ini
Persepsi buruk tentang media sosial	Media sosial dipandang negatif oleh beberapa orang sehingga dapat menjadi penghambat untuk menjangkau generasi remaja melalui platform ini	(Pang 2022)	Media sosial dapat memberikan dampak yang buruk bagi generasi remaja maupun anak-anak
		(Bowman, Osueke, dan Baires 2021)	Beberapa teknik atau bentuk konten kristiani yang dibagikan pada media sosial dapat dipandang ofensif oleh beberapa kelompok

Strategi Pengembalaan Kepada Remaja Melalui Media Sosial

Berdasarkan penelitian ini, penulis menemukan beberapa strategi yang dapat digunakan dalam pengembalaan kepada remaja melalui media sosial. Faktor pertama yang harus diperhatikan gereja untuk pengembalaan remaja Kristen adalah memilih media sosial yang tepat. Terdapat sembilan jenis media sosial: 1) *Online Social Networking* seperti *Facebook* dan *LinkedIn*, memungkinkan interaksi melalui status, komentar, dan pesan; 2) *Blogging* seperti *WordPress* dan *Medium*, menyediakan platform untuk konten teks dan multimedia; 3) *Micro-blogging* seperti *Twitter*, dengan konten terbatas; 4) Wikis seperti *Wikipedia*, memungkinkan kolaborasi pengeditan; 5) *Social News* seperti *Reddit*, untuk berbagi dan memilih berita; 6) *Social Bookmaking* seperti *Delicious*, untuk menyimpan dan berbagi tautan; 7) *Media Sharing* seperti *YouTube* dan *Flickr*, untuk berbagi video dan foto; 8) *Opinion, Reviews, and Rating* seperti *Yelp*, untuk komentar tentang produk dan layanan; 9) *Answers* seperti *Yahoo! Answers*, untuk mencari dan memberikan nasihat. Pemilihan media yang tepat akan membantu gereja menjangkau remaja secara efektif (Koukaras, Tjortjis, dan Rousidis 2020).

Penelitian menunjukkan bahwa generasi remaja memiliki preferensi khusus terhadap media sosial, terutama *Instagram* dan *YouTube*, untuk mendapatkan informasi dalam bentuk gambar, video, dan teks (Pakpahan et al. 2022). Mereka lebih menyukai format video pendek dan foto, serta menghindari konten tulisan panjang dan video berdurasi lebih dari tiga menit (Bocala-Wiedemann 2022). Oleh karena itu, gereja harus fokus pada *Instagram*, *TikTok*,

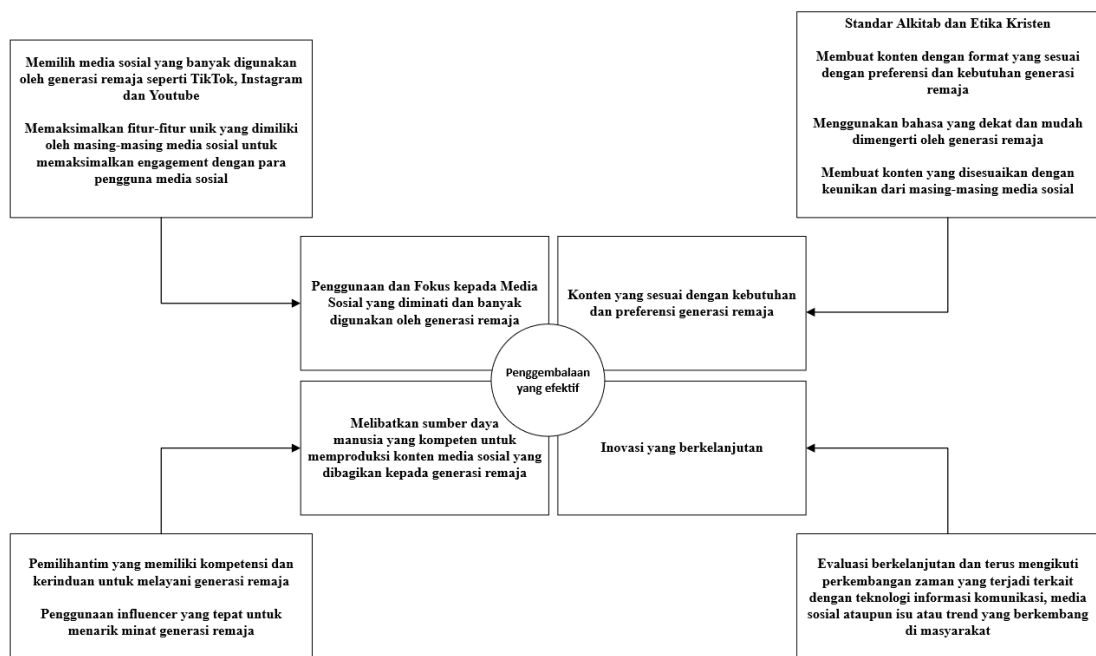
dan *YouTube* untuk penggembalaan. Selain itu, konten yang dibagikan harus disesuaikan dengan keunikan setiap platform, bukan disamakan. Dengan memilih media sosial yang tepat, gereja dapat mendekati remaja Kristen lebih efektif dan meningkatkan peluang penggembalaan yang berhasil.

