

Manajemen Pelayanan Kaum Muda: Efektivitas Penggunaan TikTok dalam Pelayanan Kaum Muda di HKBP Petra Pematangsiantar

Yuniar Mariska Simamora
yuniarmariskasimamora21@gmail.com
Sekolah Tinggi Teologi HKBP

Abstract

This article examines the effectiveness of utilizing TikTok in youth ministry at HKBP Petra, Pematangsiantar. TikTok, as a widely popular social media platform, holds significant potential for engaging younger generations through creative content. However, its implementation at HKBP Petra faces several challenges, including a lack of creativity in content creation, insufficient budget allocation, and inadequate oversight and guidance from leaders and supervisors. The uploaded content tends to be monotonous, inconsistent, and less relevant to the current lives of young people. This study employs a qualitative approach, incorporating interviews and literature reviews, to provide a comprehensive understanding of this phenomenon. The findings indicate that TikTok-based youth ministry has not yet effectively addressed the spiritual needs of young people. Recommendations include forming a creative team, enhancing collaboration among managers, allocating sufficient funds, and producing content that is both relevant and innovative. With proper management, TikTok has the potential to become an effective tool for conveying spiritual messages, fostering youth engagement, and strengthening the church community in the digital age.

Keywords: Digital Media, HKBP Petra Church, Management of Ministry, TikTok, Youth Ministry.

Abstrak

Artikel ini membahas efektivitas penggunaan TikTok dalam pelayanan kaum muda di HKBP Petra, Pematang Siantar. TikTok, sebagai platform media sosial populer, memiliki potensi besar untuk menjangkau generasi muda melalui konten kreatif. Namun, implementasinya di HKBP Petra menemui sejumlah tantangan, seperti kurangnya kreativitas dalam konten, minimnya anggaran, serta kurangnya pengawasan dan arahan dari penanggung jawab dan pembina. Konten yang diunggah cenderung monoton, tidak konsisten, dan belum relevan dengan kehidupan kaum muda saat ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara dan studi literatur untuk memahami fenomena ini secara komprehensif. Hasil menunjukkan bahwa pelayanan kaum muda melalui TikTok belum efektif dalam memenuhi kebutuhan rohani mereka. Rekomendasi yang diberikan mencakup pembentukan tim kreatif, peningkatan kerja sama antar pengelola, penyediaan anggaran yang memadai, dan pembuatan konten yang lebih relevan dan kreatif. Dengan manajemen pelayanan yang baik, TikTok berpotensi menjadi alat yang efektif untuk menyampaikan pesan rohani, meningkatkan keterlibatan kaum muda, dan memperkuat komunitas gereja di era digital.

Kata-kata kunci: Gereja HKBP Petra, Manajemen Pelayanan, Media Digital, Pelayanan Kaum Muda, TikTok.

Pendahuluan

TikTok adalah platform media sosial berbasis video pendek berdurasi 15-60 detik yang telah menjadi fenomena berpengaruh di berbagai kalangan sejak dirilis pada tahun 2016. Dengan algoritma unik yang menyajikan konten sesuai preferensi pengguna, TikTok berhasil menarik perhatian mulai dari anak-anak hingga orang tua, terutama kaum muda. Platform ini tidak hanya populer karena fitur-fiturnya yang menarik, tetapi juga karena kemampuannya mengubah pengguna pasif menjadi kreator aktif. TikTok memberikan ruang bagi kaum muda untuk mengekspresikan kreativitas, berbagi cerita, bakat, dan minat mereka dalam format video yang singkat namun menarik. Popularitas ini menjadikan TikTok salah satu media sosial paling digemari, mengungguli platform seperti Facebook, Twitter, dan YouTube.¹

TikTok menghasilkan konten-konten yang sangat kreatif khususnya dalam mengekspresikan diri, menghibur diri, hal ini yang menarik perhatian para penggunanya sehingga TikTok sangat disukai oleh kaum muda dan penggunanya tidak pernah merasakan bosan. Penggunaan TikTok membuat banyak kaum muda terkena FOMO (*Fear of Missing Out*) yang bukan hanya isu namun menjadi sebuah penyakit yang menjangkit kehidupan kaum muda karena ketakutan untuk “tidak *tranding*”.² Oleh karena sikap FOMO (*Fear of Missing Out*) tersebut, maka kaum muda berlomba-lomba menggunakan TikTok dengan harapan mereka dapat terkenal (*viral*) dan tidak pernah ketinggalan akan konten-konten terbaru.

Akibat kehadiran yang kuat di *platform* TikTok memberikan kesempatan besar bagi gereja untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan kaum muda. Hal ini memungkinkan gereja untuk dapat menjalin koneksi dengan kaum muda secara *online* dan dapat membangun komunitas yang kuat di *platform* ini. Namun, penggunaan TikTok dalam pelayanan gereja menghadapi sejumlah tantangan. Ketika gereja mulai melakukan pelayanan melalui TikTok, pergerakan tersebut seakan-akan “tenggelam” dan belum banyak dikenal oleh jemaatnya sendiri. Situasi ini terjadi di HKBP Petra Pematang Siantar di mana kategorial kaum muda di gereja HKBP Petra telah memiliki akun TikTok namun akun tersebut semakin hari makin mengalami kemerosotan hal ini terlihat dari sangat minim orang-orang yang tertarik dan bahkan konten-konten yang tersedia di akun TikTok tersebut tidak berkembang.

¹ Chris Stokel and Walker, *TikTok Boom: China's Dynamite App and the Superpower Race for Social Media* (London: Canbury Press, 2021), 57.

² Patrick. J. McGinnis, *Fear of Missing Out: Tepat Mengambil Keputusan Dunia Yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2020), 10.

