



PENERBIT
STP- IPI MALANG



Peran Gereja Partikular Dalam Konteks Misi Evangelisasi Di Era Digital

Agrindo Zandro Raioan^{1*}

¹Sekolah Tinggi Filsafat Teologi Widya Sasana, Malang, Indonesia

Abstrak

Penulis koresponden

Nama : Agrindo Zandro Raioan
Surel : agrinndozaandro@gmail.com

Manuscript's History

Submit : Maret 2023
Revisi : April 2023
Diterima : Mei 2023
Terbit : Mei 2023

Kata-kata kunci:

Kata kunci 1 Digital
Kata kunci 2 Evangelisasi
Kata kunci 3 Gereja
Kata kunci 4 Misi

Copyright © 2023 STP- IPI Malang

Gereja partikular adalah pengaturan fungsional untuk evangelisasi kepada umat beriman. Gereja partikular hadir dalam persatuan dengan Gereja universal untuk pengembalaan, pewartaan dan pengudusan. Fokus artikel ini adalah untuk menggambarkan bagaimana Gereja partikular menjalankan misi evangelisasi ke tengah-tengah situasi saat ini yang ditandai dengan penggunaan komunikasi digital berbasis internet. Misi evangelisasi yang meliputi pewartaan Sabda, pengembalaan, dan pengudusan adalah titik sentral dari misi Gereja partikular. Situasi saat ini, yang ditandai dengan maraknya penggunaan media digital berbasis internet, menuntut Gereja partikular untuk menjalankan misi evangelisasi dengan cara baru, yaitu evangelisasi berbasis digital. Evangelisasi berbasis digital dapat dilakukan dengan memanfaatkan platform media. Metodologi artikel ini adalah deskripsi kualitatif dengan pendekatan tinjauan literatur dari penelitian sebelumnya dan beberapa buku yang berkaitan dengan Gereja tertentu dan evangelisasi. Selain itu, artikel ini menemukan bahwa misi digital evangelisasi lebih menguntungkan dan dianggap sebagai akses yang mudah bagi masyarakat luas. Kontribusi artikel ini adalah pemahaman baru tentang evangelisasi berbasis digital yang diyakini dapat memfasilitasi pastoralisasi, pengudusan, dan proklamasi digital.

Abstract

Particular Church is a functional arrangement for evangelization to the faithful. The particular Church presents in union with the universal Church for the shepherding, preaching and sanctification. Focus of this article is to describe how the particular Church carries out mission of evangelization to the midst of the current situation which characterized by the usage of internet-based digital communication. The mission of evangelization which includes the proclamation the Word, shepherding, and sanctifying are the central point of particular Church's mission. The current situation, marked by the widespread use of internet-based digital media, requires the particular Church to carry out mission of evangelization in a new way, namely digital-based evangelization. Digital-based evangelization can be carried out by utilizing media platforms. The methodology of this article is qualitative description with literature review approach from previous studies and several books related to particular Church and evangelization. In addition, this article finds that digital mission of evangelizations is more profitable and considered easy access for the wider community. Contribution of this article is a new understanding of digital-based evangelization which is believed to be able facilitating digital pastoralization, sanctification, and proclamation. Apart from that, this article contributes a new theology, namely cybertheology.

Corresponding Author

Name : Agrindo Zandro Raioan
E-mail : agrinndozaandro@gmail.com

Manuscript's History

Submit : Maret 2023
Revision : April 2023
Accepted : Mei 2023
Published : Mei 2023

Keywords:

Keyword 1 Church
Keyword 2 Digital
Keyword 3 Evangelisasi
Keyword 4 Mission

Copyright © 2023 STP- IPI Malang

Latar Belakang

Tugas Gereja partikular adalah memberi kesaksian berupa evangelisasi tentang esensi iman kepada umat dalam teritorialnya. Tugas ini merupakan suatu proses yang berlangsung selama Gereja masih bereksistensi di dunia dalam ruang, gerak, dan waktu. Secara historis, selama proses evangelisasi berlangsung, terjadi perubahan-perubahan radikal dalam evangelisasi sesuai dengan peradaban tuntutan zaman (Mulyono, 2010: 197). Gereja secara umum sudah mengalami berbagai perubahan sesuai dengan situasi manusia dan dalam situasi tersebut tertera keunikan dan pengaruh bagi perkembangan Gereja. Dalam hal ini, Gereja partikular pun dituntut untuk berevangelisasi sesuai dengan situasi umat pada zamannya.

Umat manusia telah memasuki sebuah era baru yang dikenal dengan ‘era digital’. Eksistensi dari era ini secara jelas terlihat dalam penggunaan berbagai jenis sarana komunikasi dan informasi, terutama sarana berbasis internet. Dengan internet manusia dapat terhubung secara global dalam satu ruang komunikasi dan interaksi mondial. Sarana utama yang memungkinkan keterhubungan mondial ini tak lain adalah media sosial.

Pada era digital ini, manusia telah dipengaruhi oleh teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang dan tanpa disadari sedang membawa dampak tersendiri bagi kehidupan manusia (Simon, 2019:190). Dampak yang ditimbulkan ini telah mengubah tatanan hidup manusia, seperti kehidupan sosial, ekonomi, budaya, hidup menggereja, dan lainnya. Secara khusus dalam tulisan ini hendak dibahas pengaruh era digital terhadap proses evangelisasi kristiani yang berakar pada corak kehidupan manusia modern (masyarakat media atau digital society). Evangelisasi dalam era digital membutuhkan instrumen profan yang berbasiskan pada sarana-sarana digital. Di sini sarana digital yang dimaksud tak lain adalah media sosial dengan perangkat-perangkatnya. Sarana digital tampaknya memberikan peluang sekaligus ladang yang sangat berpotensi bagi pewartaan Sabda Allah dan pengembalaan umat beriman. Tindakan pewartaan dan pengembalaan dalam era ini secara langsung menghendaki adanya bentuk misi secara baru dengan berbasis internet.

Bermisi secara baru dalam dunia internet pada implikasinya dapat menemukan sebuah teologi baru yang relevan dengan konteks kehidupan digital saat ini. Teologi digital ini secara perlahan akan ditemukan mengingat teologi itu lahir dari tanah yang sedang dipijak dengan berbagai pertanyaan kontekstual tentang tantangan yang ada di sekitarnya (Situmorang, Ed., 2021: 22). Dengan demikian maka teologi merupakan sebuah keterlibatan kontekstual pada perkara publik. Teologi semacam ini merupakan respon perkara manusia dalam bingkai sosial (Riyanto, 2022: x). Dengan keterlibatannya dalam konteks publik, teologi semakin menemukan jati dirinya yang sejati dalam masa tertentu. Dari sini, dapat dicetuskan suatu teologi berbasis internet yang akan dibahas di bagian pembahasan.

