Philoxenia: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani
Vol. 5 No. 1. November 2026, Hal. 328-346
https://ojs.sttkmu.ac.id/index.php/philoxenia/index

Kharisma yang Dikomodifikasi: Kritik Teologis terhadap Pendeta Selebritas

Yusak Sanjaya[1]✉, Jessica Elizabeth Abraham[2]
Sekolah Tinggi Teologi Kharisma[1-2]
sanjayayusak@gmail.com

Article History
Submitted 03 Oct 2026
Accepted 26 Nov 2026
Published 30 Nov 2026

Keywords: *Celebrity Pastors, Commodification Digital Authority, Pastoral Accountability, Charisma*
Kata kunci: Pendeta Selebritas, komodifikasi, Otoritas Digital, Akuntabilitas Pastoral, Kharisma

Scan this QR
Read Online

Abstract: *The phenomenon of celebrity pastors reveals a shift in how pastoral authority is constructed, circulated, and received within the digital media ecosystem. This study examines the commodification of pastoral charisma in digital media and develops criteria for distinguishing public popularity from commodified authority. A qualitative literature study brings together research on pastoral celebrity, digital ministry, and church leadership into dialogue with contextual readings of Ezekiel 34, Mark 10:42-45, 1 Corinthians 1-4 and 12-14, 2 Corinthians 4:5, and Peter 5:1-4. The synthesis of the study identifies three forms of conversion: spiritual gifts into personal branding, congregational participation into audience loyalty, and pastoral legitimacy into platform visibility. The article's original contribution lies in developing this threefold framework and assessing these conversions against the purposes of ministry, control over resources, and the openness to correction. Popularity and monetization alone do not establish commodification. The concern becomes more pronounced when the accumulation of personal authority displaces communal participation and effective accountability. The article proposes document-based indicators and comparative hypothetical cases to assess such conditions before public scandal emerges. The implications include collective oversight, resource transparency, and evaluation of congregation's maturity that goes beyond platform-based benchmarks.*

Abstrak: Fenomena pendeta selebritas memperlihatkan perubahan cara otoritas pastoral dibentuk, diedarkan, dan diterima ketika pelayanan memasuki ekosistem media digital. Penelitian ini mengkaji proses komodifikasi kharisma pastoral pada media digital serta merumuskan sebuah standar untuk membedakan kepopuleran publik dari otoritas yang terkomodifikasi. Studi pustaka kualitatif mempertemukan penelitian-penelitian tentang selebritas pastoral, pelayanan digital, kepemimpinan gereja dengan merujuk pada pembacaan kontekstual Yehezkiel 34, Markus 10:42-45, 1 Korintus 1-4 dan 12-14, 2 Korintus 4:5, lalu 1 Petrus 5:1-4. Sintesis terhadap kajian tersebut menghasilkan setidaknya tiga kategori konversi di antaranya: karunia menjadi jenama personal, partisipasi jemaat menjadi loyalitas audiens, dan legittimasi pastoral menjadi keterlihatan platform. Kebaruan artikel ini terletak pada perspektif pengembangan kerangka tiga konversi yang diuji melalui tujuan sebuah pelayanan, pengendalian sumber daya, serta keterbukaan pada koreksi. Popularitas dan monetisasi tidak cukup membuktikan adanya komodifikasi. Persoalan ini menguat ketika akumulasi otoritas personal menggeser partisipasi komunitas dan pertanggungjawaban yang efektif. Artikel ini merumuskan

indikator berbasis dokumen dan kasus hipotesis pembanding untuk menilai kondisi-kondisi tersebut sebelum muncul skandal publik. Implikasi mencakup pengawasan kolektif, transparasi sumber daya, serta evaluasi kedewasaan jemaat yang melampaui tolok ukur platform.

PENDAHULUAN

Pendeta yang dikenal luas bukan gejala baru dalam sejarah Kekristenan. Para pengkhotbah kebangunan rohani, televangelis, penulis populer, dan pemimpin *megachurch* telah lama melampaui batas jemaat lokal. Pada masa kini, media digital memperluas cakupan terhadap ruang pengenalan pemimpin Kristen melalui khotbah, pengajaran, dan juga komunikasi pastoral. Dwikoryanto dan Arifianto menjelaskan *personal branding* merupakan sebuah sarana pelayanan yang harus menaati norma etis.[1] Fau dan Ngesthi memberikan kritik budaya yang memusatkan pelayanan pada sosok terkenal.[2] Kedua opini tersebut membuka persoalan secara lebih spesifik: pada kondisi apa pengenalan publik membantu pelayanan serta kapan pengaruh itu menggeser pertanggungjawaban seorang pemimpin kepada komunitasnya. Andok menegaskan pengaruh media terhadap otoritas tidaklah tunggal, media mampu melemahkan maupun memperkuat kewenangan institusional. Secara khusus penelitian ini terletak pada kondisi yang memungkinkan popularitas pastoral dapat berubah menjadi sumber kuasa yang sulit diperiksa oleh sebuah komunitas.

Perubahan tersebut menciptakan peluang yang nyata. Media digital memperluas akses terhadap pengajaran, menghubungkan komunitas yang terpisah secara geografis, serta dapat membuka ruang kesaksian baru. Abraham dan Gultom membahas peluang serta tantangan secara tepat dengan menunjukkan bahwa gereja perlu membaca perkembangan teknologi sebagai ruang pelayanan sekaligus medan risiko.[3] Sementara Hastuti dan Soesilo mengatakan media digital sebagai arena yang perlu dicermati dan dipertimbangkan dalam *pneumatology* Pentakostal.[4] Kedua pendekatan ini menghindarkan kritik terhadap selebritas pastoral dari penolakan teknologi secara menyeluruh. Namun, penerimaan teknologi tetap membutuhkan penilaian atas tujuan dan pengelolaan pengaruh yang dihasilkannya.