Oleh karena itu, dibutuhkan pemahaman dalam menggunakan *platform* ini yang berisikan konten-konten pelayanan yang menarik sehingga kaum muda tertarik untuk terlibat dalam penggunaan TikTok sebagai sarana pelayanan kaum muda. Penggunaan TikTok sebagai salah satu bentuk dari manajemen pelayanan khususnya bagi kaum muda di gereja harus dikelola oleh gereja dengan baik sehingga TikTok dapat digunakan dalam pelayanan dengan efektif dan menjadi sebuah sarana yang dipakai oleh kaum muda dalam menyampaikan pesan rohani, informasi acara gereja dan pelayanan sosial serta kegiatan-kegiatan lainnya yang dilaksanakan oleh kaum muda di gereja. Penggunaan TikTok dalam konteks pelayanan kaum muda memunculkan pertanyaan tentang nilai-nilai agama dan cara memastikan bahwa konten yang dibuat dapat menggugah hati kaum muda dalam dunia digital yang semakin berkembang. Oleh karena itu, sangat penting manajemen pelayanan yang baik dalam penggunaan TikTok dalam pelayanan kaum muda.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan dinamis dan multi-metode untuk memahami fenomena berdasarkan makna yang diberikan individu. Pendekatan ini bertujuan mendeskripsikan realitas sosial, memberikan interpretasi, serta pemahaman yang komprehensif.³ Data dikumpulkan melalui studi literatur dan wawancara. Literatur melibatkan pengumpulan informasi dari buku, dokumen teologi HKBP, jurnal, dan catatan terkait, sedangkan wawancara dilakukan secara terbuka dengan kaum muda HKBP Petra Pematang Siantar sebagai subjek penelitian. Pewawancara menggunakan pertanyaan terstruktur yang jelas, spesifik, dan relevan secara teologis untuk memperoleh tanggapan yang mendalam.

Penggunaan TikTok dalam Budaya Digital

Dalam buku *Digital Cultures Understanding New Media*, menyebutkan istilah yang ideal dipakai yaitu istilah “media baru” di mana terjadi transformasi teknologi dalam komunikasi. Media baru (*new media*) merupakan produk teknologi komunikasi termediasi yang dipadukan dengan komputer digital. Perbedaan yang sangat jelas yaitu model media yang telah berubah di mana sebelum tahun 1980-an, media bergantung pada media cetak atau analog. Media baru atau disebut juga dengan media digital melampaui media analog tersebut, karena mudah diakses ke berbagai platform media yang berbeda dan mudah dimanipulasi melalui jaringan, diakses, disimpan dan kemudian didistribusikan melalui jarak yang jauh dan hasilnya dapat direproduksi tanpa batas waktu dan tanpa kehilangan kualitas.⁴

³ Jhon Swinton and Harriet Mowat, *Practical Theology and Qualitative Research* (London: SCM Press, 2016), 28–44.

⁴ Glen Creeber and R. Martin, eds., *Digital Cultures. Understanding New Media* (New York: Open University Press, 2009), 2.

Singkatnya dapat dikatakan bahwa media digital dapat melebihi media analog dalam hal kecepatan, kualitas dan kinerja.

Inti dari pergeseran budaya terletak pada internet yang menjadi jaringan utama dari berbagai jaringan. Terkadang internet disebut dengan *internet of all things* (internet untuk segalanya), dalam bentuk yang paling sederhana dapat dikatakan bahwa melalui internet semuanya dapat diatasi baik layanan, produk, dan lain-lain. Sejak tahun 1950-an dan 1960-an, internet bukanlah suatu hal yang baru namun yang baru adalah rangkaian jaringan komputer yang saling terhubung dan diikat menjadi satu melalui satelit, nirkabel, yang memungkinkan model komunikasi massa tradisional berubah menjadi radikal. Internet yang biasanya diidentikkan dengan media baru sangat berdampak terhadap kehidupan manusia di mana media baru merupakan bagian dari transformasi budaya global yang kemungkinan mempunyai dampak besar dalam hidup manusia. Dengan hadirnya media digital, dunia bisa dikatakan telah berubah dan cara berpikir manusia juga berubah. Secara khusus budaya digital dikaitkan dengan percepatan perubahan masyarakat yang menyebabkan sejumlah transformasi teknologi dan sosial dalam waktu yang singkat.⁵

Berbicara mengenai budaya, komunikasi bersifat implisit hal ini tampak melalui struktur komunikasi budaya yang terus menerus mengalami perubahan di mana pada saat ini telah tersedia teknologi yang menjadi elemen penting dan dapat dikatakan sebagai sarana. Apabila teknologi komunikasi pengaruhnya sangat besar dan bahkan cara penggunaannya dapat mempengaruhi perubahan hakikat pola komunikasi dan budaya maka dapat dikatakan melalui teknologi, komunikasi tidak dipandang sebagai instrumen pasif namun menjadi sebuah sistem interaktif yang secara radikal mengubah cara berkomunikasi.⁶ Budaya digital dapat digambarkan sebagai konteks saat ini di mana media *online* hadir di semua bidang kehidupan. Media *online* memiliki karakteristik tertentu yang perlu diperhatikan untuk menunjukkan bagaimana pengaruhnya terhadap manusia dan keberadaannya, serta konteks sosialnya.⁷

Teknologi digital yang masuk dalam kehidupan merupakan bagian dari fenomena yang luas di mana teknologi digital meningkatkan teknologi informasi, komunikasi serta pengaruh terhadap teknologi sains. Oleh karena itu teknologi digital menjadi bagian penting dalam perkembangan. Perkembangan teknologi digital menghasilkan semacam efek *fast-forward* yang menghasilkan perubahan yang cepat dalam waktu yang singkat. Seiringnya meluasnya konektivitas dunia teknologi digital mengubah

⁵ Klaus Schwab, *Revolusi Industri Keempat* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2019), 19.

⁶ A. Uzelac and B. Cvjetičanin, eds., *Digital Culture: The Changing Dynamics* (Zagreb: Institute for International Relations, 2008), 11.