Gereja partikular dalam misi evangelisasinya memiliki tujuan, yaitu untukewartakan Sabda Allah, mengembalakan umat, dan menguduskan umat. Teknologi komunikasi dan informasi saat ini sangat mendukung tujuan ini. Dalam ketiga tujuan yang akan diejawantahkan dalam ruang cyber, terdapat dimensi persekutuan di mana melalui teknologi canggih yang tersedia, Gereja menyatukan umat dalam satu persekutuan. Dalam persekutuan

ini pula iman umat diteguhkan dan dipupuk sehingga semakin dewasa. Selain itu, Gereja juga mewartakan semangat metanoia, yakni pertobatan bagi umat universal. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan dalam Evangelii Nuntiandi, artikel ke-18. Inilah tujuan dari evangelisasi pada dunia digital.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan tinjauan kepustakaan berupa artikel ilmiah, buku-buku teologi dan filsafat yang sangat relevan. Sumber-sumber ini dianalisis secara mendalam sehingga memberikan dasar yang mendalam untuk tujuan penelitian ini dan selanjutnya dideskripsikan dalam bentuk karangan ilmiah. Tulisan ini membahas pola serta hal-hal yang berkaitan dengan evangelisasi di era digital. Pembahasan bagian pertama akan dijelaskan apa itu Gereja partikular dan himpunannya. Pembahasan bagian kedua akan ditampilkan bagaimana kondisi kehidupan manusia di era digital. Pembahasan bagian ketiga membahas tentang bermisi secara baru dalam konteks dunia digital. Pembahasan bagian keempat dipaparkan temuan unik dari tulisan ini, yakni cybertheology sebagai suatu paradigma sekaligus horison berpikir teologis baru dalam konteks jagat digital saat ini. Setelah pembahasan, terdapat sebuah kesimpulan dari tulisan ini.

Hasil dan Pembahasan

Topik yuridis tentang Gereja partikular dan himpunannya berasal dari seksi II, bagian II dari buku II dalam Kitab Hukum Kanonik (selanjutnya disebut KHK). Dalam KHK, Gereja partikular dan himpunannya dapat dikatakan sebagai suatu tatanan fungsional dalam pelaksanaan misi evangelisasi. Gereja partikular adalah nama lain dari Gereja lokal atau sering disebut dengan keuskupan (Jehaut, 2020: 3). Namun kedua terminologi tersebut memiliki perbedaan mendasar. Gereja partikular adalah istilah yuridis atau istilah yang lazim digunakan dalam dokumen-dokumen resmi Gereja. Sedangkan Gereja lokal merujuk pada jemaat beriman yang terkumpul berdasarkan cakupan teritorial tertentu. Walaupun berbeda, kedua istilah tersebut memiliki objek deskripsi yang sama yakni berkenaan dengan keuskupan.

Sacara fundamental, Gereja partikular atau sering disebut dengan terma keuskupan merupakan bagian dari Gereja universal, yaitu umat Allah yang digembalakan oleh seorang uskup dalam kerja sama dengan para imam pada suatu reksa pastoral (Jehaut, 2020: 3). Dalam pengertian fundamental ini sudah termasuk jajaran para klerus yang secara hierarkis terikat dengan uskup. Jajaran para klerus dan juga dewan pastoral yang terdiri dari umat kristiani yang membantu uskup dalam proses penggembalaan di paroki-paroki. Para klerus atau imam dan dewan pastoral menjadi penerus tangan uskup untuk melaksanakan reksa pastoral keuskupan di berbagai tempat, bahkan hingga pelosok-pelosok wilayah keuskupan atau sering disebut paroki pedalaman. Dengan sistem organis seperti demikian, pewartaan dan penggembalaan dapat terlaksana secara komprehensif.

Pada umumnya, Gereja partikular terbentuk dalam suatu wilayah dengan kondisi sosial dan budaya yang sama. Hal ini dimaksudkan untuk mempermudah Gereja partikular dalam merangkul umat bersangkutan. Aspek sosial dan kultural sangat menentukan corak liturgi, teologi, dan sistem kanonik yang dapat diberlakukan di wilayah pastoral tertentu. Gereja partikular sebagai lembaga otoritatif gerejawi perlu membuka diri dan menanggapi dengan gembira dan tulus fenomena sosio-kultural yang ada dalam wilayahnya sembari merangkul dan mengarahkan mereka kepada Yesus Kristus, Sumber dan Puncak kehidupan manusia.

Gereja partikular merupakan perwujudan Gereja katolik yang satu (KHK, Kan. 368). Perwujudan tersebut mengambil bentuk dalam suatu tatanan yang digerakan oleh Roh Kudus melalui otoritas uskup dan para imam terkait. Tatanan ini bersifat fungsional dengan otoritas paten dan hirarkis. Artinya, otoritas dalam Gereja partikular (juga universal) bersifat tetap dengan supremasi atau reksa kekuasaan yang vertikal; dari atas ke bawah. Dengan demikian ketetapan dari uskup harus diteruskan oleh para imam dan akhirnya dihayati dengan iman yang tulus ikhlas dan taat oleh umat beriman.

Dengan karakter paten, hirarkis, dan organis dari Gereja partikular, terjamin kelancaran misi evangelisasi yang komprehensif dan totalitas. Karakter-karakter yang dimiliki Gereja partikular tersebut mewajibkan ketaatan dari umat beriman di wilayah Gereja partikular bersangkutan. Uskup mempunyai segala kuasa berdasarkan jabatan yang dibutuhkan untuk melaksanakan tugas pastoralnya (KHK, Kan. 381). Selain itu, hendaknya juga uskup memperhatikan semua umat beriman dari berbagai kalangan (KHK, Kan. 383), memperhatikan para imam supaya dapat melakukan kewajiban mereka (KHK, Kan. 384). Di sini tampak bahwa uskup sebagai pemegang otoritas dalam Gereja partikular memiliki karakter paten, hirarkis dan organis. Hal yang sama juga dimiliki oleh para imam dan dewan pastoral sebagai himpunan dari Gereja partikular. Dengan ketiga karakter itu, Gereja partikular dan himpunannya memiliki *conditio sine quo non* untuk melaksanakan misi evangelisasi.

