



**PEMANFAATAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM
PENGINJILAN DIGITAL BAGI
GENERASI Z MELALUI MEDIA SOSIAL:
KAJIAN TEOLOGIS**

Evangel Glady Symphoni Ha'aretz¹⁾

evangelhaaretz@gmail.com

STT Bethel Banjarbaru

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) secara teologis sebagai sarana pendukung penginjilan digital bagi Generasi Z melalui media sosial. Perkembangan AI dan media sosial telah mengubah cara Generasi Z berkomunikasi, memperoleh informasi, membangun relasi, dan berinteraksi dengan pesan-pesan keagamaan. Perubahan tersebut memberikan peluang baru bagi gereja untuk memberitakan Injil melalui berbagai platform digital, sekaligus menghadirkan tantangan teologis dan etis berkaitan dengan autentisitas, tanggung jawab manusia, otoritas Kitab Suci, pengaruh algoritma, dan dimensi relasional dalam penginjilan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui studi kepustakaan terhadap berbagai kajian teologis, misiologis, dan interdisipliner mengenai AI, teologi digital, media sosial, Generasi Z, dan penginjilan Kristen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AI dapat

mendukung penginjilan digital melalui produksi konten, penerjemahan, personalisasi pesan, pengembangan visual, dan perluasan jangkauan pemberitaan Injil. Namun, AI tidak dapat menggantikan manusia sebagai saksi Kristus karena tidak memiliki iman, pengalaman spiritual, tanggung jawab moral, dan kehadiran relasional sebagaimana manusia. Oleh karena itu, AI perlu ditempatkan sebagai sarana misi, bukan subjek misi. Kristus tetap menjadi pusat Injil, Kitab Suci menjadi dasar pemberitaan, manusia menjadi saksi, AI berfungsi sebagai sarana pendukung, media sosial menjadi ruang komunikasi dan perjumpaan, sedangkan arah akhir penginjilan digital adalah terbentuknya relasi dan pemuridan.

Kata-kata kunci: Artificial Intelligence, penginjilan digital, Generasi Z, media sosial, teologi digital, pemuridan

abstract

The purpose of this study is to examine the theological use of Artificial Intelligence (AI) as a supporting medium for digital evangelism among Generation Z through social media. The rapid development of AI and social media has transformed the way Generation Z communicates, obtains information, builds relationships, and encounters religious messages. This transformation provides new opportunities for the church to proclaim the gospel through digital platforms, while also raising theological and ethical challenges concerning authenticity, human responsibility, biblical authority, algorithmic influence, and the relational nature of evangelism. This study employs a descriptive qualitative method through a literature review of theological, missiological, and interdisciplinary studies concerning AI, digital theology, social media, Generation Z, and Christian evangelism. The findings indicate that AI can support digital evangelism through content production, translation, personalization, visual development, and wider dissemination of gospel messages. However, AI cannot replace human beings as witnesses of Christ because it does not possess faith, spiritual experience, moral responsibility, or relational presence. Therefore, AI should be positioned as a means of mission rather than a subject of mission. Christ remains the center of the gospel, Scripture remains the foundation of its message, human beings remain witnesses, AI functions as a supporting tool, social media becomes a space for communication and encounter, and the ultimate direction of digital evangelism is relationship and discipleship.

Key words: Artificial Intelligence, digital evangelism, Z Generation, social media, digital theology, discipleship

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan mendasar terhadap cara manusia berkomunikasi, membangun relasi, memperoleh informasi, dan menjalankan kehidupan sosial maupun spiritual. Media digital tidak lagi sekadar menjadi alat bantu komunikasi, tetapi telah menjadi ruang kehidupan tempat manusia membentuk identitas, membangun komunitas, mencari informasi, dan mengekspresikan keyakinan. Perubahan tersebut turut memengaruhi cara Gereja menjalankan panggilan penginjilannya. Penginjilan tidak lagi hanya berlangsung melalui ruang-ruang gerejawi konvensional, tetapi juga hadir dalam ruang virtual yang setiap hari dihuni oleh jutaan orang. Dalam konteks tersebut, media sosial menjadi salah satu ruang strategis bagi gereja untuk menghadirkan kesaksian tentang Kristus.