Faktor kedua adalah konten media sosial. Pemilihan saluran media sosial yang tepat harus diimbangi dengan konten yang sesuai untuk penggembalaan efektif kepada remaja Kristen (Pakpahan et al. 2022). Gereja harus bersaing dengan banyaknya konten media sosial untuk menarik perhatian remaja, sehingga konten harus menarik dan menjawab kebutuhan mereka. Konten harus tetap berstandar Alkitab dan etika Kristen (Gultom et al. 2022). Remaja lebih menyukai foto dan video pendek (Bocala-Wiedemann 2022), sehingga gereja perlu memproduksi konten video pendek yang menarik, termasuk memotong video khotbah panjang menjadi bagian-bagian menarik. Tema konten seperti kisah perubahan hidup, pemikiran tentang Tuhan, dan contoh hidup Kristen yang benar memiliki dampak besar (Bowman, Osueke, dan Baires 2021). Format seperti kutipan bijak, fakta menarik, dan infografis juga dapat menginspirasi remaja dalam penggembalaan melalui media sosial (Bocala-Wiedemann 2022).

Faktor ketiga adalah sumber daya manusia. Kualitas konten media sosial gereja bergantung pada tim yang membuatnya, memerlukan konten kreator dengan kemampuan penulisan, foto, video, dan musik berkualitas tinggi (Blank 2013). Konten kreator harus memahami target penonton mereka, karena remaja memiliki kebutuhan dan ketertarikan khusus. Memilih kreator berpengalaman dan bersemangat melayani remaja akan meningkatkan kualitas konten

pengembangan. Gereja juga dapat menggunakan *influencer* untuk meningkatkan engagement. *Influencer* Kristen yang tepat, dengan paras menarik, kemampuan komunikasi baik, dan kualitas hidup yang bertumbuh dalam Tuhan, akan membuat konten lebih relevan dan inspiratif (Pakpahan et al. 2022; Jaakonmäki, Müller, dan vom Brocke 2017; Myers et al. 2023).

Faktor keempat adalah inovasi berkelanjutan. Gereja harus terus berinovasi karena perkembangan teknologi dan media sosial terjadi cepat dan masif (Jungselius dan Weilenmann 2019). Preferensi dan kebutuhan remaja bisa berubah, sehingga gereja harus menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Jika muncul platform media sosial baru yang menarik bagi remaja, gereja harus siap belajar dan menggunakannya untuk pengembangan.



Gambar 2.
Strategi pengembangan remaja melalui media sosial

Berdasarkan faktor-faktor yang telah dipaparkan di atas, penelitian ini menyusun sebuah strategi atau pendekatan yang dapat digunakan oleh gereja untuk melakukan penggembalaan kepada generasi remaja Kristen melalui media sosial. Strategi ini disajikan pada Gambar 2 di atas.

KESIMPULAN

Penggunaan media sosial untuk pelayanan gereja menjadi umum selama pandemi COVID-19, memberikan dampak positif bagi pertumbuhan iman jemaat karena jangkauan yang luas dan akses mudah. Remaja, sebagai pengguna besar media sosial, memiliki kebutuhan dan preferensi berbeda dari generasi lain, menuntut gereja melakukan pendekatan penggembalaan yang berbeda. Penelitian ini menghasilkan strategi untuk membantu gereja dalam penggembalaan remaja melalui media sosial, mengidentifikasi empat faktor kunci: pemilihan media sosial yang sesuai, produksi konten yang relevan, pemilihan tim pengelola media sosial yang kompeten dan berdedikasi, serta inovasi berkelanjutan dalam menghadapi perkembangan teknologi. Memperhatikan faktor-faktor ini akan meningkatkan efektivitas penggembalaan gereja kepada remaja melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Yahya. 2018. "Gereja Dan Pengaruh Teknologi Informasi 'Digital Ecclesiology.'" *FIDEI: Jurnal Teologi Sistematis dan Praktika* 1, no. 2 (Desember): 270–83. <https://doi.org/10.34081/fidei.v1i2.12>.
- Berkup, Sezin Baysal. 2014. "Working with generations X and Y In generation Z period: Management of different generations in business life." *Mediterranean Journal of Social Sciences* 5, no. 19: 218–29. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n19p218>.
- Blank, Grant. 2013. "WHO CREATES CONTENT?: Stratification and content