Misi evangelisasi merupakan tugas Gereja sebab Gereja pada hakikatnya bersifat misioner dan jati dirinya adalah misionaris (Sudhiarsa, 2015: 418). Harus diketahui dan dipahami dengan tegas bahwa yang dimaksud dengan evangelisasi dalam artikel ini bukan hanya berarti pewartaan iman tetapi juga termasuk di dalamnya penggembalaan umat oleh uskup dan para imam. Pewartaan iman dan penggembalaan umat merupakan ‘aksi kerasulan’ yang berbeda tetapi satu dan tak dapat dipisahkan, keduanya seperti dua sisi pada koin yang satu. Evangelisasi yang dimaksud ini sesuai dengan perintah Kristus sebelum Ia naik ke Surga (Mrk 24: 47-48). Gereja diutus oleh Kristus untuk menjadi saksi pertobatan di tengah dunia. Pertobatan tersebut merupakan awal dari penggembalaan dan pengudusan. Perintah tersebut juga ditegaskan dalam Injil Markus (16: 15-16) dan Injil Matius (28: 16-20). Dasar biblis tersebut semakin menyadarkan Gereja bahwa evangelisasi merupakan tugas Gereja yang paling utama.

Evangelii Nuntiandi (EN) adalah sebuah dokumen Gereja yang menjadi piagam utama bagi misi evangelisasi Katolik pada kuartal terakhir milenium kedua kekristenan (Taucher,

Ed., 2015: 1). Dokumen ini merupakan dokumen gerejawi paling penting pasca Konsili Vatikan II. Dokumen ini ditulis oleh Paus Paulus VI pada tahun 1975. Sedikit anjuran dari dokumen ini berkaitan dengan misi evangelisasi dikatakan bahwa sebagai petugas evangelisasi, Gereja partikular dituntut untuk memiliki kemampuan memahami Bahasa-bahasa dari beragam budaya yang menjadi partner dialog dalam misi evangelisasinya (Sudhiarsa, 2010: 118). Hal ini dimaksudkan supaya petugas gerejawi juga dapat membantu umat bersangkutan dalam memahami dan menerima Sabda Allah (Bdk. EN, 20). Dengan demikian yang dimaksudkan oleh dokumen ini ialah Gereja partikular harus menyesuaikan diri dan masuk dalam konteks zaman di mana ia berada.

Selain Evangelii Nuntiandi, juga terdapat Evangelii Gaudium, yaitu sebuah anjuran apostolik tentang evangelisasi yang dikeluarkan oleh Paus Fransiskus pada tahun 2013 lalu. Dalam dokumen ini Sri Paus mendorong Gereja (termasuk Gereja partikular) supaya lebih berani dan berkomitmen untuk keluar dan menjumpai umat yang jauh dan dan menyambut yang tersingkir (EG, 14). Paus Fransiskus lebih suka dengan Gereja yang kotor dan memar karena keluar di jalanan dari pada Gereja yang sakit karena menutup diri dengan kenyamanan (EG, 49). Maka Gereja pada dasarnya harus memiliki semangat untuk sungguh-sungguh membagikan kabar gembira Injili dengan penuh suka cita (Bagiyowinadi, 2015: 169). Dan hal ini dilakukan dalam karya pastoral yang disebut misi evangelisasi.

Selain dua dokumen di atas, ada sebuah dokumen Gereja tentang komunikasi, yakni Gereja dan Internet (selanjutnya disingkat GI). Dokumen ini dikeluarkan oleh Dewan Kepausan untuk Komunikasi Sosial. Dalam dokumen ini dikatakan bahwa Gereja memandang sarana-sarana digital sebagai anugerah-anugerah Allah yang hadir sesuai rencana penyelenggaraan ilahi agar menjadi rekan kerja dalam menyatukan dan menyelamatkan manusia (GI, 1). Gereja mengharapkan agar melalui sarana digital yang ada terbentuk persekutuan yang membawa manusia kepada keselamatan kekal. Sarana digital juga sangat membantu dalam menyegarkan hati dan mengembangkan budi, serta untuk menyiarkan dan memantapkan Kerajaan Allah di dunia manusia (GI, 2). Pernyataan ini pada tempat yang sama mengajak Gereja partikular untuk memanfaatkan sarana digital yang ada sebagai medium bagi kuasa penyelenggaraan Allah dalam diri manusia dewasa ini.

Dokumen-dokumen Gereja dan dasar biblis di atas kiranya menjadi identitas primordial dari Gereja partikular. Dokumen-dokumen tersebut menunjukkan bahwa Gereja partikular himpunannya mendapat panggilan istimewa untuk menebarkan semangat misioner evangelisasi sekaligus memelopori pelaksanaan misi evangelisasi; menggemballakkan umat danewartakan Sabda Allah sembari menguduskan dan mengarahkan umat Allah kepada Yesus Kristus. Demikian perutusan yang perlu ditanggapi Gereja partikular dengan semangat misioner dan suka cita Injili di era digital ini.

Era digital: suatu realitas dan budaya baru

Era multimedia atau istilah lain dapat disebut dengan 'era digital', merupakan suatu sebutan yang memiliki esensi tentang keseluruhan dari perkembangan teknologi komunikasi dan informasi (Riyanto, 2010: 94). Teknologi komunikasi yang paling populer saat ini adalah

smartphone atau android, yaitu alat praktis sekaligus canggih yang dapat digenggam ke mana saja dan digunakan kapan saja. Smartphone menyediakan berbagai jenis layanan yang dapat diakses dengan mudah; cukup mengusap layar dan mengetik, maka dengan segera mendapat apa yang diinginkan. Sampai di sini, manusia seakan memiliki segalanya hanya melalui apa yang ada dalam genggamannya.

‘Digital’ menjadi bagian sentral dari usaha pengembangan teknologi, selain sains dan teknik. Pengembangan tersebut tidak terjadi begitu saja melainkan terdapat tujuan-tujuan tertentu yang dapat disebut sebagai tujuan terselubung. Hal ini bukan menjadi polemik dalam pembahasan tulisan ini. Yang terpenting adalah kehadiran dan kegunaan sarana komunikasi dan informasi tersebut yang pada dasarnya sangat membantu dan memudahkan kehidupan manusia masa kini. Sebab dengan sarana itu manusia dapat melakukan segala aktivitasnya dengan lebih mudah dan yang terpenting manusia dapat terhubung secara global dan mondial untuk melaksanakan tujuan-tujuan tertentu. Tentunya capaian ini menjadi kebanggaan sekaligus suka cita bagi umat manusia.