Generasi Z secara khusus menjadi kelompok yang penting dalam perkembangan penginjilan digital. Sebagai generasi yang bertumbuh dalam lingkungan teknologi digital, mereka memiliki pola komunikasi yang relatif berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Informasi yang bersifat visual, singkat, interaktif, dan mudah dibagikan menjadi bagian dari kebiasaan komunikasi mereka. Sasono dan Boiliu menunjukkan bahwa Generasi Z terbiasa dengan pola komunikasi yang cepat, visual, dan interaktif sehingga gereja ditantang untuk menyampaikan Injil dengan cara yang relevan tanpa kehilangan esensi ajaran Kristen. Media sosial, *digital storytelling*, platform streaming, dan keterlibatan komunikator Kristen dapat menjadi sarana yang mendukung efektivitas penginjilan dan pemuatan bagi generasi tersebut. (Sasono & Boiliu, 2025)

Dalam perkembangan tersebut, media sosial tidak seharusnya dipahami hanya sebagai tempat untuk mengunggah materi keagamaan. Media sosial telah menjadi ruang relasional yang memungkinkan terjadinya percakapan, interaksi, pertukaran pengalaman, dan pembentukan komunitas. Lutshaka, misalnya, memperlihatkan bagaimana jaringan media sosial kaum muda Kristen dapat berfungsi sebagai semacam *digital pulpit*, yaitu ruang di mana kaum muda tidak hanya menjadi penerima pesan iman, tetapi juga menjadi agen yang membagikan dan mendiskusikan iman kepada jaringan sosialnya. Penginjilan digital dengan demikian memiliki karakter partisipatif dan relasional, bukan sekadar distribusi informasi satu arah.(Lutshaka, 2026)

Persoalan menjadi semakin kompleks ketika perkembangan media sosial berjumpa dengan perkembangan *Artificial Intelligence* (AI). AI memungkinkan produksi teks, gambar, video, suara, penerjemahan, penyusunan materi, personalisasi pesan, dan berbagai bentuk komunikasi digital dilakukan dengan lebih cepat dan efisien. Dalam konteks pelayanan Kristen, kehadiran AI membuka kemungkinan baru bagi gereja untuk mengembangkan materi penginjilan yang lebih kontekstual dan menjangkau audiens yang lebih luas. Conrad menunjukkan bahwa AI telah memasuki kehidupan gereja dan komunitas iman, sehingga gereja perlu mempertimbangkan peluang sekaligus ancaman teknologi tersebut sebelum menggunakannya secara lebih luas.(Conrad, 2025)

Dengan demikian, persoalan yang muncul bukan lagi apakah AI dapat digunakan dalam pelayanan Kristen, melainkan bagaimana AI seharusnya ditempatkan secara teologis dalam penginjilan. Pertanyaan ini penting karena kemampuan AI yang semakin menyerupai komunikasi manusia dapat menciptakan kesan bahwa teknologi mampu menggantikan peran manusia dalam menyampaikan pesan iman. Padahal, penginjilan Kristen bukan hanya persoalan menghasilkan dan mendistribusikan informasi mengenai kekristenan. Penginjilan merupakan kesaksian tentang karya Allah dalam Kristus yang disampaikan melalui kehidupan, perkataan, relasi, dan kesaksian umat percaya.

Abraham menegaskan bahwa AI merupakan hasil kreativitas dan kemampuan intelektual manusia, sehingga keberadaannya tidak dengan sendirinya bertentangan dengan iman Kristen. Namun, AI tetap memiliki karakter instrumental dan tidak memiliki dimensi moral maupun spiritual seperti manusia. Karena itu, AI dapat membantu kehidupan dan pelayanan Gereja, tetapi tidak dapat begitu saja mengambil alih dimensi relasional dan spiritual yang melekat pada manusia.(Abraham, 2026) Hal tersebut menunjukkan perlunya pendekatan teologis yang menempatkan AI secara proporsional. AI tidak perlu ditolak hanya karena merupakan teknologi baru, tetapi juga tidak boleh diterima secara kritis tanpa mempertimbangkan implikasi teologisnya. Sanjaya dan Novalina menyatakan bahwa teologi digital merupakan respons teologis terhadap perubahan masyarakat akibat teknologi informasi. Teknologi digital, termasuk AI dan media sosial, dapat memperkaya misi gereja, tetapi sekaligus dapat menimbulkan persoalan seperti interpretasi Alkitab yang terlepas dari konteks.(Sanjaya & Novalina, 2026)

Berdasarkan persoalan tersebut, artikel ini berargumentasi bahwa AI dapat menjadi sarana pendukung penginjilan digital bagi Generasi Z melalui media sosial, tetapi AI bukan subjek misi dan tidak dapat menggantikan manusia sebagai saksi Kristus. AI dapat membantu manusia menentukan cara penyampaian pesan, memperluas jangkauan, mengadaptasi bahasa, dan memproduksi konten, tetapi isi Injil, otoritas teologis, kesaksian iman, relasi, dan pemuridan tetap berada dalam tanggung jawab manusia dan komunitas gereja. Dengan demikian, pemanfaatan AI harus ditempatkan dalam kerangka Kristus sebagai pusat, Kitab Suci sebagai dasar, manusia sebagai saksi, AI sebagai sarana, media sosial sebagai ruang pertemuan, dan pemuridan sebagai tujuan.

