

**EFEKTIVITAS PENYAMPAIAN KABAR BAIK MELALUI MEDIA
SOSIAL YOUTUBE BERDASARKAN SUDUT PANDANG
MAHASISWA SEKOLAH TINGGI TEOLOGI DUTA PANISAL
JEMBER**

*The Effectiveness Of Delivering The Good News Through Youtube Social Media Based On
The View Of Seminary Theology Duta Panisal Jember*

Yusak Noven Susanto, S.Th, M.Pd.

Sekolah Tinggi Teologi Duta Panisal, Jember

Jl. Cempaka 48, Gebang 68117, Jawa Timur Telp.(0331) 426535

yusaknoven7@gmail.com

ABSTRACT

The delivery of the gospel is a task mandated by the Lord Jesus Christ to his disciples. This does not stop with the disciples of Jesus Christ, but also to the Apostles, the Fathers of the Church, to all believers. Seeing the rapid development of the times in the field of Information and Communication Technology, social media has become the most popular media for everyone today. In a survey conducted by a competent survey institution, it was stated that almost all humans have social media. From this it is also followed by the development of the delivery of gospel which is packaged in interesting content on social media. Through a qualitative approach using a descriptive method, the researcher wants to know the views of STT Duta Panisal students regarding the effectiveness of delivering gospel through social media Youtube.

Keywords: Gospel, Social Media, Youtube

ABSTRAK

Penyampaian Kabar Baik merupakan suatu tugas yang diamanatkan oleh Tuhan Yesus Kristus kepada muridnya. Hal ini tidak berhenti sampai kepada murid-murid Yesus Kristus, namun juga kepada Para Rasul, Bapa-bapa Gereja, sampai kepada seluruh orang percaya. Melihat perkembangan jaman yang begitu pesat dalam bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi, sosial media menjadi media yang paling diminati oleh setiap insan saat ini. Dalam sebuah survey yang dilakukan oleh lembaga survey yang kompeten menyatakan hampir seluruh manusia memiliki media sosial. Dari hal ini diikuti juga dengan perkembangan penyampaian kabar baik yang dikemas dalam konten-konten yang menarik di media sosial.. Melalui pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif, Peneliti ingin mengetahui pandangan mahasiswa STT Duta Panisal terkait efektivitas penyampaian kabar baik melalui media sosial Youtube.

Kata Kunci: Kabar Baik, Media Sosial, Youtube

PENDAHULUAN

Injil adalah kabar baik, kabar kesukaan bagi setiap orang karena didalamnya ada jalan bagi manusia untuk memperoleh keselamatan. Fokus dan arah dalam penyampaian Injil harus berpusat kepada Pribadi dan karya dari Tuhan Yesus Kristus, yang adalah Tuhan dan Juruselamat Pribadi bagi manusia. Andreas Simon menegaskan tentang komponen dalam penyampaian kabar baik hendaknya meliputi 2 hal utama yaitu: 1) Yang Ilahi dan manusiawi. Yesus bukanlah manusia dengan kemampuan-kemampuan Ilahi, tetapi Dia adalah manusia seratus persen dan Allah seratus persen. Dialah Tuhan yang menjadi manusia sejati. Allah yang sejati dan manusia yang sejati. 2) perbuatan-Nya menyelamatkan. Ciri khas agama Kristen ialah bukan manusia yang berupaya mencari Tuhan melainkan Allah dalam Yesus Kristus mengambil prakarsa mencari manusia dan menyelamatkan (Luk. 19:10; 15:1).¹

Bila melihat perkembangan penyampaian kabar baik dari pelayanan Yesus Kristus di dunia, dilanjutkan oleh murid-murid Yesus Kristus, diteruskan murid dari para rasul sampai kepada Bapa-Bapa Gereja hingga saat ini, penyampaian kabar baik sungguh mengalami progresifitas yang tinggi. Hal ini seiring dengan Amanat Agung Tuhan Yesus Kristus dalam Injil Matius 28:19-20 yang menyatakan *"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. Dan ketahuilah, Aku menyertai kamu senantiasa sampai akhir zaman."*² Dari amanat agung yang disampaikan Tuhan Yesus Kristus penyampaian kabar baik sungguh berkembang dengan luas. Meskipun dalam pelaksanaannya para pelayan Kristus yang menyampaikan kabar baik banyak mengalami gangguan, tekanan, kesakitan dan penderitaan semua itu tidak menghalangi penyampaian kabar baik.

Pada zaman ini, dimana dunia teknologi informasi dan media sosial berkembang dengan sangat pesat. Perkembangan teknologi informasi dan media sosial membawa kepada sesuatu kebebasan informasi dan meminimalisir batasan-batasan yang selama ini ada. Dengan demikian perkembangan teknologi informasi dan media sosial akan sangat berperan pada penyampaian kabar baik sampai kepada seluruh dunia sesuai dengan amanat agung Yesus Kristus. Dalam penelitian Andrianus Pasasa tentang Peran Media dalam Pemberitaan Injil pada Jurnal Onlien Te Deum (Jurnal Teologi dan Pengembangan Pelayanan) Volume 4 Nomor 2 menunjukkan hasil bahwa Media yang ada memiliki kelebihan dan kelemahan dalam menyampaikan pemberitaan kabar baik. Misalkan media cetak dapat menjangkau sampai ke pelosok-pelosok yang belum dapat mengakses internet. Dengan media elektronik dapat menjangkau masyarakat pengguna teknologi. Jadi dalam hal ini, masing-masing media saling mengisi satu