Dewasa ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi berlangsung begitu pesat. Perkembangan ini berinovasi secara spontan dan tanpa disadari telah mengubah tatanan sosial, ekonomi, dan kebudayaan. Dalam aspek ekonomi, setiap orang dapat melakukan transaksi jual-beli secara online dengan sistem pemesanan deliver. Dalam aspek kultural, kebiasaan-kebiasaan baru muncul secara spontan dan kebiasaan lama mulai ditinggalkan, seperti budaya cepat saji atau instan. Dalam kehidupan sosial terdapat berbagai perubahan. Perubahan ini disebabkan oleh adanya media sosial.

Untuk itu, sebagai manusia digital (*homo digitalis*), hendaknya manusia zaman ini memahami dan mengakui situasi saat ini yang serba digital. Serta kiranya manusia zaman ini memiliki sikap realistis terhadap aneka perubahan yang terjadi sebagai dampak dari digitalisasi. Dengan demikian dapat mendukung proses operasionalisasi pewartaan masa kini. Berbicara tentang era digital tidak dapat dilepaskan dari kaum muda. Kaum muda yang dimaksudkan ini adalah generasi milenial dan generasi ‘Z’. Generasi milenial adalah mereka yang lahir dari kisaran tahun 1981-1996. Sedangkan generasi ‘Z’ adalah mereka yang lahir dari kisaran tahun 1997-2012. Dua generasi inilah yang disebut sebagai agen perubahan (*agent of changes*) masa kini.

Di sisi lain perlu ditandaskan bahwa digital dengan segala keunggulan, kehebatan, dan kecanggihannya telah mempermudah dan melancarkan aktivitas dan kegiatan manusia sehari-hari. Semuanya dengan mudah dapat diperoleh dengan sarana digital yang ada di genggamannya manusia. Oleh karena itu, para pengguna internet atau sarana digital harus merefleksikan kembali apa yang menjadi keinginan dan kebutuhannya (Pareira, 2010: 185). Tentu antara keduanya ada perbedaan yang sering tidak menjadi perhatian. Hal ini harus menjadi perhatian semua orang saat ini.

Era digital telah berkembang menjadi sebuah corak hidup baru yang dapat disebut dengan ‘Digitalisme’. Dikatakan demikian karena sarana digital ini telah menjadi sebuah sistem yang berlaku sebagai penunjuk arah orientasi hidup manusia saat ini. Arus

komunikasi, interaksi, dan informasi dalam dunia digital tanpa disadari sangat memengaruhi pola pikir manusia dan cara beradanya. Sarana digital ini telah menjadi pola dasar pembentukan cara berada (modus essendi), cara hidup (modus vivende), dan cara bertindak (modus operandi) manusia sejangat masa kini. Digitalisme yang diyakini kehadirannya itu pada akhirnya menghasilkan realitas dan budaya baru dalam kehidupan konkrit manusia saat ini.

Saat ini sarana digital telah menjadi bagian paten dan tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Mengakses internet setiap saat telah menjadi kebiasaan baru. Sarana digital seperti gadget tidak bisa lepas dari genggaman manusia, seolah-olah piranti kecil itu sudah menjadi organ pokok pada tubuh manusia atau semacam belahan jiwa (soulmate) yang tanpanya manusia seakan tak berdaya. Sarana digital bukan lagi sekadar alat teknis bagi manusia melainkan telah bertransformasi menjadi suatu entitas realitas historis (Kowe, 2019: 18). Era digital yang ditandai dengan maraknya penggunaan berbagai macam sarana digital berbasis internet, terutama gadget, telah menimbulkan suatu realitas baru dalam sejarah peradaban manusia.

Kenyataan hidup manusia masa kini serba berubah. Berbagai aspek kehidupan manusia, seperti ekonomi, sosial, bahkan kultural memiliki basis baru yang berpusat pada internet dengan memanfaatkan sarana-sarana digital. Realitas seperti demikian menuntut setiap insan berbudi di muka bumi untuk menyesuaikan diri dengan peradaban baru ini, yaitu peradaban digital. Digitalisasi atau digitalisme tidak akan berhenti. Malah terus bertumbuh dan berkembang sejauh manusia masih bereksistensi dengan segala yang ia miliki. Modernitas historis-teknologis saat ini merupakan realitas yang pantas diterima bahkan diyakini pula sebagai bagian dari evolusi. Pada realitas ini manusia tidak lagi disebut sebagai homo sapiens melainkan homo digitalis. Inilah identitas primordial manusia saat ini.

Homo sapiens telah berubah menjadi homo digitalis dengan kepastian berada pada layar sarana digital sebagai suatu realitas (Hardiman, 2021: 15). Realitas di layar media digital diyakini sebagai forma modus essendi (cara berada) paling sejati. Sebab dengan cara berada semacam itu seorang homo digitalis tidak hanya dapat dilihat oleh sesama di sekitarnya, tetapi dapat dilihat dan diakui keberadaannya oleh warga global. Masyarakat digital (digital society) yang terdiri dari pribadi-pribadi homo digitalis, mengakui realitas dunia maya sebagai gelanggang di mana ia dapat mengekspresikan diri secara bebas dan pada saat yang sama merasakan bahwa kehadirannya dapat diterima oleh dunia dengan jumlah view, like, dan comment yang tak terhingga. Apa lagi viral. Viral seakan-akan menjadi piagam atau sejenis mahkota yang diincar oleh manusia-manusia digital masa kini. Demikian realitas digital yang terjadi saat ini terjadi.

Searah dengan realitas, era digital juga membawa sisi kultural manusia masa kini ke dalam suatu horison dan corak kehidupan baru. Horison dan corak kehidupan baru itulah yang disebut dengan budaya digital (digital culture). Budaya digital tidak lain merupakan cara hidup baru dengan interaksi, komunikasi, perilaku, dan pikiran yang berpusat pada sarana-sarana digital berbasis internet. Sarana digital berbasis internet menyediakan segala

sesuatu yang dibutuhkan dan diinginkan manusia. Dengan alasan itu, sarana digital itu pada titik ini menjadi sumber referensi dan tolok ukur kepastian bahkan kebenaran seputar kehidupan manusia. Kepastian dan kebenaran yang ditemukan itu dihidupi dalam rutinitas sehari-hari dan dari situlah muncul perlahan-lahan apa yang disebut dengan budaya digital (digital culture).