Istilah pendeta selebritas perlu dipakai secara hati-hati. Dwikoryanto dan Arifianto mengatakan bahwa popularitas sendiri bukan bukti ketidaksetiaan. Pendeta selebritas dalam penelitian ini tidak didefinisikan sekadar sebagai pendeta terkenal, melainkan pemimpin rohani yang otoritas publiknya semakin bergantung pada sirkulaisi pesona di media.[5] Sejalan dengan itu, Gaddini menegaskan kategori selebritas menjelaskan bagaimana sebuah keterkenalan

---

[1] Y. A. Dwikoryanto, M. I. T., & Arifianto, "Personal Branding Dan Pemimpin Kristen: Kepemimpinan Dalam Era Internet of Things.," *Veritas Lux Mea (Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen)* 5(2) (2023): 142–51, https://doi.org/10.59177/veritas.v5i2.232.

[2] Astria Gempita Fau and Yonathan Salmon Efrayim Ngesthi, "'Fallen Leaders Dan Mereduksi Celebrity Pastor Culture Dalam Perspektif Etis Teologi.,'" *Veritas Lux Mea* 7, no. 2 (2025): 316–325., https://jurnal.sttkn.ac.id/index.php/Veritas/article/view/403.

[3] Jessica Elizabeth Abraham and Junifrius Gultom., "'Gereja Metaverse: Memetakan Tantangan Dan Peluang Gereja Di Era Post-Digital.,'" *KURIOS* 9, no. 1 (2023): 158–168., https://www.sttpb.ac.id/e-journal/index.php/kurios/article/view/488.

[4] R Hastuti and Y. Soesilo, "Cyber-Pneumatology: Diskursus Pekerjaan Roh Kudus Di Ruang Siber.," *KURIOS* 11(2) (2025): 472–482, https://doi.org/10.30995/kur.v11i2.1436.

[5] Dwikoryanto, M. I. T., & Arifianto, "Personal Branding Dan Pemimpin Kristen: Kepemimpinan Dalam Era Internet of Things."

dibentuk, kategori komodifikasi menilai perubahan tujuan serta hubungan kuasa dalam penggunaannya.[6]

Penelitian terdahulu sudah menjelaskan sejumlah unsur yang relevan. Gaddini membahas negosiasi otoritas perempuan evangelikal melalui media daring.[7] Tran dan Davies mengembangkan konsep pengaruh digital melalui Kingsway International Christian Centre di London, Inggris.[8] Kedua penelitian ini membatu memahami mediasi otoritas. Namun, perbedaan tradisi, kebiasaan, lokasi, dan unit analisis, membatasi penerapan temuan tersebut pada pelayanan pastoral di Indonesia.

Dalam sudut pandang kekristenan, Fau dan Ngesthi telah mengkritik budaya pendeta selebritas pada etika kepemimpinan yang berpusat pada Yesus Kristus.[9] Enobong, Ituma, dan Uroko menghubungkan 2 Korintus 4:1-15 dengan gejala selebritas religious di Nigeria.[10] Sementara Sumual, Rahayu, dan Arifianto membahas banalitas spiritualitas dalam kepemimpian pastoral digital.[11] Jadi, kritik moral terhadap popularitas atau pemakaian ayat Paulus tidak dapat dengan sendirinya diklaim sebagai kebaruan tulisan ini.

Dwikoryanto dan Arifianto membahas etika *personal branding* pemimpin Kristen.[12] Sedangkan Fau dan Ngesthi menawarkan kritik teologis terhadap budaya selebritas pastoral.[13] Artikel ini mengisi celah tersebut dengan menawarkan kerangka tiga konversi. Pertama, karunia diubah menjadi jenama personal. Kedua, jemaat diubah menjadi audiens dan konsumen konten. Ketiga, otoritas pastoral diubah menjadi visibilitas yang dapat diukur. Tesis penelitian ini ialah bahwa komodifikasi kharisma terjadi ketika karunia yang seharusnya diterima sebagai pemberian Allah bagi pembangunan tubuh Kristus dipisahkan dari akuntabilitas eklesial, dikemas sebagai kualitas persona, dan dipertukarkan untuk memperoleh perhatian, loyalitas, maupun keuntungan simbolik serta ekonomi. Kritik teologisnya tidak menolak jangkauan publik atau pendanaan pelayanan. Kritik diarahkan pada perubahan tujuan, kepemilikan, dan ukuran kharisma.

---

[6] Katie Christine Gaddini, "'"Wife, Mommy, Pastor and Friend": The Rise of Female Evangelical Microcelebrities.,'" *Religions* 12, no. 9 (2021): 758, https://www.mdpi.com/2077-1444/12/9/758.

[7] K. C. Gaddini, "'Wife, Mommy, Pastor and Friend': The Rise of Female Evangelical Microcelebrities.," *Religions* 12(9) (2021): 758, https://doi.org/10.3390/rel12090758.

[8] Mai Khanh Tran and Andrew Davies., "'Revisiting Benjamin's Aura in the Age of Mediatisation: The Digital Aura of Megachurches.,'" *Journal of Marketing Management* 39, no. 17 (2023): 1678–1702.

[9] Fau and Yonathan Salmon Efrayim Ngesthi, "'Fallen Leaders Dan Mereduksi Celebrity Pastor Culture Dalam Perspektif Etis Teologi.'"

[10] S. I. Enobong, E. A. Ituma, and F. C. Uroko, "Pauline Concept of Ministry in 2 Corinthians 4:1–15 and the Religious Celebrity Syndrome in Nigeria.," *HTS Teologiese Studies/Theological Studies* 80(2) (2024): 9903, https://doi.org/10.4102/hts.v80i2.9903.