¹ Andreas Simon Pardomuan Nainggolan, *Jejak-Jejak Langkah Pewartaan Kabar Baik Di Indonesia*, ed. by Wince Berlian Febrita Ziliwu Krisna Promil, Danar Lukito, 1st edn (Klaten: Lakeisha, 2021), p. 240 <https://books.google.co.id/books?id=dL0XEAAAQBAJ&pg=PA240&dq=penyampaian+kabar+baik+adalah&hl=jv&sa=X&ved=2ahUKEWji8_bIzZjwAhWHqksFHYNwC9kQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=penyampaian+kabar+baik+adalah&f=false>.

² Lembaga Alkitab Indonesia, *Alkitab*, ed. by Lembaga Alkitab Indonesia, 6th edn (Jakarta: Lembaga Alkitab Indonesia, 2002).

dengan yang lain untuk menyampaikan berita Injil.³ Pada penelitian Roedy Silitonga tentang Wawasan Dunia Kristen dan Bahasa: Kepentingan dan Implikasi Dalam Pemberitaan Injil melalui Media Sosial dalam Jurnal Online LUXNOS Jurnal Sekolah Tinggi Teologi Pelita Dunia Volume 6 Nomor 2 menyampaikan hasil bahwa Allah berbicara melalui karya-Nya, mujizat-Nya, para nabi, dan khususnya kepada Yesus Kristus. Bagi orang percaya dipanggil Allah untuk berbicara kepada segala bangsa dan menjadikan segala bangsa murid-Nya melalui media sosial, dimana para pembaca dan pendengar melintasi segala tempat dan suku bangsa.⁴ Dari beberapa penelitian diatas dapat dilihat bahwa media menjadi alat yang sangat penting dan menunjang dalam pengkabaran Injil pada masa kini. Karena cakupan media sangat luas dan dapat diakses oleh siapaun dari penjuru dunia.

Dari hasil survei yang dilakukan oleh Sensor Tower merilis lima media sosial populer atau sering digunakan di dunia sepanjang kuartal II 2020. Penelitian We Are Social 2020 menemukan rata-rata waktu yang dihabiskan pengguna Indonesia usia 16 sampai 64 tahun dalam mengakses media sosial mencapai 3 jam 26 menit per hari. Penetrasi pengguna media sosial pun terus meningkat yang kini 59% dari 272,1 juta total penduduknya adalah pengguna media sosial. Angka ini meningkat lebih dari 8,1% atau setara dengan 12 juta pengguna.⁵ Berdasarkan hasil survei yang dilakukan We Are Social, pada bulan Januari 2021 tentang Persentase Akses Media Sosial oleh Pengguna Internet Usia 16-64 Tahun di Indonesia menunjukkan hasil bahwa sebanyak 94% pengguna internet berusia 16-64 tahun di Indonesia mengakses Youtube. Persentase tersebut menjadi yang paling tinggi dibandingkan platform lainnya. Mayoritas responden menjawab WhatsApp (87,7%), Instagram (86,6%), Facebook (85,5%). Sedangkan hanya (63,6%) mengakses Twitter, (52,4%) Facebook Messenger, (44,3%) Line, Tiktok (38,7%), LinkedIn (39,4%) dan Pinterest (35,6%).⁶ Dengan demikian media sosial yang sangat berkembang sangat beragam dari Youtube, WhatsApp, Instagram, Facebook, Twitter, Facebook Messenger, Line, Tiktok, LinkedIn, dan Painters. Dari data survei diatas menunjukkan bahawa media sosial yang banyak digunakan adalah Youtube. Dengan banyaknya pengguna Youtube maka media sosial Youtube menjadi media sosial yang paling besar peluangnya untuk digunakan sebagai media penyampaian kabar baik.

Dari penelitian ini peneliti bertujuan untuk mengetahui efektivitas penyampaian kabar baik melalui media sosial Youtube berdasarkan sudut pandang mahasiswa Sekolah Tinggi Teologi Duta Panisal Jember mengingat Youtube menjadi media sosial yang sangat diminati dan populer masa kini.

³ Adrianus Pasasa, 'Peran Media Dalam Pemberitaan Injil', *Te Deum*, 4 (2021), 226–46 (p. 240) <<https://doi.org/https://doi.org/10.51828/td.v4i2>>.

⁴ Roedy Silitonga, 'Wawasan Dunia Kristen Dan Bahasa: Kepentingan Dan Implikasinya Dalam Pemberitaan Injil Melalui Media Sosial', *Jurnal Luxnos*, 6.2 (2020), 121–50 (p. 149) <<https://doi.org/10.47304/jl.v6i2.46>>.

⁵ M. Iksan, 'Survei: 5 Media Sosial Paling Populer Di Dunia', *CNN Indonesia*, 2020, p. 1 (p. 1) <<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200819154002-185-537377/survei-5-media-sosial-paling-populer-di-dunia>>.