Budaya memiliki unsur-unsur yang membentuknya, yakni; bahasa, mata pencarian, pengetahuan, religi, organisasi, peralatan, kesenian. Pada kenyataan saat ini, unsur-unsur kebudayaan tersebut telah dibentuk dalam kerangka digital. Ada fenomena penggunaan bahasa dengan bentuk dan gaya baru dalam berkomunikasi, misalnya singkatan-singkatan, campuran dua bahasa dalam satu konteks berbicara, penggunaan stiker dan emoticon sebagai ungkapan perasaan atau pikiran, dan lainnya (Kowe, 2019: 19-20). Inilah yang dinamakan dengan bahasa digital. Biasanya penggunaan bahasa ini terjadi dalam komunikasi dunia maya dan terkadang ditemukan pula dalam komunikasi korporeal. Hal yang sama terjadi juga dalam unsur-unsur kebudayaan yang lain. Saat ini banyak orang bisa memperoleh penghasilan dari Youtube, berorganisasi dalam grup WhatsApp, belajar secara online, dan berkreasi secara menggunakan aplikasi-aplikasi komputer. Singkatnya, di era digital ini kebiasaan-kebiasaan manusia telah diintervensi dengan sarana-sarana digital. Demikian manusia telah memasuki kebudayaan baru; budaya digital (digital culture).

Melihat realitas dan kebudayaan baru yang dihasilkan dari era digital, tampaknya Gereja partikular menemukan peluang sekaligus tantangan dalam melaksanakan misi evangelisasi. Menjadi suatu peluang karena kehadiran sarana-sarana digital berbasis internet dapat dimanfaatkan sebagai medium untuk melakukan misi evangelisasi secara baru kepada umat beriman di seluruh wilayah teritorialnya. Sedangkan di sisi lain menjadi suatu tantangan karena realitas dan budaya baru ini menuntut Gereja partikular untuk menghadirkan wajah Yesus Kristus di tengah konten-konten sensasional dan spektakuler. Lalu menjadi suatu masalah apa bila Gereja partikular tidak mampu bersaing untuk menampilkan wajah Yesus Kristus yang menarik masyarakat digital atau warganet. Tentunya hal ini menjadi perhatian bagi setiap Gereja partikular di era digital ini. Merupakan suatu keharusan untuk membaharui diri dan membentuk pendekatan-pendekatan misioner digital dalam pelaksanaan evangelisasi.

Misi evangelisasi baru dalam konteks dunia digital

Uskup dalam Gereja partikular terikat kewajiban untuk menyampaikan dan menjelaskan kebenaran-kebenaran iman yang harus diyakini dan moral yang harus diterapkan oleh umat beriman (KHK, Kan. 386). Dalam melaksanakan tugasnya, hendaknya seorang uskup memperhatikan semua umat beriman yang dipercayakan kepada reksanya (KHK, Kan. 383). Kewajiban ini merupakan kewajiban Gereja partikular. Artinya, kewajiban tersebut dijalankan oleh uskup bersama para imam dan lainnya. Di sinilah tampak tuntutan yuridis dari misi evangelisasi yang harus dilaksanakan oleh Gereja partikular. Dengan demikian, Gereja partikular perlu menjadi misionaris di era digital ini untuk melaksanakan kewajibannya itu; misi evangelisasi untuk masyarakat digital (digital society) sehingga

pertobatan, pengudusan, dan kehadiran Kristus semakin merasuk dan mewarnai hidup persekutuan umat beriman yang terbentuk di ruang digital. Demikian tujuan evangelisasi pada dunia digital.

Menjadi misionaris di era digital bukanlah hal yang mudah. Seperti pada pembahasan sebelumnya, realitas dan budaya manusia masa kini telah berubah. Perubahan ini berkaitan erat dengan penggunaan sarana digital berbasis internet. Namun, perubahan ini tidak boleh menghalangi misi evangelisasi Gereja partikular sebab Gereja pada hakikatnya adalah misioner (AG, 2). Gereja partikular dituntut untuk mengarahkan diri pada sarana-sarana digital itu, terutama media sosial entertainment di mana masyarakat digital hidup supaya misi evangelisasi dapat berjalan dan dapat diterima oleh umat beriman zaman ini. Hal ini sejalan dengan anjuran Bapa Suci, Paus Fransiskus, bahwa Gereja perlu membentuk gaya evangelisasi tertentu untuk dipakai dalam setiap kegiatan misioner evangelisasi (EG, 18).

Hal lain yang menjadi persoalan adalah paradigma yang berlaku umum yang menyebutkan bahwa misi adalah kegiatan pewartaan iman yang dilakukan di luar negeri di mana Gereja belum ada atau belum mencapai tahap dewasa (Kirk, 2012: 21). Paradigma tradisional seperti ini tentu tidak dapat diterima dalam konteks era digital saat ini. Tapi pandangan semacam ini perlu direlevankan dengan apa yang dibutuhkan saat ini, khususnya yang berkaitan dengan digitalisasi. Misi bukan hanya salah satu tugas Gereja, melainkan ia juga bersifat misioner dalam aksinya. Sehingga bila ia berhenti bermisi, itu tidak sekadar gagal dalam tugas melainkan juga berhenti menjadi Gereja (Kirk, 2012: 36). Dalam kondisi hidup dan peradaban dunia apa pun, Gereja partikular harus mampu menunjukkan eksistensinya sebagai sang misionaris, yaitu pewarta keselamatan bagi dunia. Pernyataan ini merupakan panggilan utama Gereja partikular sebagai penyebar kabar suka cita kepada segala bangsa di seluruh penjuru dunia.

Bercermin dari pernyataan di atas, maka pada era digital saat ini, Gereja partikular dituntut untuk melaksanakan misi evangelisasi; pengembangan, pewartaan, dan pengudusan umat beriman melalui sarana virtual audio-visual. Era digital ini telah menciptakan arena dan dunia baru untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan bertukar informasi lintas batas (Sudhiarsa, 2010: 123). Era ini membuka peluang yang begitu luas bagi Gereja partikular untuk melakukan perjumpaan rohani dan dialog spiritual secara global dan mondial. Tugas misioner evangelisasi yang meliputi pewartaan, pengembangan, dan pengudusan adalah kewajiban dari Gereja partikular. Menjadi misionaris di era digital mengharuskan seorang misionaris untuk turut serta dalam komunikasi dan interaksi secara virtual melalui sarana-sarana audio-visual. Hal ini menjadi sebuah keniscayaan mengingat pola interaksi dan komunikasi serta penyebaran informasi dilakukan secara digital dan bukan konvensional lagi.