⁷ Anita L. Cloete, "Living in a Digital Culture: The Need for Theological Reflection," *HTS Teologiese Studies/Theological Studies* 71, no. 2 (2015): 1.

semuanya. Menjalarnya konektivitas terutama via telepon seluler yang terhubung dengan internet. Bertumbuhnya *platform-platform* digital sangat cepat menyebar dan sangat efisien untuk digunakan karena orang-orang yang membangun, mengontrol dan menggunakannya pun didayakan.⁸

Perkembangan teknologi secara bersamaan berkembang dengan berbagai paradigma yang cocok dengan generasi pengguna baru dengan kebutuhan dan budaya baru. Bukan hanya sekedar perkembangan teknologi saja namun menghasilkan elemen yang baik sesuai dengan kebutuhan dan solusi untuk pemenuhan yang diberikan.⁹ Di percepatan perkembangan teknologi hingga dengan abad ke-21 di dalam merespon kebutuhan dan keinginan para pengguna, terjadi perkembangan di dalam perangkat lunak jejaring sosial seperti Facebook, Second Life, MySpace, Youtube dan perangkat lunak lainnya seperti Napster, BitTorrent untuk berbagi file musik dan video digital, serta Blog dan Podcast, TikTok, Twitter, Facebook, dll.¹⁰

Salah satu *platform* media sosial yang sangat populer dan sangat cepat berkembang hingga saat ini yaitu TikTok. TikTok ini mulai mencuat sejak tahun 2018 namun telah diproduksi sejak tahun 2016 di China. TikTok sangat populer khususnya dalam mencari ketenaran (*viral*) dan hal inilah yang menjadikan TikTok semakin hari semakin berkembang dan penggunaanya semakin hari semakin melonjak. Adapun pengguna *platform* TikTok yang paling banyak yaitu kaum muda. Akibat ketenaran yang ingin dicapai melalui *platform* ini, banyak kaum muda terkena FOMO (*Fear of Missing Out*) yang bukan hanya berupa isu namun menjadi sebuah penyakit yang menjangkit kehidupan kaum muda karena ketakutan untuk “tidak *tranding*”.¹¹ Ketakutan atau kecemasan ketika tidak *tranding* membuat kaum muda harus selalu terlibat dalam setiap hal.

Selain itu, tren konsentrasi kepemilikan akan media sosial di tengah masyarakat semakin meningkat dan hal inilah yang menyebabkan adanya persaingan di antara berbagai media sosial khususnya TikTok. Banyaknya waktu yang dipakai oleh kaum muda untuk *time screen* menyebabkan kaum muda ingin berkarya dan berupaya melebihi orang lain. Meskipun konten yang dihasilkan kadang-kadang dianggap sepele namun *platform* ini memungkinkan cara-cara baru yang efisien membuat para penggunaanya semakin terlibat dan konten-konten tersebut dibuat *fyp* (*for your page*). Adapun isi konten yang banyak tersebar bertujuan untuk menghibur diri dan mencari ketenaran.

⁸ Eric Schmidt and Jared Cohen, *The New Digital Age : Cakrawala Baru Negara. Bisnis Dan Hidup Kita* (Jakarta: KPG, 2014), 7.

⁹ Charlie Gere, *Digital Culture* (London: Reaktion Books, 2008), 118–119.

¹⁰ Gere, *Digital Culture*, 212.

¹¹ Patrick. J. McGinnis, *Fear of Missing Out: Tepat Mengambil Keputusan Dunia Yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2020), 10.

Namun di samping itu, *platform* TikTok ini dapat digunakan sebagai sarana pendidikan, sarana pelayanan, tempat penyampaian informasi yang baik dan benar.¹²

Hal yang paling menarik dalam menggunakan *platform* TikTok adalah di mana TikTok sering sekali memicu tren dan tantangan yang menyebar dengan cepat. Tantangan inilah yang menyebabkan keterlibatan kaum muda dalam berbagi aktivitas, dan berupaya menciptakan budaya partisipatif di *platform* TikTok tersebut. Selain itu, TikTok juga memiliki format algoritma yang menyeleksi, menata, dan memberikan prioritas atas konten yang disukai oleh pengguna serta dapat menentukan tipe percakapan yang viral atau direkomendasikan untuk diikuti.¹³ Hal inilah yang menyebabkan kaum muda selalu getol dan ingin tau apa yang sedang viral (*fyp*) sehingga tidak pernah merasa ketinggalan zaman dan bahkan kaum muda sebagai pengguna kecanduan menggunakan TikTok. TikTok juga berperan dalam menciptakan frasa-frasa tren yang merambah dalam kehidupan sehari-hari para pengguna. Hal inilah yang mencerminkan bagaimana TikTok telah menjadi bagian integral dari budaya.

Pelayanan Kaum Muda

1. Pelayanan Kaum Muda dalam Alkitab

Dalam Perjanjian Lama dan Perjanjian Baru secara eksplisit tidak membahas pelayanan kaum muda. Namun ada beberapa perspektif atau ajaran-ajaran yang dapat diterapkan dalam pelayanan kaum muda. Dalam Perjanjian Lama, pelayanan diartikan sebagai panggilan untuk melayani dan dalam TB-LAI II diartikan sebagai suatu tindakan yang dilakukan untuk melayani Tuhan, dalam KJV diartikan sebagai kata melayani, layanan. Dalam Perjanjian Lama, yang menjadi perspektif/ajaran yang dapat diterapkan dan diinterpretasikan dalam pelayanan kaum muda yaitu dalam Ulangan 6:6-7. Ulangan 6:6-7 merupakan perintah yang harus diberikan kepada generasi mendatang.¹⁴ Perjanjian Lama sangat menekankan akan pentingnya pendidikan agama dan moral oleh karena itu penting bagi orang tua untuk mengajarkan hukum-hukum Allah kepada anak-anaknya. Hal inilah yang menunjukkan pentingnya mendidik generasi muda tentang nilai-nilai agama dan hukum-hukum Allah. Pelayanan kaum muda terkait dengan pendidikan agama dan pendidikan karakter yang bertujuan untuk membentuk generasi muda dalam iman dan moralitas dan dapat menjadi teladan bagi sesama. Dalam Perjanjian Lama, yang menjadi puncak dari konsep pelayanan yaitu berisi perintah untuk mengasihi sesama (Imamat 19: 8).