⁶ Andrea Lidwina, 'Persentase Akses Media Sosial Oleh Pengguna Internet Usia 16-64 Tahun Di Indonesia (2020)', *Databoks*, 2021, p. 1 (p. 1) <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/94-orang-indonesia-akses-youtube-dalam-satu-bulan-terakhir>> [accessed 21 August 2021].

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini memakai metode deskriptif analisa dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, bersifat alamiah dalam suatu peristiwa dilapangan.⁷ Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terhadap mahasiswa STT Duta Panisal. Observasi dilakukan terhadap penyampaian kabar baik melalui media sosial Youtube, dimana temuan yang didapatkan ditelaah dan ditarik kesimpulan melalui studi pustaka sehingga saling terkait dan komprehensif.

PEMBAHASAN DAN HASIL

Penyampaian Kabar Baik

Penyampaian kabar baik merupakan suatu warisan dari generasi ke generasi bagi orang-orang percaya. Dimana semua itu dilakukan secara turun temurun dari masa pelayanan Yesus Kristus di dunia sampai saat ini. Kabar baik atau Injil sangat jelas membahas tentang karya Kristus di salib, mati, dikuburkan dan dibangkitkan serta naik kesurga, yang mengalahkan dosa dan maut.⁸ Rangkaian karya penebusan Yesus Kristus menjadi pokok pembahasan dalam penyampaian kabar baik. Hal ini sejalan dengan pandangan Marulak Pasaribu menyatakan bahwa hakikat kabar baik adalah Yesus Kristus dan inti berita misi tentang Yesus Kristus yaitu tentang apa yang Allah telah kerjakan di dalam dan melalui Yesus Kristus. Pelayanan Yesus Kristus selama ini di dunia dalam menyampaikan kabar baik dan kabar baik itu datang ke dalam dunia melalui kehadiran Yesus Kristus (Luk. 4:16-21).⁹ David J Bosch menjelaskan tentang pelayanan penginjilan yang Yesus Kristus lakukan. Yesus Kristus melakukan penginjilan dengan menunjukkan kepada semua orang tentang apa yang Allah telah, sedang, dan akan perbuat. Penginjilan memberikan bahwa Allah, Sang Khalik dan Tuhan seluruh alam ini secara pribadi telah ikut campur dalam sejarah manusia dan telah melakukannya terutama sekali melalui pribadi dan pelayanan Yesus dari Nazaret, yaitu Tuhan atas sejarah, Juruselamat dan Pembebas.¹⁰ Dari sini dapat dipahami dengan jelas bahwa penyampaian kabar baik mengarahkan setiap orang untuk mengenal siapa Yesus Kristus dengan segala Karyanya dengan harapan setiap orang yang belum mengenal dapat mengenal dan percaya.

⁷ Ajat Rungkat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, ed. by Chintia Morris Sartono, 1st edn (Sleman: Deepublish Publisher, 2018), p. 10

<<https://books.google.co.id/books?id=qy1qDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Pendekatan+kualitatif+adalah+pendekatan&hl=jv&sa=X&ved=2ahUKEwjyw4O12MrwAhUXOSsKHbUIDhMQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=Pendekatan+kualitatif+adalah+pendekatan&f=false>>.

⁸ Yakob Tomatala, *Teologi Misi-Pengantar Misiologi: Suatu Dogmatika Alkitabiah Tentang Misi, Penginjilan Dan Pertumbuhan Gereja*, ed. by YT Leadership Fondation, 1st edn (Jakarta: YT Leadership Fondation, 2003), p. 58.

⁹ Marulak Pasaribu, *Diktat Isu-Isu Keunikan Kristus Dalam Pluralisme Agama-Agama*, ed. by Institut Injil Indonesia, Institut I (Batu: Institut Injil Indonesia, 2005), p. 195.

¹⁰ David J. Bosch, *Transformasi Misi Kristen: Sejarah Teologi Misi Yang Mengubah Dan Berubah*, ed. by Staf Redaksi BPK Gunung Mulia, 1st edn (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2006), p. 693

<https://books.google.co.id/books?id=34NEsv8_c-IC&pg=PA632&dq=penginjilan&hl=jv&sa=X&ved=2ahUKEwictsCaiZvwAhVUc-CsKHSgFCt4Q6AEwCXoE CAgQAQ#v=onepage&q=penginjilan&f=false>.

Penyampaian Injil kabar baik kepada orang berdosa adalah menjelaskan kepada orang-orang yang berdosa untuk mengundang mereka untuk percaya kepada Kristus. Menurut Ronald W. Leigh Penginjilan merupakan suatu proses instruksional yang terutama terpusat pada intelek dan bukan pada emosi. Lebih tegas lagi dia menjelaskan bahwa bukan masalah cerita-cerita yang mengharukan, taktik-taktik yang menakutkan, manipulasi ataupun bentuk-bentuk tekanan psikologis lainnya. Namun penginjilan jelas-jelas terpusat pada intelek. Tugas ini mencakup penjelasan yang jernih mengenai berita Injil.¹¹ Dari pandangan ini peneliti melihat bahwa penyampaian injil menjadi suatu yang tidak dapat dipaksakan dalam penyampaian, hal ini sepenuhnya merupakan peran serta dari karya Roh Kudus yang berbicara secara pribadi.