[11] E. N. Sumual, Y. F. Rahayu, and Y. A. Arifianto, "Eklesiologi Digital Dan Banalitas Spiritualitas Dalam Kepemimpinan Kristen Pastoral: Tantangan Gereja Di Era Disrupsi.," *Philoxenia: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 4(2) (2026): 199–214, https://doi.org/10.59376/philoxenia.v4i2.41.

[12] Dwikoryanto, M. I. T., & Arifianto, "Personal Branding Dan Pemimpin Kristen: Kepemimpinan Dalam Era Internet of Things."

[13] Fau and Yonathan Salmon Efrayim Ngesthi, "'Fallen Leaders Dan Mereduksi Celebrity Pastor Culture Dalam Perspektif Etis Teologi.'"

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan secara kualitatif melalui studi pustaka dengan analisis teologis kritis dan sintesis konseptual.[14] Pemilihan pendekatan mengikuti masalah penelitian dengan cara merumuskan kriteria evaluasi, bukan mengukur prevalensi perilaku pendeta. Zaluchu menegaskan kesesuaian antara masalah dan pendekatan penelitian serta perlunya melaporkan prosedur analisis yang benar-benar ditempuh.[15] Unit analisisnya ialah argumen, temuan yang dilaporkan peneliti terdahulu, dan penafsiran teks, bukan perilaku pendeta tertentu. Pilihan metode ini mengikuti pembedaan fungsi kajian integratif dan penelitian empiris serta prinsip penggunaan sumber dalam studi pustaka

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kharisma Dalam Ekonomi Perhatian

Dari karunia menuju merek personal

Kata kharisma dalam pemakaian sehari-hari sering menunjuk pada daya tarik personal, kemampuan untuk memikat massa, atau kualitas spesial seorang pemimpin. Penggunaan itu dekat dengan pengertian sosiologis tentang otoritas karismatik, tetapi tidak identik dengan pemakaian Perjanjian Baru. Istilah Yunani χάρισμα (charisma) berakar pada χάρις (charis), yaitu anugerah. Dalam 1 Korintus 12, kharisma bukan kepemilikan privat yang mengangkat status penerimanya. Roh Allah memberikan manifestasi kepada masing-masing orang πρὸς τὸ συμφέρον (pros to sympheron), bagi kepentingan bersama. Kukuni dalam penjelasannya menekankan orientasi kesatuan umat dalam 1 Korintus 12.[16] Dalam 1 Petrus 4:10, dijelaskan setiap orang harus melayani dengan karunia yang diterimanya sebagai οἰκονόμοι (oikonomoi), para penatalayan. Kittel dan Friedrich mengatakan karunia tetap milik Allah, sedangkan penerima bertanggung jawab mengelolanya untuk orang lain.[17] Sementara Breed menekankan korelasi pelayanan dalam hubungannya dengan penatalayanan yang didasarkan pada anugerah Allah.[18]

Komodifikasi kharisma seorang pendeta mulai menjadi persoalan ketika pelayanannya makin digunakan untuk memperbesar nilai jual seorang pendeta. Tiwa dan Rahayu menyoroti pergeseran pelayanan gerejawi dari sebuah pengabdian menuju pengelolaan bercorak bisnis, termasuk pemasaran pelayanan yang dapat mengancam integritas pelayanan pastoral.[19] Dalam cakupan yang lebih khusus misalnya, Kristiantoro mengungkapkan bahwa pendeta dapat

---

[14] Sonny Eli. Zaluchu, "Strategi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Di Dalam Penelitian Agama.," *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili Dan Pembinaan Warga Jemaat* 4(1) (2020): 28–38, https://doi.org/10.46445/ejti.v4i1.167.

[15] Sonny Eli. Zaluchu, "Metode Penelitian Di Dalam Manuskrip Jurnal Ilmiah Keagamaan.," *Jurnal Teologi Berita Hidup* 3(2) (2021): 249–66.

[16] T. J. Kukuni, "Spiritually Gifted and Divided? A Text-Centred Interpretation of 1 Corinthians 12:1–31a.," *In Die Skriflig/In Luce Verbi* 58(1) (2024): a3043, https://doi.org/10.4102/ids.v58i1.3043.

[17] and Gerhard Friedrich Kittel, Gerhard, *Ed. Theological Dictionary of the New Testament. Ringkasan Oleh Geoffrey W. Bromiley.* (Grand Rapids, Michigan: Eerdmans., 1985).

[18] G Breed, "The Diakonia of the Elder According to 1 Peter.," *In Die Skriflig/In Luce Verbi* 50(3) (2016): a2102, https://doi.org/10.4102/ids.v50i3.2102.

[19] Y. F. Tiwa, J. F., & Rahayu, "Revitalisasi Pastoral Gerejawi Dan Krisis Etika: Studi Tentang Kepemimpinan Gerejawi Di Tengah Fenomena Komersialisasi Pelayanan.," *EPIGRAPHE: Jurnal Teologi Dan Pelayanan Kristiani* 9(2) (2025): 221–230.

menempati posisi sentral dalam promosi dan pendampingan kegiatan rohani sekaligus menerima berbagai kemudahan serta keuntungan dari kegiatan tersebut.[20] Dari kedua kajian ini penulis menilai bahwa kemampuan berkhotbah, pengetahuan teologi, dan kecakapan individu pemimpin beresiko mengalami perubahan fungsi terutama ketika ditampilkan sebagai *personal branding*. Nama seorang pemimpin dapat mengalami perubahan, dari yang semula merupakan pengabdian menjadi daya tarik bagi sebuah acara, dan mengedepankan pengalaman rohani dibandingkan kedalaman firman. Persoalan menjadi rumit apabila kepercayaan jemaat diarahkan untuk mempertahankan pengaruh demi keuntungan pribadi. Keadaan demikian membuat karunia yang seharusnya membawa jemaat kepada Kristus justru berpotensi memperbesar ketergantungan kepada figur pemimpin.