¹² McGinnis, *Fear of Missing Out*, 11.

¹³ Agus Sudibyo, *Dialektika Digital: Kolaborasi Dan Kompetisi Antara Media Massa Dan Platform Digital* (Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2022), 2.

¹⁴ W.S. Lassar, *Pengantar Perjanjian Lama 1 : Taurat Dan Sejarah* (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2016), 251.

Sama halnya dengan Perjanjian Lama, dalam Perjanjian Baru pelayanan kaum muda tidak dibahas secara khusus namun terdapat beberapa perspektif yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam pelayanan kaum muda. Pelayanan kaum muda dalam Perjanjian Baru yakni mencakup pemuridan melalui pengajaran yang diberikan oleh Yesus. Dalam 2 Timotius 2: 2 menggambarkan prinsip pemuridan. Selain pemuridan, prinsip lainnya yang dapat dipakai sebagai pedoman pelayanan kaum muda yaitu keterlibatan aktif yang menekankan bahwa kaum muda disebut sebagai teladan. Dalam 1 Timotius 4:12, ajaran dan teladan yang diberikan oleh Yesus berupa kasih, kerendahan hati, pelayanan, dan moralitas yang diajarkan oleh Yesus diintegrasikan dalam pelayanan kaum muda.¹⁵ Istilah pelayanan kaum muda dalam Perjanjian Lama dan Perjanjian Baru berfokus pada pelayanan yang berdampak bagi sesama. Pelayanan yang dilaksanakan tidak hanya berupa keterampilan saja namun harus memiliki komitmen dalam terhadap pelayanan yang dilaksanakan.

2. Pelayanan Kaum Muda dalam Aturan dohot Paraturan HKBP 2002

Pelayanan dalam dokumen teologi gereja biasanya mengacu pada bagaimana gereja memahami dan menjalankan berbagai bentuk pelayanan kepada jemaat. Dalam *Aturan dohot Paraturan HKBP 2002* di bagian misi HKBP menjelaskan bahwa gereja HKBP berupaya mengembangkan penatalayanan. Hal ini menunjukkan bahwa HKBP berupaya mengembangkan pelayanan di tengah-tengah gereja yang berdampak bagi jemaat. Adapun berbagai aspek pelayanan gereja yaitu ibadah, pelayanan misi, pelayanan sosial. Di HKBP, terdapat berbagai kategorial yang berperan dan terlibat dalam berbagai aktivitas di gereja seperti ibadah, pelayanan sosial, pelayanan misi, pelayanan pendidikan dan yang lainnya. Adapun bentuk kategorial yang ada yaitu sekolah minggu, remaja, kaum muda, kaum ibu, kaum bapak, dan lansia.

Lebih spesifik dalam tulisan ini yaitu menjelaskan tentang pelayanan kaum muda. Kaum muda di HKBP terlibat dalam berbagai aktivitas gereja seperti ibadah, pelayanan sosial, dan pendidikan agama. Adapun aspek yang menjadi tugas kaum muda di HKBP yaitu (1) Pelayanan gereja: dalam hal ini kaum muda terlibat dalam pelayanan gereja terkait penghayatan firman Allah agar semakin berkembang menuju kedewasaan iman. (2) Pendidikan agama: membimbing pemuda supaya semakin dewasa dalam pemahaman keagamaan dan kegerejaan, terutama tentang posisi dan kehidupan pemuda agar semakin dewasa dalam iman. (3). Membimbing pemuda sesuai dengan pedoman persekutuan pemuda yang telah ditetapkan oleh HKBP. (4) Membuat evaluasi dan laporan berkala tentang pelayanan pemuda yang akan disampaikan kepada

¹⁵ Doug Fields, *Purpose Driven Youth Ministry: 9 Essential Foundations for Healthy Growth* (Michigan: Zondervan, 2009), 67.

ketua Dewan Koinonia dan Pimpinan Jemaat sesuai dengan waktu yang ditentukan. (5). Pelayanan sosial: sebagai kaum muda HKBP harus terlibat dalam kegiatan pelayanan sosial yang diadakan oleh gereja.¹⁶

Penggunaan TikTok dalam Pelayanan Kaum Muda di HKBP Petra

Pematangsiantar

1. Manajemen Pelayanan Kaum Muda di HKBP Petra

Salah satu pelayanan kaum muda di HKBP Petra yaitu kaum muda terlibat dalam pelayanan gereja terkait penghayatan firman Allah agar semakin berkembang menuju kedewasaan iman. Pelayanan ini dilaksanakan berdasarkan program-program yang telah direncanakan dan disepakati oleh kaum muda HKBP Petra. Adapun pelayanan yang dilaksanakan yaitu Pendalaman Alkitab (PA), koor, ada juga sebagian yang menjadi guru sekolah minggu. Kaum muda juga terlibat dalam pelayanan sosial yang dilakukan oleh gereja contohnya melakukan kunjungan ke Panti Asuhan Elim. Selain itu, kaum muda HKBP Petra aktif menjadi tim multimedia yang terbagi atas beberapa kelompok, kaum muda juga melaksanakan gotong royong dalam membersihkan lingkungan gereja, ikut serta dalam kegiatan-kegiatan di gereja misalnya paskah, natal, yang biasanya sebagai panitia dan juga aktif sebagai tim dekorasi. Melalui pelayanan yang dilaksanakan oleh kaum muda HKBP Petra, maka dapat disimpulkan bahwa kaum muda di HKBP Petra terlibat aktif dalam aktivitas pelayanan di gereja.¹⁷