Media sosial menjadi sangat penting bahkan bila disadari dengan seksama, merupakan suatu kebutuhan bagi seorang misionaris di era digital. Kebutuhan akan media sosial pertama-tama tidak bertujuan untuk melibatkan diri dalam arus peradaban manusia, melainkan sebagai bentuk atau cara baru dalam bermisi. Zaman terus berubah, karena itu

‘misi’ dan ‘cara bermisi’ pun harus dimaknai secara baru (Sudhiarsa, 2010: 126). Secara praktis dapat diaplikasikan dalam partisipasi yang kreatif dalam dunia virtual audio-visual. Media sosial seperti Youtube, TikTok, Instagram, dan lainnya menjadi sarana sekaligus ladang bermisi. Membangun sebuah Gereja digital menjadi tujuan tersamar dari kerja keras seorang misionaris dunia digital. Inilah bentuk nyata dari misi di era digital yaitu dengan mencari alternatif-alternatif baru, sehingga harapan akan dunia baru dapat tumbuh dan dipupuk (Sudhiarsa, 2009: 18). Gereja digital yang dimaksud bukanlah suatu bangunan, melainkan sebuah persekutuan yang bertumpu pada komunikasi dan interaksi audio-visual. Kemungkinan ini semakin menemukan kenyataannya pada era digital ini, terutama ketika badai Covid-19 melanda dunia dan interaksi manusia hanya bergantung internet.

Gereja partikular yang misioner adalah Gereja yang terbuka untuk berbagi kasih bagi semua manusia dan lebih dari itu Gereja partikular harus menghadirkan diri sebagai sakramen yang membagikan rahmat untuk kehidupan rohani setiap insan kristiani yang pada akhirnya membimbing jemaat Allah kepada kekudusan. Inilah unsur esensial sekaligus tujuan dari misi evangelisasi;ewartakan, menggembalakan dan menguduskan. Ketiga unsur esensial dari misi evangelisasi tersebut secara baru dapat diwujudkan lewat sarana-sarana virtual audio-visual. Pendekatan digital ini pantas menjadi perhatian bagi Gereja partikular untuk terus mengembangkan cara bermisi menggunakan media digital karena warga net yang menyaksikan bukan hanya umat beriman, tetapi juga orang beragama lain bahkan yang tidak beragama sekalipun. Di sinilah misionaris harus membentuk pendekatan-pendekatan yang memesonatentang Yesus Kristus agar warganet terpicat dan akhirnya mengimani Yesus Kristus.

Bermisi secara baru dalam konteks dunia digital mengandaikan bahwa dalam media-media sosial berbasis internet itu terdapat persekutuan umat beriman. Gereja partikular menempatkan diri sebagai subjek penggembala, pewarta, dan pengudus. Gereja partikular atau keuskupan yang di dalamnya terdapat uskup dan para imam, bertanggung jawab penuh atas kehidupan rohani umat beriman. Bagi uskup, hal ini tertera dalam KHK Kan. 383, 386, 387, dan seterusnya, sedangkan bagi imam tertera dalam KHK Kan. 519, 528, 529, dan lainnya. Memang reksa pastoral dalam KHK tidak menyebutkan secara spesifik bahwa imam harus melakukan evangelisasi dalam dunia digital. Namun sebagai pastor bonus (Gembala yang baik) bagi umatnya, ia harus peka dan menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman sehingga umat Allah tetap memperoleh pembinaan iman yang layak dan tepat di berbagai situasi zaman, terutama dunia digital saat ini. Uskup sebagai kepala Gereja partikular perlu memperhatikan hal ini sehingga koordinasi misi evangelisasi secara digital dapat berjalan lancar, efektif, dan komprehensif.

Sampai di sini, nyatalah tujuan evangelisasi pada dunia digital atau ruang cyber sesuai dengan berbagai dokumen dan dasar biblis yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya. Sebelum kenaikan-Nya ke Surga, Yesus Kristus berpesan agar para rasul, yang dalam konteks sekarang adalah para uskup dengan Gereja partikularnya, untukewartakan Sabda Allah ke seluruh dunia (Mrk 16:15; Mat 28: 19) sembari menyampaikan warta pertobatan dalam nama-Nya. Gereja partikular dengan sarana digital berbasis internet membentuk

persekutuan yang membawa umat digital pada pertobatan serta pengudusan. Gereja partikular merupakan saksi untuk menebarkan kebenaran ilahi dan tujuan transenden manusia di tengah sekularisasi dunia digital. Pertobatan dan pengudusan tidak hanya untuk keselamatan saja, tetapi juga untuk meneguhkan iman umat di tengah serangan kaum sekular yang hadir di dunia maya dengan argumen-argumen ateismenya (GI, 5). Evangelisasi pada dunia digital sungguh menjadi perhatian bagi Gereja partikular dan sekiranya hal ini menjadi sasaran utama semua umat beriman.

Teologi baru: cybertheology

Teologi pada dasarnya adalah suatu esensi yang kontekstual sehingga pada hakikatnya teologi bersifat dinamis dan adaptif. Saat ini manusia hidup dalam suasana baru yang disebutkan dalam artikel ini dengan nama 'era digital'. Nama tersebut disimpulkan dari cara berada (modus essendi) manusia yang lebih aktif di dunia virtual atau dunia digital. Istilah lain menyebutkan 'ruang cyber' sebagai locus di mana manusia di seluruh dunia dipersatukan. Dari sinilah muncul yang namanya cybertheology. Teologi baru yang sering disebut cybertheology belum mendapat perhatian yang intens dari teolog-teolog Gereja. Untuk itu teologi ini perlu didalami, direfleksikan, dan dielaborasi karena wilayah teologisnya sangat menantang (Manik, dkk., Ed., 2020: 401).

Revolusi industri 4.0 terjadi pada awal abad ke-21 dan berlangsung hingga saat ini merupakan latar belakang lahirnya cybertheology. Kehadiran revolusi 4.0 secara nyata dan aktual bereksistensi dalam sarana digital dan penggunaan internet. Instrumen utamanya adalah 'smartphone' atau yang sering disebut dengan gawai (Simon, 2019:201). Pengaruh dari revolusi ini mengubah segala unsur kehidupan manusia, termasuk hidup menggereja dan misi evangelisasinya. Relasionalitas dan interaksi manusia saat ini tidak terbatas pada ruang fisik atau komunikasi korporeal, untuk itu kekristenan, yang dalam hal ini Gereja partikular, perlu mengambil andil dalam dunia online, yakni dengan berteologi di dunia cyber (cybertheology) (Sopacoly dan Lattu, 2020: 139) sebagai locus misi evangelisasi era digital.