Deak, Suwandi, dan Nidin menjelaskan bahwa penyimpangan pelayanan dapat muncul melalui penggunaan retorika teologis demi membenarkan orientasi material, pemberdayaan simbol tertentu sebagai legitimasi otoritas, dan pembentukan hubungan transaksional antara pelayan Tuhan dan jemaat.[21]

Analisis ini sejalan dengan Simanjuntak yang menunjukkan bahwa konsumerisme telah bergerak dari sistem ekonomi menjadi pandangan dunia yang mereduksi gereja menjadi komoditas, menempatkan jemaat sebagai konsumen, dan menekan pemimpin gereja untuk mengelola pelayanan menurut logika persaingan pasar.[22]

Penelitian Casciano tentang Pentakostalisme Nigeria memperlihatkan ambiguitas ini. Kemewahan pemimpin dapat memperoleh dua penilaian yang bertentangan bagi pendukungnya, di mana kekayaan menjadi tanda keberhasilan teologi kemakmuran sekaligus memperkuat legitimasi sosial seorang pemimpin.[23] Saper dan Bessikh dalam tulisannya mengatakan bahwa tindakan mempertontonkan kemakmuran hamba Tuhan dapat menggeser orientasi pelayanan dari kemuliaan Tuhan menuju pengakuan terhadap diri pemimpin rohani.[24] Kedua kajian tersebut mejadi dasar penulis untuk menelaah bagaimana penampilan lahiriah memperoleh makna teologis, lalu membentuk kepercayaan, aspirasi, dan dukungan pengikut. Dalam hal ini, komoditas berupa citra keberhasilan pun berpotensi menjadi sesuatu yang ditawarkan melalui anggapan bahwa kedekatan dengan pemimpin membuka kesempatan memperoleh berkat yang dilekatkan pada dirinya.

Platform, keterlihatan, dan autentisitas yang dipentaskan

Media sosial bekerja melalui seleksi. Pengguna tidak melihat kehidupan seorang pendeta secara utuh, melainkan fragmen yang telah dipilih, direkam, disunting, diberi judul, dan

---

[20] S Kristiantoro, "Komodifikasi Agama Dalam Holy Land Tour: Sebuah Tinjauan Sosiologi Agama.," *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 6 no. 1 (2021): 16–30.

[21] Victor Deak, M Suwandi, and S. B Nidin, "Tinjauan Pendidikan Agama Kristen Terhadap Sofisme Spiritual: Distorsi Nilai-Nilai Kekristenan Dalam Pelayanan Bermotif Finansial.," *Charistheo: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen* 5 no. 2 (2026): 199–222.

[22] Ferry Simanjuntak, *Fenomena Perpindahan Anggota Gereja: Perspektif Teologis Dan Sosiologis.* (Soreang: GBI Soreang, 2026).

[23] Davide Casciano, "'Popular Tales of Pastors, Luxury, Frauds and Corruption: Pentecostalism, Conspicuous Consumption, and the Moral Economy of Corruption in Nigeria.,'" *Journal of Extreme Anthropology* 5, no. 2 (2021): 52–71, https://journals.uio.no/JEA/article/view/9008.

[24] T. V Saper and A. Y Bessikh, "Flexing Hamba Tuhan Dalam Era Digital: Analisis Biblika Atas Motivasi Pelayanan Dan Kemuliaan Allah.," *Jurnal Voice* 6 no. 2 (2026): 90–105.

disebarkan. Fragmen itu bisa jadi benar, tetapi tetap merupakan representasi. Kesan autentik lahir ketika konten menampilkan spontanitas, kerentanan, keluarga, humor, atau momen di balik panggung. Dwikoryanto dan Arifianto menyebutkan, sebuah *personal branding* melalui media sosial membentuk persepsi publik terhadap pemimpin Kristen. Akan tetapi, hal tersebut tidak memadai untuk memperlihatkan kedalaman spiritualitas dan integritas pemimpin tersebut.[25] Gaddini menyebut pola ini sebagai mikro-selebritas evangelikal: figur agama menampilkan diri sebagai pemimpin sekaligus ibu, teman, dan pribadi yang dekat sehingga batas publik-privat menjadi sumber daya otoritas. Autentisitas digital bukan selalu kebohongan. Masalahnya muncul ketika kedekatan yang dikurasi tersebut diterima sebagai pengganti pengetahuan pastoral yang nyata.[26]

Menurut Silalahi, pelayanan digital berisiko memunculkan relasi parasosial ketika kehadiran melalui sebuah platform menggantikan kedalaman hubungan rohani.[27] Perangin Angin, Rahayu, dan Yeniretnowati menegaskan kredibilitas pemimpin rohani perlu didasarkan pada integritas, keteladanan serta akuntabilitas.[28] Audiens merasa mengenal figur yang diikuti, sedangkan figur tersebut tidak mengenal sebagian besar audiens secara personal. Hubungan satu arah dapat menghasilkan manfaat, seperti inspirasi dan akses belajar. Tetapi, ia juga menciptakan ketimpangan epistemik. Pengikut mengetahui citra yang ditampilkan, bukan keseluruhan karakter, pola penggunaan kuasa, pengelolaan keuangan, atau cara pemimpin menerima koreksi. Popularitas lalu berfungsi sebagai bukti semu atas integritas. Orang menganggap figur layak dipercaya karena banyak orang telah mempercayainya.