Seorang penyampai kabar baik atau seorang pemberita Injil merupakan seorang komunikator Kristen, yang harus senantiasa mempertahankan hubungan yang intim dengan Tuhan Allah agar dapat membina hubungan yang berbuah dengan orang lain. Seperti teladan Yesus Kristus, Murid-murid-Nya, Murid-murid Para Rasul dan Bapa-Bapa Gereja. Semua mengalami Allah dalam hidupnya sehingga dalam penyampaian kabar baik bukan sebuah karangan atau diada-ada. Namun sebuah perjumpaan pribadi yang dialami, kemudian dibagikan kepada setiap orang yang belum mengenal dan percaya.

Selain seorang penyampai kabar baik, hal yang penting untuk pertimbangkan dalam penyampaian kabar baik yaitu metode penyampaian. Hal ini dibahas oleh Surbakti dalam bukunya *Benarkah Injil kabar baik? Bagaimana menyampaikannya dalam perspektif lokal?* Yang menyatakan metode penyampaian kabar baik seringkali tidak sesuai dengan situasi dan kondisi sehingga perlu direvolusi. Bukan masanya lagi pengkabarannya dilakukan dengan sistem indoktrinasi, melainkan aplikasi karena orang percaya adalah Injil itu sendiri. Meskipun berita Injil sendiri tidak pernah berubah, massa pendengarnya terus berubah, sesuai dengan kemajuan dan dinamika zaman. Oleh karena itu metode pendekatan pekabarannya Injil pun harus menggunakan pola-pola rasional aplikatif sehingga kekuatan dan penyimpangannya dapat dianalisis.¹² Pandangan ini sungguh menyegarkan dimana metode lama yang sifatnya kaku dan sedikit memaksakan diganti dengan teladan hidup yang dapat dilihat setiap waktu. Dengan demikian setiap orang percaya dapat menyampaikannya kabar baik melalui seluruh kehidupannya yang dapat dilihat oleh orang banyak.

Media Sosial Youtube

Sejarah media sosial bermula pada akhir abad ke 19. Dimana titik awalnya adalah teknologi telegraf yang dikirim oleh Samuel Morse pada 1884. Sedangkan media sosial sendiri dianggap sebagai teknologi komunikasi yang berbasis internet. Mengingat pertumbuhan internet dimulai pada tahun 1970 dan menjadi awal mula dari media sosial. Sampai saat ini perkembangan media sosial sangat pesat,

¹¹ Ronald W. Leigh, *Melayani Dengan Efektif*, ed. by Staf Redaksi BPK Gunung Mulia, 1st edn (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2007), p. 84

<https://books.google.co.id/books?id=sB_5xh5GbdC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>.

¹² Surbakti, *Benarkah Injil Kabar Baik?: Bagaimana Menyatakan Dalam Perspektif Lokal?*, ed. by Laksmi Worwor, 1st edn (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2008), p. ix

<<https://books.google.co.id/books?id=H615mdU66T4C&pg=PA9&dq=metode+penyampaian+kabar+baik&hl=jv&sa=X&ved=2ahUKEwiOhYj4IZvwAhU673MBHQ5rD9EQ6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=metode+penyampaian+kabar+baik&f=false>>.

dibarengi dengan perkembangan teknologi informasi yang tidak bisa dibendung membuat suatu problem baru di masyarakat dikarenakan adanya kesan yang menandakan bahwa media sosial itu merupakan lambang kemajuan atau kemoderenan.¹³ Dengan majunya media sosial maka akan membawa peradaban yang baru bagi manusia-manusia milenial saat ini. Perkembangan media sosial membuat gaya hidup, budaya dan standar hidup menjadi tolok ukurnya.

Auter dan Mahmoud dalam Agung Bintang menjelaskan fungsi model komunikasi daring mempunyai empat komponen yang penting, yaitu:

1. Pengguna yang berperan sebagai pengirim dan penerima, yaitu netizen memposisikan tidak hanya sebagai komunikator tetapi juga sebagai komunikan.
2. Media yaitu kebutuhan atau keberadaan media atau saluran untuk memudahkan proses interaktif antara pengguna media sosial.
3. Pertukaran pesan antara pengguna melalui media yang digunakan.
4. Communication Setting yang memperhatikan bahwa komunikasi daring bersifat real-time yaitu lingkungan dan waktu komunikasi yang fleksible sesuai keinginan pengguna.¹⁴

Darisini peran media sosial sangat berperan sangat penting dalam kehidupan mausia milenial saat ini. Semua memiliki kebebasan dalam mengembangkan dan mengekspos segala sesuatu di media sosial yang mereka miliki.