Terkait dengan manajemen pelayanan kaum muda di HKBP Petra, penanggung jawab kaum muda di HKBP Petra adalah Pendeta Resort HKBP Petra dan Pembina adalah *Paniroi Naposobulung*. Kaum muda HKBP Petra memiliki ketua, sekretaris dan bendahara yang disebut sebagai pengurus harian kaum muda HKBP Petra. Kaum muda HKBP Petra memiliki program-program yang harus dilaksanakan oleh kaum muda HKBP Petra baik program jangka panjang maupun program jangka pendek. Program-program yang dijalankan sesuai dengan program tahunan yang telah dirapatkan bersama. Untuk anggaran program kaum muda sudah dianggarkan sejalan dengan program tahunan yang berasal dari gereja.¹⁸

Peran dari pengurus kaum muda adalah untuk memimpin dan mengarahkan kaum muda, bertanggung jawab atas kegiatan yang telah disepakati untuk dijalankan sesuai dengan perencanaan, bertanggung jawab dalam membagi tugas dengan upaya pembagian tim untuk setiap kaum muda yang akan melaksanakan pelayanannya masing-masing agar dapat terkoordinir. Apabila pembagian tim sudah dijalankan, dilanjutkan dengan pelaksanaan program yang disesuaikan dengan program pelayanan

¹⁶ HKBP, *Aturan Dan Peraturan HKBP 2002* (Pearaja Tarutung: Kantor Pusat HKBP, 2002), 50.

¹⁷ Jessica Nainggolan, "Wawancara," oktober 2023, HKBP Petra, Pematangsiantar,

¹⁸ Owen Manik, "Wawancara," 21 Oktober, HKBP Petra, Pematangsiantar,

yang telah disepakati melalui rapat kaum muda. Dalam melaksanakan program yang telah dilaksanakan, dilakukan evaluasi secara rutin yang biasanya dilakukan oleh kaum muda HKBP Petra yaitu sekali 6 bulan yang dilaksanakan di setiap akhir bulan, dan biasanya yang mengikuti evaluasi ini adalah ketua, sekretaris, bendahara dan kordinator dari setiap tim. Evaluasi ini dilaksanakan dengan upaya untuk melihat apa saja kendala yang dialami dan bagaimana cara mengatasi hal tersebut. Kaum Muda HKBP Petra selalu melaksanakan kegiatan pelayanan secara rutin setiap minggu, adapun kegiatan yang dilakukan adalah setiap hari Sabtu, tepatnya malam minggu kaum muda HKBP Petra selalu melaksanakan PA, dilanjutkan dengan latihan koor dan persiapan tim multimedia di hari Minggu. Kaum muda HKBP Petra juga aktif dalam melaksanakan kebersihan gereja setiap minggu ke-4 setiap bulan. Untuk pelaksanaan kegiatan-kegiatan besar di gereja misalnya natal, paskah dan perayaan-perayaan lainnya kaum muda HKBP Petra membentuk panitia dan seksi-seksi yang mengurus bagian-bagian dalam pelaksanaan kegiatan tersebut.¹⁹

2. Penggunaan TikTok dalam Pelayanan Kaum Muda HKBP Petra

Penggunaan TikTok dalam pelayanan kaum muda di HKBP Petra merupakan salah satu program kaum muda HKBP Petra yang direncanakan sejak tahun 2021 dan direalisasikan di tahun 2022. Akun TikTok HKBP Petra dikelola oleh Pendeta Resort sebagai penanggung jawab, *Paniroi Naposobulung* sebagai pengawas dan tim multimedia sebagai pelaksana yang di mana tim multimedia merupakan kaum muda HKBP Petra yang dibagi per kelompok. Pembentukan tim multimedia sebagai pelaksana juga berkenaan dengan program penggunaan TikTok dalam pelayanan kaum muda. Tim multimedia ini terdiri dari 6 kelompok yaitu Kelompok Lukas, Kelompok Matius, Kelompok Markus, Kelompok Yohannes, Kelompok Paulus, dan Kelompok Petrus. Tim multimedia ini ditetapkan di awal tahun 2022 dengan pengarah St. AG Sianipar, dan pembina Bapak E. Samosir dan Bapak P. Hutabarat.²⁰

Akun TikTok HKBP Petra dibuat dengan tujuan dapat menyebarluaskan pesan-pesan rohani dalam upaya pertumbuhan iman melalui video pendek yang mudah dicerna dan dapat dipahami oleh kaum muda. Selain itu juga dalam upaya mengajak kaum muda untuk semakin terlibat dalam pelayanan-pelayanan di gereja. Hal ini sejalan dengan pendapat ahli tentang manajemen pelayanan yang mengatakan bahwa pelayanan harus berkembang oleh karena itu penting kegiatan baru, program baru, dan diberlakukan dalam kurun waktu tertentu. Adapun sasaran yang ingin dicapai melalui penggunaan TikTok dalam pelayanan kaum muda di HKBP Petra adalah dapat

¹⁹ Arina Tambunan, "Wawancara," Oktober 2023, HKBP Petra, Pematangsiantar,

²⁰ Alicia Sianturi, "Wawancara," Oktober 2023, HKBP Petra, Pematangsiantar,

menjalankan pelayanan yang efektif yang dibutuhkan oleh kaum muda karena melihat kebiasaan kaum muda yang lebih cenderung menggunakan *platform* TikTok dibanding *platform* lainnya di media sosial. Konten-konten yang diunggah di akun TikTok HKBP Petra adalah seputar mengenai kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di HKBP Petra yaitu berupa kegiatan PA, koor, dan renungan harian. Konten inilah yang paling mendominasi yang menjadi isi dari akun TikTok HKBP Petra.²¹