Setiap zaman melahirkan cara tersendiri untuk memenuhi seluruh muka bumi dengan Injil Kristus (Sudhiarsa, 2012: 1). Begitu juga dengan era digital saat ini. Era digital melahirkan cybertheology sebagai wahana baru untuk merefleksikan iman umat akan Allah berdasarkan konteks hidup masa kini. Saat ini proses evangelisasi menghadapi sebuah masyarakat yang dapat disebut dengan masyarakat media (Go, 2010: 171). Dikatakan sebagai masyarakat media karena media menjadi suatu elemen sentral yang sangat menentukan cara berpikir, cara bertindak (modus operandi), dan cara hidup (modus vivende) manusia masa kini. Sehingga manusia masa kini tidak lagi disebut dengan manusia bijak atau homo sapiens melainkan dengan sebutan yang lebih berasa modern yakni manusia digital atau homo digitalis.

Misi evangelisasi dalam masyarakat digital (digital society) membutuhkan sebuah teologi baru, yaitu teologi yang mampu merangkul dan menyatukan seluruh umat sesuai konteks kehidupan digital saat ini. Teologi sebagai suatu tugas kegerejaan harus mampu menggambarkan wajah Gereja di tempat dan kondisi di mana ia berada dan alasan mengapa

ia bisa berwajah demikian (Pareira, 2012: 97). Misi evangelisasi dalam dunia digital saat ini harus dilaksanakan dengan sebuah teologi kontekstual baru dengan keprihatinan khusus terhadap kondisi dan persoalan seputar iman manusia digital dalam ruang cyber.

Syukurlah bahwa Konsili Vatikan II dengan semboyannya yang berbunyi “Aggiornamento”, (yang berarti pembaharuan, memperbaiki) mengajak dan menuntut Gereja untuk membuka diri terhadap dialog dengan dunia luar (Situmorang, Ed., 2021: 1). Secara aktual, semboyan ini dapat merujuk pada keterbukaan Gereja untuk menerima kemajuan teknologi digital yang pada masa kini dijadikan sebagai sarana pewartaan serta memungkinkan juga untuk membentuk suatu teologi baru seputar konteks dunia digital, ruang audio-visual di mana evangelisasi dilaksanakan. Perkembangan teknologi digital untuk komunikasi dan informasi menjadi bagian dari hidup manusia saat ini dan turut membawa Gereja masuk ke dalam dunia yang saling terhubung, yaitu dunia virtual atau cyber (Mahendra, dkk., 2022: 149).

Dari penjelasan di atas, muncullah cybertheology. Seorang imam Serikat Sabda Allah (SVD), Anthony Le Duc, mencetuskan bahwa cybertheology harus dipahami sebagai suatu kecerdasan iman di era digital yang berdampak pada cara manusia berpikir, belajar, berkomunikasi, dan hidup (Manik, dkk., Ed., 2020: 401). Cybertheology merupakan suatu inteligensi iman di era digital, refleksi dan kemampuan berpikir dari dalam terang logika web. Dengan logika web, Gereja partikular dapat memaknai dan mencetuskan suatu teologi konkrit berdasarkan kenyataan hidup digital ini. Misalnya, nilai teologis persekutuan. Sederhananya, Yesus Kristus datang ke dunia untuk menyatukan umat manusia secara universal. Sarana digital dalam ruang cyber memiliki nilai teologis yang berhubungan dengan tujuan penyelamatan Yesus Kristus karena sarana digital dalam ruang cyber dapat menyatukan umat secara global. Di sini sangat jelas posisi dari cybertheology. Kiranya Gereja partikular semakin peka dan pandai dalam melihat dan memahami realitas dan budaya digital saat ini supaya tujuan misi evangelisasinya; pewartaan, penggembalaan, dan pengudusan dapat terlaksana dengan efektif dan membawa dampak positif bagi iman masyarakat digital.

St. Yohanes Paulus II pernah berkata bahwa ada suatu realitas baru dalam media digital sehingga evangelisasi dalam kebudayaan modern tergantung dari pengaruh media itu (RM, 37). Maka, Gereja partikular pun terpanggil untuk melihat, memahami, dan mengembangkan cybertheology sebagai wahana teologis yang tepat bagi misi evangelisasinya. Dari kalimat singkat ini, mendiang Paus Yohanes Paulus II hendak menekankan bahwa media atau sarana digital sangat dibutuhkan bagi misi evangelisasi dalam ruang cyber. Untuk itu, semua warga Gereja perlu menggunakan sarana tersebut untuk tujuan misioner. Gereja partikular harus menyadari seruan tersebut sebagai suatu panggilan istimewa yang kontekstual untuk melaksanakan misi evangelisasinya. Dengan posisinya yang ‘lebih dekat’ dengan kehidupan umat, kiranya Gereja partikular dapat masuk lebih mudah dalam konteks hidup umat beriman saat ini, tentunya dengan suara-suara sabda yang menyegarkan dari uskup maupun imam-imam dari Gereja partikular bersangkutan serta nilai-nilai cybertheology yang perlu juga ditampilkan dalam suara-suara itu.

Dalam konteks refleksi iman cybertheology, Gereja partikular dapat melaksanakan evangelisasi dalam dunia digital sesuai konteks hidup umat beriman masa kini. Tujuan evangelisasi ini tidak lain supaya persekutuan umat terbentuk dalam realitas digital dan dengan demikian iman umat terjaga, keselamatan terjamin, semangat pertobatan selalu ada dan umat pun dapat dibawa kepada kekudusan melalui sarana digital yang ada. Lebih dari itu, nama Yesus Kristus semakin dikenal dunia dan gema Kerajaan-Nya semakin semarak dalam seluruh realitas hidup umat manusia. Internet sangat penting bagi kegiatan dan program Gereja, terutama evangelisasi (Gl, 5). Gereja partikular perlu memerhatikan hal ini sebagai peluang dan kesempatan untuk mewujudkan perintah Kristus yang disampaikan sebelum kenaikan-Nya ke Surga (Mrk 16:15; Mat 28: 19). Inilah pesan ilahi yang sekaligus menjadi tujuan evangelisasi pada dunia digital.