Berdasarkan hasil survei pada januari 2021, jumlah pengguna smartphone di dunia mencapai 5,22 miliar orang, sementara jumlah pengguna internet di dunia kini ada 4,66 miliar juta. Dari 5,22 miliar orang pemakai smartphone, angka tersebut setara dengan 66,6 persen dari populasi dunia. Sejak januari 2020, jumlah pengguna smartphone telah meningkat 1,8 persen (sekitar 93 juta pengguna baru). Sementara, total koneksi mobile, dengan kemungkinan satu orang lebih dari satu perangkat, meningkat 0,9 persen (atau sekitar 72 juta), menjadi 8,02 miliar per Januari 2021. Pada januari 2021, jumlah orang menggunakan internet di seluruh dunia mencapai angka 4,66 miliar jiwa. Jumlah ini meningkat 3,16 juta jiwa (7,3 persen) dibandingkan periode yang sama tahun lalu.¹⁵ Dari data ini ditemukan bahwa progresifitaas penggunaan *smartphone* dan internet yang terus berkembang. Dari pandangan ini dapat disimpulkan bahwa pengaruh smartphon dan internet bagi kehidupan manusia sungguh besar. Untuk itu manusia memiliki ketergantungan yang besar dengan smartphone dan internet.

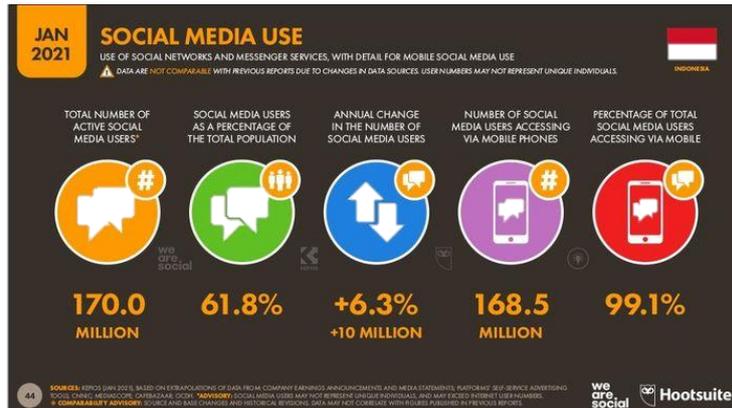
Hal diatas berkembang pesat diiringi dengan perkembangan sosial media. Dari hasil survei terbaru dari agensi marketing We Are Social dan platform manajemen media sosial Hootsuite mengungkapkan bahwa lebih dari separuh pendidik di Indonesia telah aktif menggunakan media sosial pada Januari 2021. Dalam laporan yang berjudul Digital 2021: The Latest Insights Into The State of Digital disebutkan bahwa

¹³ Agung Bintang, *Sosial Pedia*, ed. by Erwin Aditya, 1st edn (Sukabumi: CV Jejak, 2021), p. 51 <<https://books.google.co.id/books?id=Y34jEAAAQBAJ&pg=PA51&dq=awal+mula+perkembangan+media+sosial&hl=jv&sa=X&ved=2ahUKEwjwuqr7sZvwAhVCfSsKHAbACOsQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=awal+mula+perkembangan+media+sosial&f=false>>.

¹⁴ Agung Bintang, pp. 52–53.

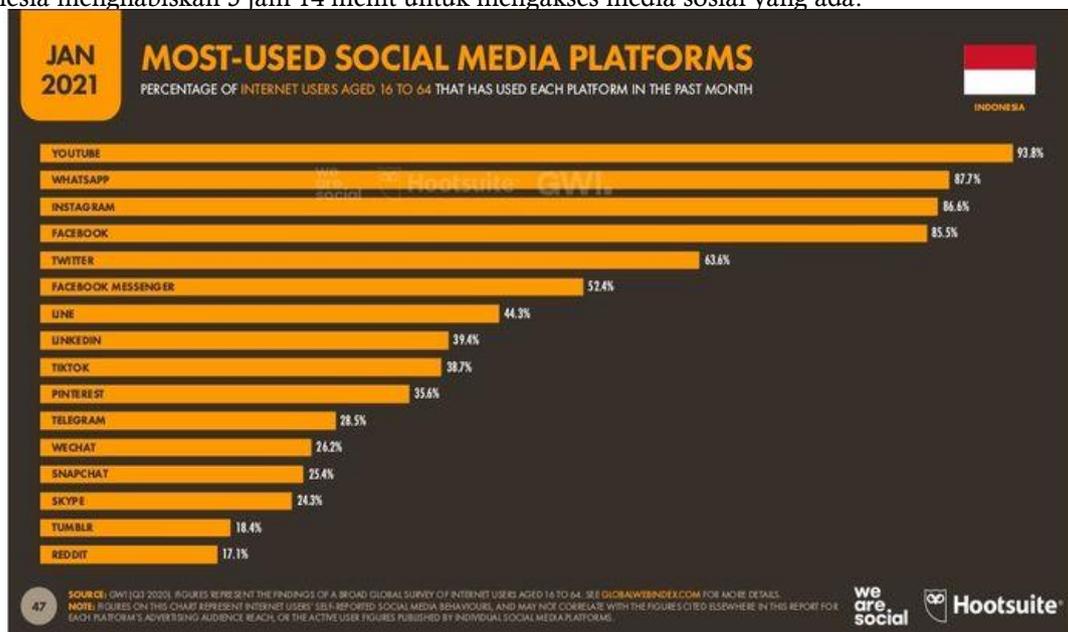
¹⁵ Agustin Setyo Wardani, 'Survei: 155.000 Orang Gabung Di Media Sosial Tiap Detik', *Liputan 6*, 2021, p. 1 (p. 1) <<https://www.liputan6.com/tekno/read/4469028/survei-155000-orang-gabung-di-media-sosial-tiap-detik#>>.

dari total 274,9 juta penduduk di Indonesia, 170 juta diantaranya telah menggunakan media sosial. Dengan demikian angka persentasinya sekitar 61,8 persen.¹⁶



Dari gambar diatas merupakan angka pengguna aktif media sosial di Indonesia tersebut tumbuh sebesar 10 juta atau sekitar 6,3 persen dibandingkan bulan Januari 2020. Dalam periode yang sama, pengguna internet di Indonesia tumbuh 27 juta atau 15,5 persen menjadi 202,6 juta.