METODE PENNELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kepustakaan (library research). Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada kajian teologis terhadap pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam penginjilan digital bagi Generasi Z melalui media sosial, bukan pada pengukuran statistik terhadap perilaku pengguna. Data penelitian diperoleh dari berbagai sumber literatur yang relevan, meliputi artikel jurnal ilmiah, buku, dan publikasi akademik yang membahas AI, teologi digital, penginjilan, media sosial, Generasi Z, serta pemuridan dalam konteks perkembangan teknologi. Literatur dianalisis secara kritis untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan penggunaan AI dalam pelayanan penginjilan, khususnya berkaitan dengan autentisitas kesaksian, otoritas Kitab Suci, tanggung jawab manusia, pengaruh algoritma, relasi, dan pemuridan. Selanjutnya, temuan-temuan tersebut didialogkan dengan prinsip-prinsip teologis dan biblis mengenai hakikat penginjilan dan panggilan gereja dalam memberitakan Injil. Analisis dilakukan secara deskriptif-interpretatif dengan menghubungkan perkembangan teknologi dengan kerangka teologis Kristen, sehingga diperoleh suatu pemahaman mengenai posisi AI yang tepat dalam penginjilan digital. Penelitian ini menempatkan Kristus sebagai pusat pemberitaan, Kitab Suci sebagai dasar berita Injil, manusia sebagai saksi, AI sebagai sarana misi, media sosial sebagai ruang komunikasi dan pertemuan, serta pemuridan sebagai tujuan penginjilan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Generasi Z, Media Sosial, dan Transformasi Ruang Penginjilan

Perubahan teknologi telah menyebabkan penginjilan memasuki ruang komunikasi yang berbeda dari sebelumnya. Jika penginjilan konvensional banyak bergantung pada pertemuan fisik, khotbah, pelayanan pastoral, dan hubungan komunitas secara langsung, penginjilan digital memperluas ruang tersebut ke

dalam jaringan komunikasi virtual. Perubahan ini bukan berarti ruang digital menggantikan ruang fisik gereja, melainkan keduanya saling melengkapi.

Sriyanto dan Suseno melihat bahwa perkembangan teknologi digital telah membentuk budaya baru yang memengaruhi cara manusia memahami realitas, membangun relasi, bahkan menjalankan kehidupan spiritual. Mereka menilai bahwa praktik evangelisasi daring sering kali masih bersifat teknis dan belum cukup disertai refleksi teologis. Karena itu, penginjilan digital membutuhkan pendekatan yang kontekstual, etis, autentik, dialogis, dan transformatif. (Sriyanto & Suseno, 2025) Hal ini penting dalam konteks Generasi Z. Penginjilan kepada Generasi Z tidak cukup dilakukan dengan memindahkan khotbah gereja ke Instagram atau TikTok. Gereja perlu memahami karakter ruang digital yang membentuk kehidupan generasi tersebut. Pesan Injil perlu dikomunikasikan dalam bahasa dan bentuk yang dapat dipahami oleh audiens digital tanpa mengorbankan substansi Injil. Di sinilah media sosial dapat menjadi ruang misi yang strategis.

Namun demikian, terdapat bahaya ketika keberhasilan penginjilan digital hanya diukur melalui angka. Jumlah *views*, *likes*, komentar, pengikut, atau *shares* memang dapat memberikan informasi mengenai jangkauan suatu konten, tetapi angka tersebut tidak secara otomatis menunjukkan keberhasilan penginjilan. Reinis dan Laughlin menemukan bahwa pengguna Kristen di TikTok dapat memberikan makna spiritual terhadap mekanisme algoritma yang menentukan visibilitas konten mereka. Algoritma bahkan dapat dipandang sebagai sesuatu yang menentukan apakah sebuah pesan “diberikan” kepada orang tertentu, sementara peningkatan visibilitas dapat dipersepsikan sebagai kewajiban spiritual. (Reinis & Laughlin, 2026) Temuan tersebut memberikan peringatan penting bagi penginjilan digital. Algoritma dapat menentukan siapa yang mungkin melihat suatu konten, tetapi algoritma tidak menentukan apakah seseorang sungguh-sungguh percaya kepada Kristus. Demikian pula, AI dapat membantu

mengoptimalkan suatu konten agar lebih menarik, tetapi tidak dapat menjadikan konten tersebut secara otomatis memiliki kuasa transformasional. Dengan kata lain, visibilitas tidak identik dengan pertobatan, viralitas tidak identik dengan keberhasilan misi, dan keterlibatan digital tidak identik dengan pemuridan. Karena itu, gereja perlu bergerak dari paradigma *content-centered evangelism* menuju *Christ-centered relational evangelism*. Konten tetap penting karena merupakan salah satu bentuk komunikasi Injil, tetapi konten seharusnya menjadi pintu menuju relasi, percakapan, komunitas, dan pemuridan.