Mantow, Tarumingi, dan Tombeng menerangkan sebuah algoritma media sosial mengatur keterlihatan konten dan mendorong interaksi penggunaan.[29] Algoritma memperkuat masalah tersebut tanpa perlu memiliki niat teologis. Sistem platform memprioritaskan konten yang memicu perhatian dan interaksi. Pesan yang ringkas, emosional, pasti, kontroversial, serta berpusat pada figur lebih mudah beredar daripada pembentukan iman yang lambat, dialogis, dan bergantung pada konteks. Kajian mengenai mekanisme sosial dan algoritmik menunjukkan bahwa desain media berperan membentuk apa yang terlihat, dipercaya, serta diulang. Pendeta digital kemudian menghadapi tekanan untuk hadir terus-menerus, menyederhanakan persoalan, merespons tren, dan mempertahankan identitas. Andok mengatakan bahwa khotbah berisiko dinilai bukan dari kesetiaan penafsiran dan buah kehidupan, melainkan dari daya potongnya menjadi klip yang mudah dibagikan.[30]

---

[25] Dwikoryanto, M. I. T., & Arifianto, "Personal Branding Dan Pemimpin Kristen: Kepemimpinan Dalam Era Internet of Things." Hal. 146-147.

[26] Gaddini, "'Wife, Mommy, Pastor and Friend': The Rise of Female Evangelical Microcelebrities.," 2021.

[27] Rabinsar Parulian Silalahi, ""Dampak Teknologi Digital Terhadap Pelayanan Pastoral: Hubungan Kasih Yang Nyata Menjadi Maya Melalui Lensa Yohanes 1:14 Dan Matius 9:36," *Pragati: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 2 no. 2 (2026): 406–19.

[28] Yakub Hendrawan Perangin Angin, Yohana Fajar Rahayu, and Tri Astuti Yeniretnowati, "Etika Kepemimpinan Paulus Sebagai Respons Terhadap Krisis Integritas Gereja Di Era Post-Truth," *Jurnal Teologi Gracia Deo* 8, no. 1 (2025): 208–18.

[29] Maxi Marthinus Mnatow, Denny Tarumingi, and Ineke Tombeng, "Gereja Mengambil Keputusan Etis Di Era Digital Dengan Budaya Algoritmik," *Mitra Sriwijaya: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 7, no. 1 (2026): 1–19.

[30] Mónika Andok, "'The Impact of Online Media on Religious Authority.,'" *Religions* 15, no. 9 (2024): 1103., https://www.mdpi.com/2077-1444/15/9/1103.

Pohagi dan Sutrisno menjelaskan otoritas rohani dalam platform digital dapat dipengaruhi oleh konten dan algoritma sehingga tidak selalu bertumpu semata-mata pada pengakuan institusi gereja.[31] Pendidikan teologi, jabatan gerejawi, pengalaman, gaya komunikasi, kesaksian pengikut, dan metrik platform saling menopang atau saling bersaing. Andok menunjukkan bahwa lingkungan media baru menghasilkan pola otoritas yang bersifat interaktif dan jaringan. Situasi ini dapat mendemokratisasi pengetahuan, tetapi juga memungkinkan visibilitas mengalahkan kompetensi. Orang yang paling sering muncul dapat dianggap paling memahami. Orang yang paling pandai membangun komunitas pengikut dapat memperoleh daya tafsir yang melampaui mekanisme pengujian gerejawi.[32]

Tiga Pergeseran dalam Komodifikasi Kharisma

Karunia menjadi kapital simbolik

Pergeseran pertama terjadi saat karunia tidak lagi terutama dinilai dari kontribusinya bagi tubuh Kristus, tetapi dari kemampuannya meningkatkan nilai pemimpin. Surya mengingatkan karunia-karunia Roh ditujukan untuk memperlengkapi di dalam kesatuan tubuh Kristus.[33] Dalam ekonomi perhatian, khotbah yang berhasil menaikkan jangkauan dapat memperbesar reputasi, membuka peluang undangan, memperluas jejaring, dan memperkuat posisi pemimpin. Siklus ini tidak selalu melibatkan motif buruk. Hal itu bahkan dapat bermula dari sebuah pelayanan yang tulus. Risikonya muncul ketika pertumbuhan reputasi tidak diimbangi mekanisme yang menanyakan siapa yang dibangun, jenis kedewasaan apa yang dihasilkan, serta siapa yang dapat mengoreksi pemimpin. Perangin Angin, Rahayu, dan Yeniretnowati menekankan bahwa seorang pemimpin wajib mendahulukan kepentingan umat dalam sebuah integritas yang dapat dipertanggungjawabkan.[34]

Bahasa "urapan" sering membuat kapital simbolik tersebut sulit diuji. Nahac dan Parapat menyebutkan klaim urapan dan karunia roh dapat menyakralkan otoritas pemimpin dan menutup ruang koreksi.[35] Karunia diperlakukan seolah melekat secara eksklusif pada figur tertentu. Kritik kepada pemimpin kemudian berisiko dianggap sebagai serangan terhadap pekerjaan Allah. Padahal dalam konteks Perjanjian Baru menempatkan karunia di dalam tubuh yang saling bergantung dan mengharuskan pengujian (1 Kor. 12:7, 21; 14:29; 1 Tes. 5:19-21). Wagey menegaskan Karunia Roh mutlak untuk membangun tubuh Kristus, karunia tidak bisa dan tidak boleh dimonopoli oleh pelayan jemaat, dan yang menerima karunia Roh bukan berarti menjadi lebih utama dari pada yang lain.[36] Karunia tidak meniadakan karakter, doktrin, atau pertanggungjawaban. Bahkan kemampuan spektakuler tidak menjadi ukuran final kesetiaan.

---

[31] Eki Pohagi and David Sutrisno, "Gereja Virtual Dan Komunitas Digital: Transformasi Iman Dalam Ekosistem Media Sosial," *Jurnal Ilmu Pendidikan Keagamaan Kristen: Arastamar* 1, no. 4 (2025): 89.

[32] Andok, "'The Impact of Online Media on Religious Authority.'"

[33] Agus Surya, "Kajian Hermeneutis Tentang Karunia-Karunia Roh Dalam Jemaat Korintus," *Immanuel: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 4, no. 1 (2023): 180–91.