Anggaran untuk penggunaan TikTok di HKBP Petra sudah ditetapkan dalam program tahunan yang di mana anggaran tersebut berasal dari gereja. Anggaran yang sudah ada belum cukup untuk memfasilitasi semua kebutuhan dalam pembuatan konten-konten mulai dari kamera, *laptop* untuk mengunggah konten-konten dan juga penyediaan *wifi*. Kadang-kadang untuk anggaran penggunaan TikTok seakan-akan kurang yang menyebabkan penggunaan TikTok tidak secara konsisten untuk mengunggah konten-konten yang ada. Dapat disimpulkan bahwa anggaran yang dipakai untuk mengelola penggunaan TikTok dalam pelayanan kaum muda di HKBP Petra sangat minim.²²

3. Pandangan Kaum Muda Gereja HKBP Petra mengenai Penggunaan TikTok dalam Pelayanan

HKBP Petra merupakan gereja yang termasuk dalam kategori transisi di mana hal ini terlihat dari hubungan antar jemaat di dalam gereja semakin bervariasi yang dipengaruhi oleh faktor kekerabatan dan juga akibat faktor pekerjaan atau profesi. HKBP Petra sendiri memiliki beberapa kumpulan kategorial yang terdiri atas kelompok-kelompok kecil yang bersifat solid dan berpengaruh. Meskipun masih ada hubungan kekerabatan diantara kategorial, namun tetap mementingkan program-program yang terencana di kategorial tersebut. Selain program-program yang terencana di setiap kategorial, mobilitas warga jemaat di HKBP Petra juga sudah terbuka terhadap perubahan sehingga perubahan-perubahan baru dapat terlaksana di tengah-tengah kategorial. Di HKBP Petra terdapat beberapa kategorial yaitu kaum bapak, kaum ibu, kaum muda, dan sekolah minggu.

Kaum muda di HKBP Petra merupakan kaum muda dalam kategori *digital natives* di mana hal ini terlihat dari bagaimana kehidupan kaum muda yang mulai kecil sudah terbiasa dengan teknologi digital. TikTok sebagai *platform* media sosial yang sangat mencuat di tengah-tengah masyarakat juga dirasakan oleh kaum muda HKBP Petra. Kaum muda di HKBP Petra semuanya memiliki akun TikTok walaupun mereka tidak secara aktif menggunakan akun tersebut dalam pembuatan konten, namun kaum muda HKBP Petra menjadi pengguna yang identik dengan kebiasaan “*scroll* TikTok”.

²¹ Juan Pandiangan, “Wawancara,” oktober 2023, HKBP Petra, Pematangsiantar,

²² Ferdinan Pardede, “Wawancara,” Oktober 2023, HKBP Petra, Pematangsiantar,

Narasumber mengakui, bahwa TikTok menjadi salah satu media sosial yang paling sering mereka digunakan dengan tujuan untuk menghibur diri melalui video-video singkat dan kreatif.

Tujuan dari pembuatan akun TikTok di HKBP Petra adalah dalam upaya menyebarluaskan pesan-pesan rohani untuk pertumbuhan meningkatkan pertumbuhan iman melalui video pendek yang disajikan dalam konten-konten. Selain itu juga narasumber berpendapat bahwa tujuan pembuatan akun TikTok HKBP Petra adalah untuk mengajak kaum muda agar lebih aktif dalam pelayanan di gereja dan dapat mengembangkan kreativitas melalui mengekspresikan atau menunjukkan pelayanan-pelayanan kaum muda melalui kegiatan yang telah dilaksanakan. Dari ke-6 narasumber, 3 orang narasumber berpendapat bahwa pembuatan akun TikTok HKBP Petra dengan tujuan untuk dapat menjangkau dan mengajak kaum muda lainnya agar lebih aktif lagi terlibat dalam pelayanan.

Akun TikTok HKBP Petra dikelola oleh Amang Pendeta Resort sebagai penanggungjawab, *Paniroi Naposobulung* sebagai pengawas dan tim multimedia sebagai pelaksana. Adapun konten-konten yang dihasilkan dan yang telah diunggah diakun TikTok HKBP Petra adalah renungan setiap hari, koor dan perlombaan-perlombaan yang dilaksanakan di gereja. Gambaran yang dapat disajikan oleh penyaji terkait dengan akun TikTok HKBP Petra yaitu akun TikTok HKBP Petra memiliki pengikut 4469. Adapun konten-konten yang disajikan yang paling mendominasi adalah renungan harian, dan koor.

Tim multimedia HKBP Petra ditetapkan berdasarkan kebijakan bersama oleh penanggungjawab, pengawas dan tim pelaksana. Tim multimedia HKBP Petra memiliki pengarah St. AG Sianipar, dan pembina Bapak E. Samosir dan Bapak P. Hutabarat. Berdasarkan hasil wawancara, narasumber ke-2, 4, 5, dan 6 mengatakan bahwa pengarah dan pembina tim multimedia HKBP Petra tidak memberikan perhatian yang khusus kepada tim multimedia hal ini diakibatkan oleh kesibukan pribadi. Oleh karena itulah tidak ada dukungan yang diberikan oleh pengarah dan pembina sehingga menimbulkan tidak ada kemajuan dari tim multimedia. Hal ini jugalah yang mengakibatkan konten-konten yang diunggah sangat monoton. Selain itu berdasarkan hasil wawancara narasumber perta dan ke-3 mengatakan bahwa tim multimedia tidak memiliki waktu yang konsisten dalam memproduksi konten-konten terbaru dan kurang kreatif sehingga perlu dipilih tim kreatif dari tim multimedia yang harus bekerja sama dengan pengarah dan pembina tim multimedia.