Artificial Intelligence sebagai Sarana dalam Penginjilan Digital

AI memberikan berbagai kemungkinan baru bagi pelayanan penginjilan. Pada tingkat praktis, AI dapat digunakan untuk membantu menyusun ide konten, membuat rancangan naskah, menerjemahkan materi, menghasilkan visual, membantu penyuntingan video, melakukan adaptasi bahasa, dan menyediakan alternatif penyampaian pesan berdasarkan karakteristik audiens. Dengan kemampuan tersebut, AI dapat mengurangi sebagian beban teknis yang sebelumnya membutuhkan waktu dan tenaga manusia dalam jumlah besar.

Potensi tersebut juga terlihat dalam pelayanan lintas budaya. Omondi menemukan bahwa AI dapat membantu mempercepat dan mengurangi biaya proses penerjemahan Kitab Suci, memberikan dukungan dalam pekerjaan eksegesis, serta meningkatkan konsistensi penerjemahan. Akan tetapi, penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa AI masih memiliki keterbatasan dalam memahami bahasa minoritas, nuansa budaya dan linguistik, kompleksitas teologis, serta kemungkinan bias algoritmik. Karena itu, keterlibatan penutur asli, ahli bahasa, teolog, dan pekerja misi tetap diperlukan. (Omondi, 2026) Temuan tersebut memiliki implikasi penting bagi penginjilan melalui media sosial. AI dapat membantu gereja menyampaikan pesan Injil dalam berbagai bahasa dan bentuk komunikasi, tetapi kontekstualisasi tidak boleh disamakan dengan penyesuaian

pesan hanya berdasarkan apa yang paling disukai algoritma atau audiens. Kontekstualisasi berarti menyampaikan Injil dengan memahami konteks penerima tanpa mengubah inti Injil itu sendiri.

Dalam konteks Generasi Z, AI dapat membantu mengadaptasi satu pesan teologis menjadi berbagai bentuk komunikasi. Misalnya, sebuah tema mengenai kasih karunia dapat dikembangkan menjadi *short video*, *carousel*, *caption*, infografik, atau bahan percakapan. Teknologi dapat membantu memperluas bentuk komunikasi, tetapi manusia tetap harus memastikan bahwa perubahan bentuk tersebut tidak menghilangkan makna teologisnya.

Hal ini menjadi semakin penting karena AI mampu menghasilkan teks yang secara linguistik terlihat meyakinkan. Chua melalui penelitian terhadap 27 khotbah penginjilan yang dihasilkan ChatGPT menemukan bahwa AI dapat menghasilkan struktur pemberitaan Injil yang mencakup kesaksian, penyampaian Injil berdasarkan Alkitab, dan ajakan kepada orang yang belum percaya. Penelitian tersebut juga mengevaluasi komprehensivitas dan ortodoksi teologis materi yang dihasilkan AI. (Chua, 2026)

Kemampuan tersebut menunjukkan bahwa AI dapat membantu pekerjaan persiapan pelayanan. Namun, justru karena AI mampu menghasilkan bahasa religius yang meyakinkan, gereja perlu lebih serius dalam melakukan verifikasi teologis. Sebuah teks dapat terdengar seperti khotbah Kristen tanpa dengan sendirinya menjadi kesaksian iman Kristen. AI mampu menyusun kalimat tentang pertobatan, kasih karunia, keselamatan, bahkan pengalaman rohani, tetapi AI sendiri tidak mengalami pertobatan, tidak memiliki iman, dan tidak memiliki pengalaman relasional dengan Kristus. Dengan demikian, pemanfaatan AI harus dibedakan antara produksi komunikasi dan kesaksian iman. AI dapat membantu produksi komunikasi; manusia tetap menjadi saksi iman.

Autentisitas Kesaksian dalam Penginjilan Berbasis AI

Salah satu persoalan teologis paling penting dalam penggunaan AI untuk penginjilan adalah persoalan autentisitas. Penginjilan Kristen bukan hanya penyampaian proposisi teologis, tetapi juga kesaksian mengenai Kristus yang diwujudkan melalui kehidupan orang percaya. Karena itu, penggunaan AI harus berhati-hati agar teknologi tidak menghasilkan bentuk komunikasi yang terlihat autentik tetapi sebenarnya tidak memiliki pengalaman manusia di baliknya.