Lebih lanjut data dari Kompas Tekno dari laporan We Are Social dan Hootsuite, rata-rata orang Indonesia menghabiskan 3 jam 14 menit untuk mengakses media sosial yang ada.



Dari frekuensi pengguna bulanan media sosial di Indonesia Youtube menjadi media sosial yang paling diminati dan populer. Hal ini terlihat dari data dibawah ini, Youtube menjadi media sosial yang bertahan diatas klasemen media sosial yang paling diminati.¹⁷

¹⁶ Kompas.com, 'Riset Ungkap Lebih Dari Separuh Penduduk Indonesia "Melek" Media Sosial', *Kompas.Com*, 2021, p. 1 (p. 1) <<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>>.

¹⁷ Kompas.com, p. 1.

Penyampaian Kabar Baik Melalui Media Sosial Youtube

Penyampaian kabar baik melalui media sosial Youtube merupakan suatu yang sangat baik dan mendukung pada zaman ini. Mengingat pengembangan teknologi informasi dan media sosial begitu marak dan pesat. Selain itu media sosial Youtube menjadi sarana yang sangat baik untuk menyampaikan kabar baik. Hal ini terlihat dari beberapa Gereja-gereja disluruh sinode memiliki channel Youtube untuk penyiaran peribadatan, kegiatan-kegiatan gereja dan pelayanan-pelayanan melalui media sosial Youtube. Tidak hanya itu banyak lembaga pendidikan Kristen dari tingkat Perguruan Tinggi hingga yang paling rendah mengelola channel Youtube untuk memberkati banyak orang dengan tema-tema yang menarik tentang Doktrin, Praktika, Misi, Pendidikan Agama Kristen, PAUD, dan berbagai tema-tema yang menarik untuk diikuti oleh semua orang baik orang percaya maupun orang yang belum percaya. Secara pribadi, banyak pendeta-pendeta, misionaris, dosen, pengajar Kristen dan mahasiswa-mahasiswa Teologi menyampaikan kabar baik melalui channel pribadi mereka untuk menyampaikan Injil kepada semua orang. Konten-konten didalam channel Youtube mereka sangat amat beragam baik dalam bentuk renungan, khotbah, ilustrasi, pengalaman pelayanan, podcast, cover lagu rohani dan berbagai macam hal-hal yang memberi dampak kepada semua orang untuk menerima kabar baik.

Dari data ini dapat dilihat bahwa setiap orang percaya mampu untuk menyampaikan kabar baik sesuai kondisi dan konteks zaman saat ini. Dimana penyampaian Injil dikemas dengan kreatif, inovatif dan segar. Sehingga para pendengar menjadi mudah untuk mendengar Injil kabar baik dengan mudah, cepat dan murah

HASIL PENELITIAN

Pada penelitian ini peneliti menggunakan mahasiswa Sekolah Tinggi Teologi Duta Panisal Jember sebagai informan yang dapat memberikan masukan dan data. Mahasiswa yang terlibat dalam penelitian ini merupakan mahasiswa dari Program Studi Sarjana Pendidikan Agama Kristen dan Program Studi Sarjana Teologi (Akademik) yang berjumlah 3 (tiga) orang. Dari penelitian ini peneliti memberikan 6 (enam) pertanyaan wawancara terkait Penyampaian Kabar Baik, Media Sosial Youtube dan kaitan Penyampaian Kabar Baik melalui Media Sosial Youtube dengan Amanat Agung Yesus Kristus.

Dari wawancara yang dilakukan oleh peneliti, peneliti akan menyampaikan data wawancara dengan menggunakan metode tabulasi data dan mengkasifikasikan jawaban informan dan pertanyaan wawancara.

Informan / Pertanyaan	Informan 1 EJL	Informan 2 GIW	Informan 3 YK
Apakah anda memiliki channel Youtube?	Saya ada Channel Youtube namun masih dalam proses pembangunan.	Ya, Punya	Punya
Channel Youtube anda	Channel Youtube saya	Channel saya tentang	Isinya tentang