[34] Perangin Angin, Rahayu, and Yeniretnowati, "Etika Kepemimpinan Paulus Sebagai Respons Terhadap Krisis Integritas Gereja Di Era Post-Truth."

[35] stefanus De Fatima Nahac and Yohanes Parapat, "Legitimasi Pneumatologis Dan Politik Kekuasaan Dalam Kepemimpinan Gereja Neo-Pentakosta Di Indonesia," *BONAFIDE: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 7, no. 1 (2026): 185–211.

[36] Robert Calvin Wagey, "Karunia Roh Menurut Pengajaran Rasul Paulus: Suatu Kajian Teologis Terhadap Pandangan Neo-Pentakosta Tentang Karunia Spektakular," *Missio Ecclesiae* 1, no. 1 (2012): 44–86.

Ketika kharisma dipisahkan dari komunitas penilai, bahasa rohani dapat melindungi konsentrasi kuasa.

Jemaat Menjadi Audiens

Pergeseran kedua menyangkut identitas penerima pelayanan. Menurut Tirtanadi dan Silalahi, jemaat adalah persekutuan yang memiliki kewajiban timbal balik, disiplin, sakramen, pelayanan, dan tanggung jawab yang keanggotaannya terikat dalam sebuah wadah gereja.[37] Audiens terutama hadir untuk menerima konten. Ia dapat mengikuti, menyukai, membagikan, membeli, atau berhenti mengikuti. Ketika pola audiens menguasai gereja, partisipasi mudah diukur melalui kehadiran dan keterlibatan, tetapi kedewasaan, koreksi, rekonsiliasi, serta kesediaan memikul beban orang lain akan makin sulit terlihat. Digitalisasi membuat batas antara jemaat dan audiens menjadi makin cair. Seseorang dapat menerima pengajaran dan khotbah dari banyak pendeta tanpa berada di bawah pendampingan satu komunitas gereja. Keadaan ini tidak sepenuhnya negatif karena akses pengetahuan menjadi terbuka dan luas. Berger dan Golan menunjukkan bahwa pembelajar agama daring aktif menyusun sumber otoritasnya sendiri. Namun, kebebasan memilih juga mendorong konsumsi selektif. Pengguna dapat mencari pesan yang mengukuhkan keinginannya dan berpindah ketika berhadapan dengan koreksi. Pendeta selebritas memperoleh pengikut yang luas dan masif, tetapi tidak memiliki kapasitas pastoral untuk mengenal, menegur, membimbing, dan ikut serta memikul beban kehidupan mereka.[38]

Akibatnya, keberhasilan pelayanan dapat tertukar dengan pertumbuhan audiens. Pertumbuhan angka memang dapat menjadi penanda jangkauan yang lebih luas, tetapi tidak dengan sendirinya membuktikan pemuridan. Audiens dapat mengagumi seorang pembicara tanpa terikat pada tubuh Kristus. Audiens dapat menguasai kosakata rohani tanpa mengalami pembentukan karakter. Bonhoeffer menyebut anugerah murah sebagai pengampunan tanpa pertobatan, baptisan tanpa disiplin gereja, serta kemurahan tanpa kemuridan. Dalam budaya selebritas, anugerah murah hadir melalui pola komunikasi yang menawarkan pesan secara cepat, instan, nyaman, dan dekat secara pribadi. Namun, berisiko dalam ketaatan kepada Allah.[39] Simanjuntak dengan jelas dalam bukunya menyebut bahwa pola pelayanan yang menawarkan prediktabilitas, kenyamanan tanpa adanya gesekan, pesan yang praktis, dan pengalaman anonim, sebagai fenomena McChurch. Kritik tersebut tidak diarahkan pada ukuran gereja, tetapi pada filosofi pelayanan yang mengorbankan kedalaman teologis dan relasi autentik demi pertumbuhan artifisial.[40]

---

[37] Rendy Tirtanadi and Frans Silalahi, "Gereja Virtual Dan Tantangan Pascamodernisme: Suatu Analisis Eklesiologis Dari Perspektif Reformasi," *Verbum Christi: Jurnal Teologi Reformed Injili* 12, no. 2 (2026): 165–87.

[38] Akiva Berger and Oren Golan, "'Online Religious Learning: Digital Epistemic Authority and Self-Socialization in Religious Communities.,'" *Learning, Media and Technology* 49, no. 2 (2024): 274–289., https://cris.haifa.ac.il/en/publications/online-religious-learning-digital-epistemic-authority-and-self-so/.

[39] Dietrich Bonhoeffer, *The Cost of Discipleship.* (New York: Macmillan, 1963).

[40] Simanjuntak, *Fenomena Perpindahan Anggota Gereja: Perspektif Teologis Dan Sosiologis.*

Otoritas Menjadi Metrik Keterlihatan

Pergeseran ketiga dapat terjadi ketika angka platform berfungsi sebagai ukuran otoritas. Beaty menilai pengejaran pada platform serta usaha pembentukan persona dalam budaya selebritas gereja dapat mengalihkan perhatian jemaat dari kesetiaan pelayanan kepada Tuhan.[41] Jumlah pengikut, tayangan, komentar, dan undangan merupakan indikator keterlihatan dan jangkauan, bukan sebagai bukti langsung kesetiaan. Sebuah metrik dapat membantu evaluasi komunikasi, tetapi tidak mampu mengukur kasih, kebijaksanaan, penguasaan diri, ataupun kesanggupan menerima koreksi. Nouwen menekankan perlunya mengutamakan pelayanan dibanding popularitas serta menempatkan kasih sebagai dasar kepemimpinan Kristen.[42] Terjadi kekeliruan kategori ketika angka dipakai sebagai jaminan otoritas rohani.