- creation on the Internet.” *Information Communication and Society* 16, no. 4: 590–612. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.777758>.
- Bocala-Wiedemann, Trisney J. 2022. “Social media as a tool for evangelism among youth and young adults.” *Great Commission Research Journal* 14, no. 1: 19–34.
- Bowman, Glen Alan, Blessing Osueke, dan Samantha Baires. 2021. “Effects of Christian Faith Sharing Through Social Media: Examining Belief System Changes, Behavioral Changes, and User Preferences.” *American Research Journal of Humanities and Social Sciences* 7, no. 1: 1–8. <https://doi.org/10.21694/2378-7031.21016>.
- Bryson, John R., Lauren Andres, dan Andrew Davies. 2020. “COVID-19, Virtual Church Services and a New Temporary Geography of Home.” *Tijdschrift voor economische en sociale geografie* 111, no. 3 (Juli): 360–72. <https://doi.org/10.1111/tesg.12436>.
- Burge, Ryan P., dan Miles D. Williams. 2019. “Is social media a digital pulpit? how evangelical leaders use twitter to encourage the faithful and publicize their work.” *Journal of Religion, Media and Digital Culture* 8, no. 3. <https://doi.org/10.1163/21659214-00803004>.
- Darmawan, I Putu Ayub, Nasokhili Giawa, Katarina Katarina, dan Sabda Budiman. 2021. “COVID-19 Impact on Church Society Ministry.” *International Journal of Humanities and Innovation (IJHI)* 4, no. 3. <https://doi.org/10.33750/ijhi.v4i3.122>.
- Dunaetz, David R. 2019. “Evangelism, Social Media, and the Mum Effect.” *Evangelical Review of Theology* 43, no. 2: 138–51.
- Edison, dan Talizaro Tafonao. 2021. “Strategi Guru Agama Kristen Dalam Membentuk Karakter Generasi Muda Di Era Industri 4.0.” *Jurnal Shanan* 5, no. 2: 111–22. <https://doi.org/10.33541/shanan.v5i2.3053>.
- Erhansyah. 2018. “246 Mengatasi Kenakalan Remaja Pada Masa Transisi.” *Remaja, Mengatasi Kenakalan IV*, no. 2: 246–59.
- Feliciano Camerling, Yosua, dan Mershy Ch. 2020. “GEREJA BERMISI MELALUI MEDIA DIGITAL DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0.” *Jurnal Teologi Kristen* 2, no. 1: 1–22.
- Gultom, Joni Manumpak Parulian. 2021. “Diskursus Influencer Kristen Dalam Misi Dan Penginjilan Kepada Native Digital.” *VOX DEI: Jurnal Teologi dan Pastoral* 2, no. 2: 1–16. <https://doi.org/10.46408/vxd.v2i2.60>.
- Gultom, Joni Manumpak Parulian, Fransiskus Irwan Widjaja, Martina Novalina, Ester Lina Situmorang, dan Yohana Natassa. 2022. “Pastoral Strategy in Developing the Dimension of Understanding Generation Z.” *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili dan Pembinaan Warga Jemaat* 6, no. 1: 47. <https://doi.org/10.46445/ejti.v6i1.472>.