Persoalan autentisitas ini juga dibahas dalam kajian Soliman et al. mengenai *AI-mediated storytelling*. Walaupun penelitian tersebut berada dalam konteks *destination marketing*, bukan penginjilan Kristen, penelitian tersebut penting sebagai sumber konseptual karena menunjukkan bahwa penggunaan AI dalam produksi narasi menghadirkan persoalan mengenai autentisitas, *narrative agency*, keterlibatan audiens, homogenisasi narasi, dan ketidakjelasan mengenai bagaimana sebuah pesan dibentuk. (Soliman et al., 2026)

Dalam konteks penginjilan, persoalan tersebut menjadi lebih serius. AI dapat membuat video mengenai seseorang yang “bersaksi” tentang pengalaman pertobatan, tetapi apabila pengalaman tersebut tidak pernah dialami oleh orang tersebut, maka konten tersebut bukan lagi sekadar kreativitas digital. Ia berpotensi menjadi representasi palsu dari kesaksian iman. AI juga dapat menghasilkan suara, wajah, atau cerita yang menyerupai manusia sehingga batas antara kesaksian asli dan konten sintetis menjadi semakin kabur.

Karena itu, gereja perlu mempertahankan prinsip transparansi dalam penggunaan AI. Ketika AI digunakan untuk membantu visualisasi, penyuntingan, penerjemahan, atau produksi konten, penggunaannya tidak harus disembunyikan. Sebaliknya, transparansi dapat menjadi bagian dari etika komunikasi Kristen. Hal ini penting terutama ketika konten berkaitan dengan kesaksian pribadi, pengalaman pertobatan, mukjizat, doa, atau pengalaman spiritual. Dalam pengertian tersebut, AI tidak boleh menjadi “pemeran” yang menggantikan

manusia dalam kesaksian Injil. AI dapat membantu manusia mengemas kesaksian, tetapi tidak boleh memalsukan kesaksian.

AI, Algoritma, dan Otoritas Injil

Penggunaan AI dalam media sosial juga menimbulkan persoalan mengenai otoritas. Platform digital bekerja berdasarkan algoritma yang dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna. Sementara itu, AI generatif juga dapat menghasilkan konten berdasarkan pola data dan instruksi pengguna. Apabila mekanisme tersebut tidak dikritisi, terdapat risiko bahwa isi penginjilan secara perlahan akan ditentukan oleh apa yang dianggap menarik, populer, atau memiliki potensi viral. Di sinilah diperlukan pembedaan antara algoritma sebagai mekanisme distribusi dan Injil sebagai berita yang memiliki otoritas teologis. Algoritma dapat membantu menentukan bagaimana sebuah pesan memperoleh visibilitas, tetapi tidak boleh menentukan kebenaran pesan tersebut.

Temuan Reinis dan Laughlin mengenai *spiritual algorithmic imaginary* menunjukkan bahwa sebagian pengguna Kristen dapat memaknai mekanisme algoritmik secara spiritual, bahkan melihat distribusi algoritmik sebagai bagian dari kehendak ilahi. (Reinis & Laughlin, 2026) Dalam konteks penginjilan, gereja perlu berhati-hati terhadap cara pandang semacam itu. Algoritma bukan Tuhan dan rekomendasi algoritmik bukan tanda otomatis mengenai kehendak Allah. Prinsip ini dapat dirumuskan secara sederhana: algoritma dapat membantu menentukan bagaimana Injil ditemukan, tetapi algoritma tidak boleh menentukan apa yang menjadi Injil.

Dengan demikian, apabila AI menganalisis karakteristik Generasi Z dan menyarankan bahwa pesan tertentu lebih mungkin mendapatkan *engagement*, gereja tidak boleh secara otomatis mengubah substansi teologis agar sesuai dengan preferensi tersebut. Gereja dapat mengubah cara penyampaian, tetapi tidak boleh mengubah inti berita keselamatan hanya demi memperoleh perhatian.

AI dan Relasi dalam Penginjilan

Penginjilan digital juga perlu mempertahankan dimensi relasional. Salah satu kelemahan pendekatan teknologi adalah kecenderungan untuk memahami manusia sebagai data, angka, atau target audiens. Padahal, manusia yang menerima Injil bukan sekadar “pengguna” yang harus dijangkau oleh algoritma, melainkan pribadi yang memiliki martabat sebagai gambar Allah. Abraham menekankan bahwa perkembangan AI dapat menghadirkan risiko berkurangnya relasi personal dan munculnya paradigma teknokratis apabila teknologi diterima tanpa refleksi kritis.(Abraham, 2026) Karena itu, efisiensi teknologi tidak boleh menjadi ukuran tertinggi dalam pelayanan Kristen.