Metrik juga menciptakan efek institusional. Gereja yang identitasnya melekat pada satu figur akan menghadapi risiko dalam hal suksesi, regenerasi, keuangan, dan kredibilitas. Nahac dan Parapat mengemukakan bahwa kritik internal berisiko dipandang sebagai ancaman terhadap otoritas pemimpin, alih-alih sebagai bagian dari pertanggungjawaban pelayanan.[43] Informasi negatif dikendalikan untuk menjaga kepercayaan publik. Ketika skandal muncul, kerusakan menjalar karena iman sebagian pengikut telah disandarkan pada persona. Fau dan Ngesthi telah menunjukkan hubungan antara budaya selebritas dan *fallen leaders*. Jika diamati lebih jauh, krisis tidak bermula saat pemimpin jatuh. Krisis justru telah terbentuk ketika sistem menjadikan figur terlalu bernilai untuk dikoreksi.[44]

Kritik Teologis Biblika

Yehezkiel 34 dan gembala yang memakan kawanan

Yehezkiel 34 menyediakan kritik Perjanjian Lama yang tajam terhadap komodifikasi kepemimpinan. Pasal itu diarahkan kepada רֹעֵי יִשְׂרָאֵל (ro'e yisra'el), para gembala Israel. Fuerst menjelaskan dalam bukunya *A Hebrew & Chaldee Lexicon to the Old Testament* bahwa kata רעה (r-'-h) berarti menggembalakan atau memberi makan dalam penggunaan kiasan.[45] Sejalan dengan itu, kamus Vine, Unger, dan White istilah kata tersebut mencakup seluruh kegiatan pekerjaan gembala dan dapat juga digambarkan sebagai hubungan pemimpin dengan umatnya.[46] Permainan kata pada ayat 2 membongkar pembalikan fungsi: para gembala menggembalakan diri sendiri, bukan kawanan ternak gembalaannya. Mereka menyembelih ternak yang gemuk, memakan lemaknya, dan mengenakan bulunya, tetapi tidak berupaya untuk menguatkan ternak yang lemah, menyembuhkan ternak yang sakit, membalut lukanya, membawa pulang yang tersesat, atau mencari yang terhilang. Sasaran dalam konteks ayat 2-4

---

[41] Katelyn Beaty, *Celebrities for Jesus: How Personas, Platforms, and Profits Are Hurting the Church* (Grand Rapids, Michigan: Brazos Press, 2022).

[42] Henri J.M. Nouwen, *In the Name of Jesus: Reflections on Christian Leadership* (New York: Crossroad, 1989).

[43] Nahac and Parapat, "Legitimasi Pneumatologis Dan Politik Kekuasaan Dalam Kepemimpinan Gereja Neo-Pentakosta Di Indonesia."

[44] Fau and Yonathan Salmon Efrayim Ngesthi, "'Fallen Leaders Dan Mereduksi Celebrity Pastor Culture Dalam Perspektif Etis Teologi.'"

[45] Julius Fuerst, *A Hebrew & Chaldee Lexicon to the Old Testament, Diterjemahkan Oleh Samuel Davidson, Edisi Stereotip Ke-5* (Leipzig: Bernhard Tauchnitz, 1885).

[46] W.E Vine, Merrill F Unger, and William Jr White, *Vine's Complete Expository Dictionary of Old and New Testament Words* (Nashville: Thomas Nelson, 1996).

ini ialah pengambilan keuntungan dari kawanan ternak yang disertai pengabaian tanggung jawab pemeliharaan. Pola-pola seperti inilah yang dalam penelitian ini dipahami sebagai ekstraksi, yaitu pemimpin mengambil nilai dari kawanan, tetapi mengabaikan tugas dan tujuan sebenarnya.

Yehezkiel 34 dapat digunakan untuk membaca komodifikasi kharisma, terutama pada pola penyalahgunaan kepemimpinan. Fuerst secara detail menjelaskan bahwa penggembalaan bertujuan untuk mengayomi jemaat.[47] Vine, Unger, dan White juga mengaitkan relasi gembala dan jemaatnya yang memiliki keterikatan.[48] Penggunaan kata "lemak dan bulu" pada penelitian ini dianalogikan secara proporsional sebagai perhatian, data, donasi, pemberian, dan loyalitas jemaat yang semuanya dimanfaatkan demi kepentingan pemimpin. Keberadaan gereja besar atau komunitas besar maupun pelayanan digital tidak dengan sendirinya membuktikan praktik eksploitasi jemaat, tetapi ketika terdapat penyalahgunaan antara manfaat dan pelaksanaan tanggung jawab yang dilakukan pemimpin.

Respons Allah juga penting. Allah tidak sekadar meminta gembala memperbaiki citra, tetapi menyatakan diri-Nya akan mencari, mengumpulkan, dan menggembalakan umat. Otoritas pastoral bersifat derivatif. Yehezkiel 34:10 mengatakan bahwa Allah adalah pemilik kawanan dan manusia yang diberi peran sebagai pemimpin kawanan tersebut bekerja di bawah penghakiman-Nya.[49] Demikian juga dalam 1 Petrus 5:4, seluruh gembala berada di bawah ἀρχιποίμην (archipoimēn), Sang Gembala Agung. Konsep ini menolak kepemilikan personal atas jemaat.[50]

Markus 10 dan pembalikan logika kuasa

Markus 10:42-45 menempatkan ambisi status para murid berhadapan dengan pola pemerintahan bangsa-bangsa. Menurut Vine, Unger, dan White, dua kata kerja menjelaskan kuasa dominatif: κατακυριεύουσιν (katakyrieuousin), "menguasai," dan κατεξουσιάζουσιν (katexousiazousin), "menjalankan kuasa atas."[51] Keduanya berbentuk present aktif indikatif orang ketiga jamak, menggambarkan praktik yang berlangsung dan dikenal.[52] Yesus tidak menyangkal adanya kepemimpinan. Ia menolak tata relasi yang menjadikan kedudukan sebagai hak untuk menguasai.