- Herring, Roweina G. 2021. "The Engagement of Digital Technology and Social Media at Promise Land Church Following COVID-19." Liberty University.
- Inriani, Eva. 2021. "Strategi Gereja Memaksimalkan Tri Panggilan Gereja Pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Teologi Pabelum (JTP)* 1, no. 1: 93–109.
- Ioanās, Elisabeta, dan Ivona Stoica. 2014. "Social media and its impact on consumers behavior." *International Journal of Economic Practices and Theories* 4, no. 2.
- Jaakonmäki, Roope, Oliver Müller, dan Jan vom Brocke. 2017. "The impact of content, context, and creator on user engagement in social media marketing." *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences* 2017-Janua, no. January: 1152–60. <https://doi.org/10.24251/hicss.2017.136>.
- Jungselius, Beata, dan Alexandra Weilenmann. 2019. "Same same but different: Changes in social media practices over time." *ACM International Conference Proceeding Series*, no. July: 184–93. <https://doi.org/10.1145/3328529.3328559>.
- Kathambi Fridah, Josephine Gitome, dan John P. Bwire. 2022. "Use of social media for evangelisation: A case of full gospel churches of Kenya (FGCK) Meru, Kenya." *Journal of Pastoral and Practical Theology (JPPT)* 1, no. 1: 25–34. <https://doi.org/10.51317/jppt.v1i1.268>.
- Kidder, S Joseph. 2016. "Using Social Media for Evangelism."
- Koukaras, Paraskevas, Christos Tjortjis, dan Dimitrios Rousidis. 2020. "Social Media Types: introducing a data driven taxonomy." *Computing* 102, no. 1: 295–340. <https://doi.org/10.1007/s00607-019-00739-y>.
- Kunle Badmos. 2014. "EFFECT OF SOCIAL MEDIA ON THE CHURCH." In *Paper presented at the 2014 Annual Conference of Theological Friends and Fellows, organized by the Redeemed Christian Bible College Lagos, Nigeria*.
- Lim, Audrey. 2017. "EFFECTIVE WAYS OF USING SOCIAL MEDIA: AN INVESTIGATION OF CHRISTIAN CHURCHES IN SOUTH AUSTRALIA." *Christian Education Journal* 14, no. 1: 23–41. <https://doi.org/10.1177/073989131701400103>.
- Lumban Gaol, Rumondang, dan Resmi Hutasoit. 2021. "Media Sosial Sebagai Ruang Sakral: Gereja yang Bertransformasi bagi Perkembangan Spiritualitas Generasi Z dalam Era Digital." *KENOSIS: Jurnal Kajian Teologi* 7, no. 1: 146–72. <https://doi.org/10.37196/kenosis.v1i1.284>.
- Mahdi, M. Ivan. 2022. "Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia." 2022.
- Montgomery, Shannon C., Michael Donnelly, Prachi Bhatnagar, Angela Carlin, Frank Kee, dan Ruth F. Hunter. 2020. "Peer social network processes and adolescent health behaviors: A systematic review." *Preventive Medicine*. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2019.105900>.

- Moody, Edward E. 2023. "The Top Ten Challenges Facing Churches in 2023 The Top Ten Challenges Facing Churches in 2023" 15, no. 1: 19–25.
- Myers, Susan, Holly A. Syrdal, Raj V. Mahto, dan Sandipan S. Sen. 2023. "Social religion: A cross-platform examination of the impact of religious influencer message cues on engagement – The Christian context." *Technological Forecasting and Social Change* 191, no. September 2022: 122442. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122442>.
- Paakkari, Leena, Jorma Tynjälä, Henri Lahti, Kristiina Ojala, dan Nelli Lyyra. 2021. "Problematic social media use and health among adolescents." *International Journal of Environmental Research and Public Health* 18, no. 4. <https://doi.org/10.3390/ijerph18041885>.
- Pakpahan, Gernaida Krisna R., Donny Charles Chandra, Ibnu Salman, Apin Militia Christi, dan Junifrius Gultom. 2022. "Social Media and Contextual Evangelism for Millennial Generation." *Proceedings of the International Conference on Theology, Humanities, and Christian Education (ICONTHCE 2021)* 669, no. Iconthce 2021: 119–23. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220702.028>.
- Pang, Huizhong. 2022. "The Negative Impact of Social Media on People's Lives." *Proceedings of the 2021 International Conference on Social Development and Media Communication (SDMC 2021)* 631, no. Sdmc 2021: 554–57. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220105.102>.
- Puspitasari, Dianika Linda, dan Targunawan. 2014. "Gambaran Psikologis: Konsep Diri Pada Anak Remaja Di Wilayah Banjir ROB." *Jurnal Keperawatan Anak II*, no. 2.
- Reimann, Ralf Peter. 2017. "'Uncharted territories': The challenges of digitalization and social media for church and society." *Ecumenical Review* 69, no. 1: 67–79. <https://doi.org/10.1111/erev.12267>.
- Salamor, Yonna Beatrix, dan Anna Maria Salamor. 2021. "Etika Bermedia Sosial Bagi Generasi Muda Gereja." *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 2: 228–31. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i2.1681>.
- Simangunsong, Bestian, Erman Saragih, Frimus Y Nababan, Jihan Panggabean, dan Lukas Van El Manik. 2022. "Kesalehan Sosial Menurut Matius 23." *CARAKA: Jurnal Teologi Biblika dan Praktika* 3, no. 2: 216–30. <https://doi.org/10.46348/car.v3i2.126>.
- Vannucci, Anna, Emily G. Simpson, Sonja Gagnon, dan Christine Mc Cauley Ohannessian. 2020. "Social media use and risky behaviors in adolescents: A meta-analysis." *Journal of Adolescence* 79. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2020.01.014>.
- Zega, Yunardi Kristian. 2021. "Pendidikan Agama Kristen dalam Keluarga : Upaya Membangun Spiritualitas Remaja Generasi Z." *Jurnal Luxnos* 7, no.

1: 105–16. <https://doi.org/10.47304/jl.v7i1.145>.