kontennya tentang apa?	membahas berkaitan dengan pendidikan, seputar pendidikan secara umum	pujian yang isinya bagaimana Tuhan Yesus baik dalam hidup saya, ini menurut saya sebagai bentuk penginjilan supaya orang yang mendengarnya terberkati.	keresahan sendiri, kontennya potchase yang membahas masalah masalah yang terjadi tapi saya dasarkan ke Kebenaran Firman Tuhan.
Menurut anda apa yang dimaksud penyampaian kabar baik?	Penginjilan itu adalah ketika kita melakukan tugas pelayanan dengan menggunakan berbagai metode penginjilan karena kita diwajibkan untuk menginjil	Penyampaian kabar baik tentang Yesus Kristus supaya setiap orang megenal Kristus dan Percaya kepada-Nya	Menyampaikan berita kabar baik Tuhan Yesus dalam Injil.
Menurut anda apakah yang dimaksud penyampaian kabar baik melalui media sosial Youtube?	Kalau penginjilan melalui media Youtube berarti pelaksanaan Pengijilan dengan media yang mendukung seperti Youtube, Tiktok, Facebook .	Penyampaian Firman Tuhan melalui media media yang ada seperti Youtube, Instagram, Facebook	Itu merupakan salah satu perkembangan dan kemajuan kan dulu cara menginjilnyakan berbeda harus datang kerumah rumah dan seperti Yohanes harus teriak-teriak di jalan kan sekarangkan berbeda dengan digital melalui Youtube dan apapun bisa.
Apakah efektif penyampaian kabar baik melalui media sosial Youtube?	Kalau dulu dengan kondisi efektifitas kurang, kalau sekarang dengan kondisi yang ada kemungkinan besar sangat efektif. Karena semua orang berhubungan dengan smartphone, laptop dan internet dengan mudah mengakses Youtube	Efektif untuk saat ini melalui media sosial Youtube, selain itu jangkauan Youtube sangat luas hal ini terlihat dari minat orang-orang untuk membuka Youtube di handpone mereka.	Efektif, kan orang kan bebas untuk mengeklik itu jadi mudahlah sekarang.

	sosial media.		
Apakah penyampaian kabar baik di media sosial Youtube ada kaitannya dengan Amanat Agung?	Tentu saja ini satu kesempatan yang baik kita melakukan penmginjilan di Youtube. Karena melalui Youtube kita bisa menjangkau semua pihak dan lebih luas bahkan bisa sampai keseluruhan dunia. Kalau kita penginjilan secara langsung hanya satu jiwa saat itu. Kalau dengan Youtube kita dapat menjangkau banyak orang.	Ya sangat erat kaitannya menyampaikan kabar baik kepada seluruh dunia melalui perintah Yesus dalam Amanat Agung	Sangat berkaitan, karena Tuhan Yesus tidak bilang medianya dalam menyampaikan Injil, intinya dan prinsipnya adalah menyampaikan Firman kabar Baik.

Hasil analisa data wawancara, dari proses wawancara yang dilakukan kepada 3 (tiga) orang informan dengan 6 (enam) pertanyaan terkait efektivitas penyampaian kabar baik melalui media sosial Youtube berdasarkan sudut pandang mahasiswa Sekolah Tinggi Teologi Duta Panisal Jember.

Adapun temuan yang peneliti dapatkan adalah seluruh informan yang peneliti wawancarai memiliki chanel Youtube. dari jawaban ini menunjukkan seluruh informan merupakan pengguna media sosial Youtube aktif. Untuk chanel yang mereka miliki bervariasi, informan pertama chanelnya berkaitan dengan pendidikan, informan kedua chanelnya berkaitan dengan pujian penyembahan kepada Tuhan Yesus, informan ketiga chanelnya berkaitan dengan podcase yang membahas kekristenan. Untuk pemahaman informan tentang penyampaian kabar baik semua informan memiliki pemahaman yang sama secara mendasar yaitu penyampaian kabar baik Tuhan Yesus Kristus. Untuk pemahaman penyampaian kabar baik melalui media Youtube semua informan memiliki pemahaman bahwa penyampaian kabar baik Tuhan Yesus Kristus dengan menggunakan media sosial Youtube. untuk efektivitas penyampaian kabar baik melalui media sosial Youtub seluruh infroman menjawab bahwa sangat eferktif mengingat saat ini media sosial Youtube sangat populer bagi seluruh kalangan usia, dengan demikian dalam penyampaian kabar baik dengan media sosial Youtube akan sangat baik. Berkaitan penyampaian kabar baik dengan media sosial Youtube berkaitan dengan Amanat Agung, seluruh informan menjawab bahwa hal itu sangat sesuai mengingat Amanat Agung membawa kabar baik kepada seluruh umat manusia, dengan menggunakan media sosisal Youtube yang diakses oleh semua orang didunia menjadikan kabar baik ini dapat didengar oleh semua orang dan semua golongan.