Dalam penginjilan kepada Generasi Z, hal tersebut berarti bahwa penggunaan AI seharusnya tidak diarahkan untuk menggantikan interaksi manusia, tetapi untuk membuka lebih banyak kemungkinan terjadinya interaksi manusia. Sebuah *Instagram Reel* yang dibuat dengan bantuan AI dapat menarik perhatian seseorang, tetapi percakapan yang muncul setelahnya membutuhkan manusia. Sebuah *carousel* dapat menjelaskan konsep keselamatan, tetapi pertanyaan pribadi mengenai iman membutuhkan pendampingan. Sebuah *chatbot* dapat memberikan informasi dasar mengenai Alkitab, tetapi proses pemuridan membutuhkan komunitas, teladan, koreksi, dan relasi.

Dalam hal ini, konsep *digital pulpit* yang dikembangkan Lutshaka menjadi relevan. Media sosial dapat menjadi ruang pemberitaan iman, tetapi pemberitaan tersebut tetap dilakukan oleh komunitas dan individu yang memiliki relasi dengan orang lain.(Lutshaka, 2026) Oleh sebab itu, tujuan akhir penginjilan digital tidak seharusnya berhenti pada seseorang yang menonton video Kristen atau mengikuti akun gereja. Penginjilan perlu mengarahkan seseorang dari konten menuju percakapan, dari percakapan menuju relasi, dari relasi menuju komunitas, dan dari komunitas menuju pemuridan.

AI sebagai Sarana Misi, Bukan Subjek Misi

Berdasarkan pembahasan di atas, posisi teologis AI dalam penginjilan dapat dirumuskan dengan jelas: AI adalah sarana misi, bukan subjek misi. Perbedaan ini penting karena teknologi modern sering kali memiliki kemampuan komunikasi yang semakin menyerupai manusia. AI dapat menjawab pertanyaan teologis, menyusun khotbah, menerjemahkan Alkitab, membuat gambar Yesus, menghasilkan video, dan berinteraksi dengan pengguna. Namun, kemampuan menghasilkan komunikasi tidak sama dengan kemampuan menjadi saksi.

Subjek penginjilan adalah manusia yang telah menerima mandat Kristus untuk menjadi saksi-Nya. Dalam perspektif ini, AI tidak memiliki panggilan misioner, pengalaman pertobatan, kehidupan iman, atau relasi spiritual dengan Allah. AI dapat membantu seorang percaya menjalankan tugasnya, tetapi AI tidak mengambil alih panggilan tersebut.

Pandangan tersebut sejalan dengan penelitian mengenai AI dalam kehidupan Gereja yang menempatkan AI sebagai teknologi instrumental yang perlu berada di bawah tanggung jawab manusia. Abraham menegaskan bahwa AI tidak memiliki dimensi moral dan spiritual sebagaimana manusia, sedangkan Omondi menunjukkan bahwa keterbatasan AI dalam memahami konteks budaya dan teologis menjadikan keahlian manusia tetap diperlukan. (Abraham, 2026)

Dengan demikian, dalam penginjilan digital, Kristus tetap menjadi pusat pemberitaan dan Injil menjadi berita utama yang disampaikan berdasarkan kesaksian Kitab Suci. Manusia sebagai saksi Kristus memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan berita tersebut, sementara Artificial Intelligence ditempatkan sebagai sarana yang membantu proses produksi, pengembangan, dan penyebaran pesan melalui media sosial sebagai ruang komunikasi dengan Generasi Z. Perjumpaan digital tersebut selanjutnya diarahkan bukan hanya pada penyampaian informasi tentang Injil, tetapi pada terbentuknya relasi yang membuka jalan bagi pertumbuhan iman dan pemuridan. Dengan demikian,

pemanfaatan AI dalam penginjilan tidak mengubah posisi manusia sebagai saksi maupun Kristus sebagai pusat Injil, melainkan menempatkan teknologi sebagai sarana yang mendukung gereja menghadirkan kesaksian Kristiani secara relevan di tengah kehidupan digital Generasi Z. AI tidak ditempatkan di antara Kristus dan Injil sebagai sumber otoritas. AI juga tidak ditempatkan sebagai pengganti manusia dalam proses kesaksian. AI berada pada posisi instrumental: membantu manusia mengomunikasikan Injil dengan lebih efektif dalam konteks digital.