Akun TikTok HKBP Petra belum efektif dalam menjangkau kebutuhan rohani kaum muda. Hal tersebut terlihat dari ungkapan narasumber yang mengatakan bahwa dalam akun TikTok HKBP Petra, konten-konten yang diunggguh tidak menarik dan

sangat monoton, selain itu pendapat narasumber lainnya mengatakan bahwa konten yang diunggah tidak menyentuh kehidupan sehari-hari dan kurang menarik.

Konten-konten yang diunggah di akun TikTok HKBP Petra kurang kreatif, tidak relevan untuk kaum muda di kehidupan kaum muda saat ini. Namun, narasumber juga mengatakan bahwa anggaran yang dialokasikan untuk dana yang digunakan dalam menggunakan TikTok sebagai media (alat) yang digunakan kaum muda HKBP Petra dalam pelayanan kaum muda sangat minim. Hal inilah yang mengakibatkan fasilitas-fasilitas yang diperlukan dalam membuat konten sangat minim.

Langkah lebih lanjut yang dapat dilakukan oleh kaum muda HKBP Petra untuk dapat mengembangkan penggunaan TikTok dalam pelayanan kaum muda adalah : (1) narasumber pertama mengatakan bahwasanya sangat diperlukan kerja sama yang baik diantar penanggung jawab, pengawas beserta tim pelaksana, (2) narasumber ke-2 dan ke-4 mengatakan bahwa kaum muda harus memberikan waktu penuh dalam pembuatan konten (konsisten), (3) narasumber ke-3, ke-4 dan ke-5 mengatakan bahwa langkah yang harus dicapai adalah terkait dengan konten-konten yang harus lebih kreatif lagi, (4) berbicara mengenai anggaran, narasumber ke-6 mengatakan bahwa anggaran sangat diperlukan dalam upaya memfasilitasi hal-hal yang diperlukan pada saat pembuatan konten, (5) narasumber ke-3 mengatakan bahwa pentingnya pembentukan tim kreatif yang berasal dari tim multimedia, pembina dan pengarah dengan upaya agar dapat memproduksi konten-konten yang lebih menarik.

Adapun konten-konten yang relevan yang dapat diunggah ke dalam akun TikTok HKBP Petra adalah seputar pelayanan-pelayanan kaum muda di gereja dengan editan yang lebih kreatif lagi disesuaikan dengan tren-tren yang banyak dikonsumsi oleh kaum muda pada saat ini. Data-data diatas merupakan realitas yang terjadi di HKBP Petra Pematang Siantar terkait dengan penggunaan TikTok dalam pelayanan kaum muda di HKBP Petra. Pelayanan kaum muda di HKBP Petra sudah berjalan dengan baik namun belum dapat memanfaatkan dengan baik *platform* TikTok dalam menyebarluaskan pelayanan kaum muda di HKBP Petra. Efektivitas penggunaan TikTok belum tercapai dan konten-konten yang disajikan melalui akun TikTok tersebut belum dapat menjangkau kebutuhan kaum muda.

Efektivitas Penggunaan TikTok dalam Pelayanan Kaum Muda

TikTok menjadi salah satu platform media sosial yang memiliki pengaruh besar di kalangan generasi muda, termasuk dalam konteks pelayanan gereja. Melihat fenomena ini, gereja, termasuk HKBP Petra, mencoba memanfaatkan TikTok untuk menjangkau kaum muda melalui konten-konten kreatif dan inovatif. Namun, meskipun penggunaan TikTok telah berjalan selama kurang lebih satu tahun, efektivitasnya dalam

menjawab kebutuhan rohani kaum muda di HKBP Petra dinilai masih rendah.

Salah satu alasan ketidakefektifan penggunaan TikTok dalam pelayanan kaum muda di HKBP Petra adalah kurangnya kreativitas dalam menghasilkan konten. Konten-konten yang diunggah cenderung monoton dan tidak menarik perhatian pengguna. Selain itu, pengunggahan konten dilakukan secara tidak konsisten, sehingga akun TikTok gereja ini kurang aktif dan kehilangan daya tarik di kalangan audiens muda. Minimnya pengawasan dan arahan dari penanggung jawab, seperti Pendeta Resort, serta kurangnya keterlibatan tim kreatif juga menjadi hambatan besar. Tim multimedia tidak memiliki dukungan penuh dari pembina dan pengarah yang sering kali absen karena kesibukan pribadi, sehingga proses pengelolaan konten menjadi tidak maksimal.

Tantangan lainnya terletak pada keterbatasan anggaran yang disediakan untuk mendukung produksi konten. Meski dana telah dialokasikan sejak awal program, ternyata jumlah tersebut tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan pembuatan konten yang menarik dan relevan. Kekurangan dana ini menghambat tim multimedia dalam menghasilkan konten secara rutin dan berdampak pada kualitas unggahan. Selain itu, adaptasi terhadap fitur-fitur baru yang tersedia di TikTok juga menjadi kendala. Tidak semua fitur cocok dengan jenis konten yang ingin diunggah, sehingga membutuhkan kreativitas ekstra dari tim multimedia.

Upaya menjangkau kaum muda melalui TikTok memerlukan manajemen pelayanan yang baik. Manajemen ini mencakup pembentukan tim kreatif yang bertanggung jawab atas pengembangan konten baru, peningkatan kerja sama antara penanggung jawab, pengawas, dan tim pelaksana, serta alokasi dana yang memadai untuk mendukung produksi konten. Proses pengawasan yang lebih ketat juga perlu dilakukan untuk memastikan konsistensi dan kualitas unggahan. Selain itu, konten-konten yang diunggah harus disesuaikan dengan tren populer di TikTok, namun tetap mencerminkan nilai-nilai agama dan bertujuan untuk meningkatkan iman serta memberikan dampak positif bagi sesama.