KESIMPULAN

Dari penelitian ini dapat dilihat bahwa pelaksanaan penyampaian kabar baik melalui media sosial Youtube sangat efektif. Karenan saat ini zaman media sosial sangat berkembang dengan pesat selain itu setiap orang dapat bebas untuk menyampaikan berita Injil dan mendengar Injil dengan mudah. Dari hasil wawancara 3 (tiga) narasumber mahasiswa Sekolah Tinggi Teologi Duta Panisal pada Program Studi Sarjana Pendidikan Agama Kristen dan Program Studi Sarjana Teologi (Akademik) semua menyatakan bahwa penyampaian kabar baik melalui media sosial sungguh efektif dan memiliki dampak yang cukup besar dan luas. Karena injil yang disampaikan melalui media sosial Youtube dapat diakses oleh siapa saja, dimana saja dan kapan saja. Semua orang baik yang sudah percaya ataupun yang belum percaya dapat mendengarkan kabar baik Injil dengan tanpa batas dan bebas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa penyampaian kabar baik melalui media sosial Youtube sangat efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Bintang, *Sosial Pedia*, ed. by Erwin Aditya, 1st edn (Sukabumi: CV Jejak, 2021)
<<https://books.google.co.id/books?id=Y34jEAAAQBAJ&pg=PA51&dq=awal+mula+perkembangan+media+sosial&hl=jv&sa=X&ved=2ahUKEwjwuqr7sZvwAhVCfSsKHAbACOsQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=awal+mula+perkembangan+media+sosial&f=false>>
- Agustin Setyo Wardani, 'Survei: 155.000 Orang Gabung Di Media Sosial Tiap Detik', *Liputan 6*, 2021, p. 1 <<https://www.liputan6.com/tekno/read/4469028/survei-155000-orang-gabung-di-media-sosial-tiap-detik#>>
- David J. Bosch, *Transformasi Misi Kristen: Sejarah Teologi Misi Yang Mengubah Dan Berubah*, ed. by Staf Redaksi BPK Gunung Mulia, 1st edn (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2006)
<https://books.google.co.id/books?id=34NEsv8_c-IC&pg=PA632&dq=penginjilan&hl=jv&sa=X&ved=2ahUKEwictsCaiZvwAhVUcCsKHSgFCt4Q6AEwCXoECAgQAg#v=onepage&q=penginjilan&f=false>
- Iksan, M., 'Survei: 5 Media Sosial Paling Populer Di Dunia', *CNN Indonesia*, 2020, p. 1
<<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200819154002-185-537377/survei-5-media-sosial-paling-populer-di-dunia>>
- Indonesia, Lembaga Alkitab, *Alkitab*, ed. by Lembaga Alkitab Indonesia, 6th edn (Jakarta: Lembaga Alkitab Indonesia, 2002)
- Kompas.com, 'Riset Ungkap Lebih Dari Separuh Penduduk Indonesia "Melek" Media Sosial', *Kompas.Com*, 2021, p. 1 <<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>>
- Leigh, Ronald W., *Melayani Dengan Efektif*, ed. by Staf Redaksi BPK Gunung Mulia, 1st edn (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2007)
<https://books.google.co.id/books?id=sB_5xh5GbdcC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Lidwina, Andrea, 'Persentase Akses Media Sosial Oleh Pengguna Internet Usia 16-64 Tahun Di Indonesia (2020)', *Databoks*, 2021, p. 1
<<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/94-orang-indonesia-akses-youtube-dalam-satu-bulan-terakhir>> [accessed 21 August 2021]
- Marulak Pasaribu, *Diktat Isu-Isu Keunikan Kristus Dalam Pluralisme Agama-Agama*, ed. by Institut Injil Indonesia, Institut I (Batu: Institut Injil Indonesia, 2005)
- Nainggolan, Andreas Simon Pardomuan, *Jejak-Jejak Langkah Pewartaan Kabar Baik Di Indonesia*, ed. by Wince Berlian Febrita Ziliwu Krisna Promil, Dinar Lukito, 1st edn (Klaten: Lakeisha, 2021)
<https://books.google.co.id/books?id=dL0XEAAAQBAJ&pg=PA240&dq=penyampaian+kabar+baik+adalah&hl=jv&sa=X&ved=2ahUKEwji8_bIzZjwAhWHqksFHYNwC9kQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=penyampaian+kabar+baik+adalah&f=false>
- Pasasa, Adrianus, 'Peran Media Dalam Pemberitaan Injil', *Te Deum*, 4 (2021), 226–46
<<https://doi.org/https://doi.org/10.51828/td.v4i2>>
- Rungkat, Ajat, *Pendekatan Penelitian Kualitatif*, ed. by Chintia Morris Sartono, 1st edn (Sleman: Deepublish

Publiser, 2018)

<<https://books.google.co.id/books?id=qy1qDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Pendekatan+kualitatif+adalah+pendekatan&hl=jv&sa=X&ved=2ahUKEwjy4O12MrwAhUXOSsKHbUIDhMQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=Pendekatan+kualitatif+adalah+pendekatan&f=false>>

Silitonga, Roedy, 'Wawasan Dunia Kristen Dan Bahasa: Kepentingan Dan Implikasinya Dalam Pemberitaan Injil Melalui Media Sosial', *Jurnal Luxnos*, 6.2 (2020), 121–50

<<https://doi.org/10.47304/jl.v6i2.46>>

Surbakti, *Benarkah Injil Kabar Baik?: Bagaimana Menyatakan Dalam Perspektif Lokal?*, ed. by Laksmi Worwor, 1st edn (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2008)

<<https://books.google.co.id/books?id=H615mdU66T4C&pg=PA9&dq=metode+penyampaian+kabar+baik&hl=jv&sa=X&ved=2ahUKEwiOhYj4lZvwAhU673MBHQ5rD9EQ6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=metode+penyampaian+kabar+baik&f=false>>

Tomatala, Yakob, *Teologi Misi-Pengantar Misiologi: Suatu Dogmatika Alkitabiah Tentang Misi, Penginjilan Dan Pertumbuhan Gereja*, ed. by YT Leadership Fondation, 1st edn (Jakarta: YT Leadership Fondation, 2003)