Model Pemanfaatan AI bagi Penginjilan Digital Generasi Z

Berdasarkan keseluruhan pembahasan, pemanfaatan AI dalam penginjilan digital dapat dibangun melalui enam prinsip utama. Pertama, Kristus harus tetap menjadi pusat. Penggunaan teknologi tidak boleh menggeser tujuan penginjilan dari memperkenalkan Kristus menjadi membangun popularitas gereja, akun media sosial, atau komunikator tertentu. Kedua, Kitab Suci menjadi dasar dan batas isi penginjilan. AI dapat membantu mengolah materi Alkitab, tetapi interpretasi dan penerapannya harus diperiksa secara teologis. Risiko *decontextualized biblical interpretation* yang dibahas dalam kajian teologi digital menunjukkan pentingnya prinsip tersebut. (Sanjaya & Novalina, 2026) Ketiga, manusia tetap menjadi saksi. AI tidak memiliki kesaksian iman dalam pengertian teologis. Karena itu, pengalaman iman, pertobatan, kesaksian pribadi, pendampingan pastoral, dan pemuridan tidak dapat dialihkan sepenuhnya kepada teknologi. Keempat, AI digunakan sebagai sarana produksi dan adaptasi. AI dapat membantu menghasilkan variasi konten, menerjemahkan bahasa, menyusun naskah awal, membuat visual, mengedit video, dan mengadaptasi komunikasi sesuai karakteristik Generasi Z. Pemanfaatan tersebut merupakan bentuk penggunaan teknologi secara instrumental, bukan penyerahan otoritas misi kepada teknologi. Kelima, media sosial digunakan sebagai ruang pertemuan, bukan sekadar ruang distribusi. Konten penginjilan harus membuka

kemungkinan terjadinya percakapan dan relasi. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa jaringan media sosial kaum muda dapat menjadi ruang *peer-to-peer evangelism*.(Lutshaka, 2026) Keenam, pemuridan menjadi tujuan jangka panjang. Penginjilan digital tidak berhenti pada orang yang melihat atau menyukai konten. Tujuannya adalah membawa seseorang kepada pengenalan yang semakin dalam terhadap Kristus dan kehidupan dalam komunitas iman. Karena itu, ukuran keberhasilan penginjilan digital tidak boleh hanya didasarkan pada statistik media sosial. Model ini dapat diringkas dalam sebuah prinsip yaitu AI membantu produksi, algoritma membantu distribusi, manusia memberikan kesaksian, Kitab Suci menjadi dasar berita, Kristus menjadi pusat Injil, dan pemuridan menjadi tujuan.

Implikasi Teologis bagi Pelayanan Gereja

Implikasi pertama adalah perlunya literasi AI bagi gereja. Gereja tidak cukup hanya mengajarkan bagaimana menggunakan AI, tetapi juga bagaimana menilai AI secara teologis. Pelayan gereja perlu memiliki kemampuan untuk membedakan antara informasi yang dihasilkan AI, interpretasi teologis, dan kesaksian iman. Implikasi kedua adalah perlunya pedoman etis penggunaan AI dalam penginjilan. Gereja perlu menentukan batas penggunaan AI terutama berkaitan dengan manipulasi gambar, suara sintetis, kesaksian palsu, penggunaan data pribadi, plagiarisme, dan produksi konten yang tidak transparan. Implikasi ketiga adalah perlunya mempertahankan autentisitas dan relasionalitas. Penggunaan AI seharusnya membebaskan manusia dari pekerjaan teknis yang berulang agar manusia dapat memberikan lebih banyak perhatian kepada relasi, percakapan, pendampingan, dan pemuridan. Dalam pengertian tersebut, AI seharusnya memperkuat kehadiran manusia, bukan menghilangkannya. Implikasi keempat adalah perlunya gereja mengembangkan teologi digital yang kritis. Sriyanto dan Suseno menunjukkan bahwa penginjilan digital membutuhkan

refleksi teologis yang tidak berhenti pada pertanyaan mengenai efektivitas teknologi, tetapi juga mempertimbangkan dimensi kontekstual, etis, autentik, dialogis, dan transformatif.(Sriyanto & Suseno, 2025) Dengan demikian, gereja tidak dipanggil untuk menjadi komunitas yang anti-teknologi, tetapi juga bukan komunitas yang menyerahkan pelayanan kepada teknologi. Gereja dipanggil untuk menggunakan teknologi secara bijaksana dalam rangka menjalankan misi Allah.

KESIMPULAN

Artificial Intelligence menghadirkan peluang baru bagi penginjilan digital kepada Generasi Z melalui media sosial. AI dapat membantu gereja dalam produksi konten, penerjemahan, adaptasi bahasa, visualisasi, penyuntingan, personalisasi komunikasi, dan perluasan jangkauan. Perkembangan tersebut dapat membantu gereja hadir secara lebih relevan dalam ruang digital yang menjadi bagian penting dari kehidupan Generasi Z.