Narasumber dari kalangan kaum muda di HKBP Petra menyarankan beberapa jenis konten yang dapat menarik perhatian audiens muda, seperti renungan harian dengan tampilan yang sinematik, diskusi Alkitab, kuis Alkitab, dan dokumentasi kegiatan sosial gereja. Selain itu, promosi acara seperti bazar makanan juga dapat menjadi bagian dari strategi konten. Konten-konten ini harus diproduksi secara kreatif dengan menggunakan format dan tren yang relevan di TikTok agar dapat menarik perhatian dan menjangkau lebih banyak orang.

Pelayanan kaum muda di HKBP Petra tidak hanya melibatkan aktivitas di bidang multimedia, tetapi juga mencakup berbagai aspek seperti pelayanan sosial, kepanitiaan acara gereja, dan pendalaman Alkitab. Oleh karena itu, manajemen pelayanan yang

baik sangat diperlukan untuk memastikan semua aktivitas ini berjalan dengan lancar dan efektif. Manajemen pelayanan yang baik melibatkan pemanfaatan sumber daya secara optimal, pemberdayaan tim, dan penciptaan program-program yang relevan dan inovatif.

Dalam konteks pelayanan gereja, TikTok sebenarnya memiliki potensi besar sebagai sarana untuk menyampaikan pesan-pesan spiritual dan membangun komunitas online yang kuat. Dengan perencanaan yang matang dan konten yang kreatif, TikTok dapat menjadi media pelayanan yang efektif di era digital ini. Namun, keberhasilan ini sangat bergantung pada konsistensi, kerja sama tim, dan dukungan yang memadai dari pihak-pihak terkait.

Pelayanan kaum muda yang baik harus mencerminkan komitmen terhadap pertumbuhan iman dan dampak sosial yang positif. Selain itu, pelayanan ini juga harus mampu menjawab kebutuhan generasi muda secara relevan dan kreatif. TikTok, meskipun awalnya digunakan sebagai media hiburan, dapat dimanfaatkan untuk tujuan edukatif dan reflektif apabila dikelola dengan baik. HKBP Petra memiliki peluang besar untuk memaksimalkan potensi TikTok sebagai bagian dari strategi pelayanan kaum muda, namun hal ini membutuhkan perubahan mendasar dalam manajemen, kreativitas, dan komitmen dari semua pihak yang terlibat.

Kesimpulan

Banyaknya kaum muda yang aktif di TikTok mendorong kaum muda HKBP Petra untuk memanfaatkan platform tersebut sebagai media pelayanan. Tujuannya adalah menjangkau lebih banyak kaum muda melalui konten yang menarik dan berpotensi viral (FYP), sehingga meningkatkan antusiasme mereka dalam mengikuti pelayanan gereja. Namun, upaya ini dinilai kurang efektif karena manajemen pelayanan digital yang lemah. Minimnya anggaran, ketiadaan tim kreatif, kurangnya pengawasan dari penanggung jawab, serta perhatian yang terbatas dari pembina tim multimedia menjadi faktor utama kendala. Akibatnya, konten yang diunggah kurang menarik dan tidak konsisten, bahkan aktivitas unggahan berhenti. Sebagai digital natives, kaum muda HKBP Petra menyarankan perbaikan strategi dengan menciptakan konten yang lebih kreatif, relevan dengan tren, dan sesuai format populer di TikTok. Hal ini diharapkan mampu meningkatkan dampak pelayanan serta mendorong pertumbuhan iman kaum muda.

Daftar Pustaka

Cloete, Anita L. "Living in a Digital Culture: The Need for Theological Reflection." *HTS Theologiese Studies/Theological Studies* 71, no. 2 (2015).

- Creeber, Glen, and R. Martin, eds. *Digital Cultures. Understanding New Media*. New York: Open University Press, 2009.
- Fields, Doug. *Purpose Driven Youth Ministry : 9 Essential Foundations for Healthy Growth*. Michigan: Zondervan, 2009.
- Gere, Charlie. *Digital Culture*. London: Reaktion Books, 2008.
- HKBP. *Aturan Dan Peraturan HKBP 2002*. Pearaja Tarutung: Kantor Pusat HKBP, 2002.
- Lassor, W.S. *Pengantar Perjanjian Lama 1 : Taurat Dan Sejarah*. Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2016.
- Manik, Owen. "Wawancara," 21 Oktober. HKBP Petra, Pematangsiantar.
- McGinnis, Patrick. J. *Fear of Missing Out : Tepat Mengambil Keputusan Dunia Yang Menyajikan Terlalu Banyak Pilihan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2020.
- Nainggolan, Jessica. "Wawancara," oktober 2023. HKBP Petra, Pematangsiantar.
- Pandiangan, Juan. "Wawancara," oktober 2023. HKBP Petra, Pematangsiantar.
- Pardede, Ferdinan. "Wawancara," Oktober 2023. HKBP Petra, Pematangsiantar.
- Schmidt, Eric, and Jared Cohen. *The New Digital Age : Cakrawala Baru Negara. Bisnis Dan Hidup Kita*. Jakarta: KPG, 2014.
- Schwab, Klaus. *Revolusi Industri Keempat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2019.
- Sianturi, Alicia. "Wawancara," Oktober 2023. HKBP Petra, Pematangsiantar.
- Stokel, Chris, and Walker. *TikTok Boom : China's Dynamite App and the Superpower Race for Social Media*. London: Canbury Press, 2021.
- Sudibyo, Agus. *Dialektika Digital : Kolaborasi Dan Kompetisi Antara Media Massa Dan Platform Digital*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia, 2022.
- Swinton, Jhon, and Harriet Mowat. *Practical Theology and Qualitative Research*. London: SCM Press, 2016.
- Tambunan, Arina. "Wawancara," Oktober 2023. HKBP Petra, Pematangsiantar. Uzelac, A., and B. Cvjetičanin, eds. *Digital Culture: The Changing Dynamics*. Zagreb: Institute for International Relations, 2008.