Kesimpulan

Era multimedia menjadi tanda bagi sebuah peradaban baru manusia. Era ini melahirkan berbagai sarana digital yang berfungsi membantu dan memperlancar kehidupan manusia sehari-hari. Tanpa disadari, sarana digital tersebut telah menguasai segala unsur kehidupan manusia; mulai dari sosial, ekonomi, budaya, politik, hingga hidup keagamaan atau menggereja. Demikian terjadilah digitalisasi dalam kehidupan ini. Kenyataan ini tidak boleh dipandang sebelah mata oleh Gereja partikular. Realitas digital dan budaya yang menyertainya perlu dilihat sebagai locus baru bagi misi evangelisasi. Sarana-sarana digital berbasis internet yang tersedia dapat menjadi media untuk menyerukan Sabda Allah sembari mengembalakan umat menuju kekudusan dalam persekutuan dengan Yesus Kristus, demikian tujuan evangelisasi di era digital. Dalam era digital ini muncul sebuah teologi baru, yakni cybertheology. Teologi ini menemukan kontekstualitasnya dalam ruang cyber selaras dengan realitas saat ini di mana manusia lebih suka bereksistensi dan berekspresi dalam ruang digital. Dengan cybertheology, misi evangelisasi yang dilaksanakan oleh Gereja partikular memiliki daya pikat dan daya guna sesuai kenyataan hidup manusia saat ini. Gereja partikular perlu melihat semua ini sebagai senjata dalam pelaksanaan misi evangelisasi sehingga pewartaan dapat tersampaikan dan umat Allah dapat dibimbing menuju kekudusan dan persekutuan di tengah situasi dunia digital ini.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Sekolah Tinggi Filsafat Teologi Widya Sasana Malang dan semua pihak yang telah memberikan dukungan serta masukan, sehingga artikel ini dapat selesai dan dipublikasikan.

Peran Penulis

Penulis-1: konseptualisasi, disain penelitian dan analisis hasil penelitian, dan penulisan.

Daftar Referensi

- Firmanto, Antonius D., 2010, *“Beriman di Tengah Dunia Digital”*, dalam Seri *Filsafat Teologi Widya Sasana*, Vol. 20, No.19, Malang
- Go, Piet, 2010, *“Konsekuensi Masyarakat Media untuk Pendidikan Calon Pewarta”*, dalam Seri *Filsafat Teologi Widya Sasana*, Vol. 20, No.19, Malang
- Hardiman, F. Budi, 2021, *Aku Klik, Maka Aku Ada*. Yogyakarta: Kanisius
- Jehaut, Rikardus M., 2020, *“Perspektif Hukum Gereja Tentang Kepemimpinan Kolegial-Partisipatif dalam Gereja Partikular”*, dalam *Jurnal Alternatif*, Vol. 10, No. 1, Ruteng
- Jonathans, Errol, 2010, *“Era Digital: Sebuah Kosmologi Baru”*, dalam Seri *Filsafat Teologi Widya Sasana* Vol. 20, No.19, Malang
- Kirk, Andrew J., 2012, *Apa itu Misi? Suatu Penelusuran Teologis*. Jakarta: Gunung Mulia
- Kowe, Bartolomeus A.S., 2019, *“Pengaruh Media Sosial Terhadap Interaksi Sosial Digital Native Generation”* dalam *Forum* Vol. 48, No. 2, Malang
- Mahendra, Felix, dkk., 2022, *“Gereja Asia dalam Konteks Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi serta Pandemi Covid-19”*, dalam *Perspektif* Vol. 17, No. 2, Malang
- Manik, Robert P., dkk., Ed., 2020, *Berteologi Baru untuk Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius
- Mobel, Marcelus, 2010, *“Katekese Audio-Visual sebagai Salah Satu Sarana Pewartaan Gereja Masa Kini”*, dalam Seri *Filsafat Teologi Widya Sasana* Vol 20, No.19, Malang
- Mulyono, FX. Tri, 2010, *“Katekese Di Zaman Audio Visual”*, dalam Seri *Filsafat Teologi Widya Sasana*, Vol. 20, No.19, Malang
- Pareira, Berthold A., 2010, *“Internet sebagai Alat Komunikasi Langsung dan Kemanusiaan Komunikasi Langsung”*, dalam Seri *Filsafat Teologi Widya Sasana* Vol. 20, No.19, Malang
- Pereira, Berthold A., 2012, *Mari Berteologi: Suatu Pengantar Teologi*. Yogyakarta: Kanisius
- Riyanto, Armada, 2010, *“Era Digital”*, dalam Seri *Filsafat Teologi Widya Sasana* Vol. 20, No.19, Malang
- Riyanto, Armada, Ed., 2022, *Teologi Publik: Sayap Metodologi & Praksis*. Yogyakarta: Kanisius
- Saeng, Valentinus, 2010, *“Quo Vadis Subjek dalam Imperium Teknologi dan Lautan Media”*, dalam Seri *Filsafat Teologi Widya Sasana*, Vol. 20, No.19, Malang
- Sermada, Donatus, 2010, *“Bahasa Digital: Komunikasi Kebenaran?”*, dalam Seri *Filsafat Teologi Widya Sasana*, Vol. 20, No.19, Malang
- Simon, Avelinus M., 2019, *“Pengaruh Media Sosial bagi Tugas Penggembalaan Imam pada Era Revolusi Industri 4.0”*, dalam *Studia Philosophica et Theologica*, Vol. 19, No. 2, Malang

- Situmorang, Markus, Ed., 2021, *Berlayar di Tengah Badai Covid-19*. Malang: Widya Sasana Publication
- Sopacoly, Mick Mordekhai dan Izak Y.M. Lattu, 2020, “*Kekristenan Dan Spiritualitas Online Cybertheology Sebagai Sumbangsih Berteologi Di Indonesia*”, dalam *Gema Teologika*, Vol. 5 No. 2, Salatiga
- Sudhiarsa, Raymundus, 2009, *Evangelisasi Berlanjut: Meneruskan Wasiat Sang Guru*. Yogyakarta: Kanisius
- Sudhiarsa, Raymundus, 2010, “*Murid-Murid Kristus dalam Era Digital: Misi, Bermisi, Menjadi Misionaris*”, dalam *Seri Filsafat Teologi Widya Sasana*, Vol. 20, No.19, Malang
- Sudhiarsa, Raymundus, 2012, *Berkisah tentang Yesus: Model Baru Bermisi dan Brevangelisasi di Asia*. Yogyakarta: Kanisius
- Sudhiarsa, Raymundus, ed., 2008, *Kearifan Sosial Lintas Budaya*. Yogyakarta: Lamalera
- Tauchner, Christian, Ed., 2015, *Evangelisasi: Gereja yang Bergerak Keluar dengan Sukacita*. Maumere: Penerbit Ledalero