Namun, kemampuan teknologis AI tidak boleh disamakan dengan kapasitas spiritual dan misioner manusia. AI dapat menghasilkan bahasa mengenai iman, tetapi tidak memiliki iman; dapat menyusun kesaksian, tetapi tidak memiliki pengalaman pertobatan; dapat membantu menjelaskan Alkitab, tetapi tidak menggantikan tanggung jawab teologis manusia; dan dapat memperluas jangkauan pesan, tetapi tidak dapat menjamin transformasi spiritual.

Karena itu, pemanfaatan AI dalam penginjilan perlu ditempatkan dalam kerangka teologis yang jelas. AI adalah sarana misi, bukan subjek misi. Manusia tetap menjadi saksi Kristus, Kitab Suci tetap menjadi dasar pemberitaan, Kristus tetap menjadi pusat Injil, media sosial menjadi ruang pertemuan, dan pemuridan menjadi tujuan akhir. Teknologi dapat membantu gereja menjangkau lebih banyak orang, tetapi teknologi tidak boleh menentukan hakikat berita yang diberitakan.

Tantangan terbesar penginjilan di era AI bukan sekadar bagaimana gereja menjadi lebih cepat, lebih kreatif, atau lebih viral. Tantangan yang lebih mendasar adalah bagaimana gereja tetap menghadirkan kesaksian yang benar, autentik, kontekstual, relasional, dan berpusat pada Kristus di tengah dunia yang semakin dimediasi oleh teknologi. Dengan demikian, AI tidak menjadi pengganti manusia dalam misi, melainkan alat yang secara kritis dan bertanggung jawab digunakan manusia untuk menjalankan panggilan penginjilan di ruang digital.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Abraham, A. (2026). Christian Faith and AI: A Theological-Philosophical Analysis and its Relevance to the Existence of the Catholic Church. *Tri Tunggal: Jurnal Pendidikan Kristen Dan Katolik*, 4(1), 49–56.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61132/tritunggal.v4i1.1864>
- Chua, E. R. (2026). ChatGPT's Gospel Preaching Process: A Grounded Theory Study. *Theology and Science*, 24(2), 508–523.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/14746700.2026.2637225>
- Conrad, P. G. (2025). Opportunities and Threats of Artificial Intelligence in Christian Ministry: An Interdisciplinary Approach Through the Lens of Scientific Exploration and Technology. *Religions*, 16(9), 1092.
<https://doi.org/https://doi.org/10.3390/rel16091092>
- Lutshaka, N. O. (2026). The Digital Pulpit: Leveraging African United Methodist Church Youth Social Media Networks for Peer-to-Peer Evangelism. *Journal of Advanced Education and Sciences*, 6(4), 175–179.
<https://doi.org/https://doi.org/10.64171/JAES.6.4.175-179>
- Omondi, F. (2026). Artificial Intelligence (AI) and the Future of Vernacular Scripture Translation in Pioneer Evangelism. *African Journal of Biblical Studies, Translation, Linguistics and Intercultural Theology*, 2(1), 15–34.
<https://doi.org/https://doi.org/10.63811/fr5dsn16>

- Reinis, S., & Laughlin, C. (2026). God Is My Sponsored Ad!! My Algorithm!': The Spiritual Algorithmic Imaginary and Christian TikTok. *New Media & Society*, 28(4), 1811–1827.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/14614448251315128>
- Sanjaya, B., & Novalina, M. (2026). Digital Theology: Challenges and Opportunities in the Era of Information Technology. *Journal of Scripture, Culture, and Mission*, 1(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.67655/jscm.v1i1.14>
- Sasono, D., & Boiliu, E. R. (2025). Pemanfaatan Teknologi Digital bagi Efektivitas Penginjilan dan Pemuridan Generasi-Z. *GRAFTA: Journal of Christian Religion Education and Biblical Studies*, 4(2), 43–49.
<https://doi.org/https://doi.org/10.46494/grafta.v4i2.79>
- Soliman, M., Behboodi, Z., Al-Ghafri, N., & Shishan, F. (2026). AI-Mediated Storytelling, Authenticity, Engagement and Destination Evangelism: Challenges and Opportunities for Destination Marketing. *Journal of Creative Communications*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/09732586261463341>
- Sriyanto, B., & Suseno, A. (2025). Teologi Digital dan Relevansi Misi Gereja di Era Virtual: Studi Kritis Evangelisasi Online di Kalangan Generasi Milenial dan Gen Z. *Manna Rafflesia*, 12(1), 256–269.
https://doi.org/https://doi.org/10.38091/man_raf.v12i1.623