Kalimat οὐχ οὕτως δέ ἐστιν ἐν ὑμῖν, "tidaklah demikian di antara kamu," membentuk batas identitas komunitas.[53] Kebesaran diterjemahkan menjadi διάκονος (diakonos), pelayan, dan posisi pertama menjadi δοῦλος (doulos), hamba semua.[54] Puncaknya bukan teknik kepemimpinan, melainkan kristologi: Anak Manusia datang bukan untuk dilayani, tetapi untuk melayani dan memberikan hidup-Nya. TDNT menegaskan bahwa penggunaan διακονέω oleh

---

[47] Fuerst, *A Hebrew & Chaldee Lexicon to the Old Testament, Diterjemahkan Oleh Samuel Davidson, Edisi Stereotip Ke-5*.

[48] Vine, Unger, and White, *Vine's Complete Expository Dictionary of Old and New Testament Words*.

[49] Lembaga Alkitab Indonesia, *Alkitab*, Terjemahan (Jakarta: Lembaga Alkitab Indonesia, 2015).

[50] Kittel, Gerhard, *Ed. Theological Dictionary of the New Testament. Ringkasan Oleh Geoffrey W. Bromiley.*

[51] Vine, Unger, and White, *Vine's Complete Expository Dictionary of Old and New Testament Words*.

[52] Vine, Unger, and White.

[53] Vine, Unger, and White.

[54] Vine, Unger, and White.

Yesus membalik penilaian dunia Yunani terhadap pelayanan. Jalan kebesaran Kristen berbentuk tindakan pengorbanan bagi orang lain, bukan kenaikan status diri.[55]

Tulisan ini menguji pendeta selebritas terhadap pola kepemimpinan tidak hanya pada isi khotbahnya. Nahac dan Parapat mengatakan seorang pemimpian dapat berkhotbah tentang pelayanan sambal membangun system yang memusatkan akses, keputusan, symbol, dan penghargaan pada dirinya.[56] Laloan dan Sendow menafsirkan Markus 10:35-45 sebagai panggilan untuk mengganti ambisi pribadi dengan kepemimpinan yang didasarkan pada kerendahan hati dan pengorbanan.[57]

Paulus dan pembongkaran kultus figur

Jemaat Korintus memberi contoh paling dekat tentang loyalitas kepada figur. Slogan "aku murid Paulus," "aku murid Apolos," dan "aku murid Kefas" memperlihatkan kecenderungan membangun identitas kelompok di sekitar pengajar. Keener menjelaskan bahwa budaya perkotaan Korintus terbiasa menilai serta membandingkan pembicara. Para murid filsafat juga dapat mengembangkan keterikatan emosional kepada guru dan membela sekolahnya. Paulus tidak menyelesaikan persaingan itu dengan membuktikan bahwa mereknya paling unggul. Ia mereduksi klaim tersebut sampai absurd: apakah Kristus terbagi dan apakah Paulus disalibkan bagi mereka?[58] Dalam 1 Korintus 3:5, Paulus dan Apolos disebut διάκονοι (diakonoi), pelayan yang melaluinya jemaat menjadi percaya. Mereka menanam dan menyiram, tetapi Allah memberi pertumbuhan. Metafora ini memisahkan fungsi dari kepemilikan. Pelayan berkontribusi secara nyata, tetapi tidak dapat mengeklaim hasil sebagai produk persona. Kemudian, salib menjadi kritik atas ekonomi kehormatan. Allah memilih yang lemah dan tidak terpandang agar tidak ada manusia yang membanggakan diri. Keener mencatat bahwa budaya Romawi memusatkan kuasa dan status, sehingga pengaitan kuasa Allah dengan seorang yang disalibkan merupakan pembalikan radikal.[59]

Menurut Vine, Unger, dan White, kritik itu dipadatkan dalam 2 Korintus 4:5: οὐ γὰρ ἑαυτοὺς κηρύσσομεν ἀλλὰ Χριστὸν Ἰησοῦν κύριον, ἑαυτοὺς δὲ δούλους ὑμῶν διὰ Ἰησοῦν, "sebab bukan diri kami yang kami beritakan, melainkan Yesus Kristus sebagai Tuhan, dan diri kami sebagai hambamu karena Yesus."[60] Kata ἑαυτούς ditempatkan kontras dengan Χριστὸν Ἰησοῦν κύριον.[61] Masalah *personal branding* pastoral bukan keberadaan identitas publik, melainkan pergeseran objek pewartaan. Ketika nama pemimpin menjadi pintu utama untuk menjual seluruh ekosistem rohani, praktik itu perlu diuji dengan pertanyaan Paulus: siapakah yang sesungguhnya diberitakan?

---

[55] Kittel, Gerhard, *Ed. Theological Dictionary of the New Testament. Ringkasan Oleh Geoffrey W. Bromiley.*

[56] Nahac and Parapat, "Legitimasi Pneumatologis Dan Politik Kekuasaan Dalam Kepemimpinan Gereja Neo-Pentakosta Di Indonesia."

[57] Rivaldo Joshua Laloan and Mieke Nova Sendow, "Merekonstruksi Kepemimpinan Pelayan Gereja Melalui Kajian Hermeneutik Markus 10:35–45," *Paramathetes: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 4, no. 1 (2025): 81–99.

[58] Craig S Keener, *The IVP Bible Background Commentary: New Testament. Edisi Kedua* (Downers Grove, IL: IVP Academic, 2014).

[59] Keener.

[60] Vine, Unger, and White, *Vine's Complete Expository Dictionary of Old and New Testament Words*.

[61] Vine, Unger, and White.

Satu Petrus 5 dan otoritas yang dapat diawasi

Dalam 1 Petrus 5:2, menurut Vine, Unger, dan White, para penatua menerima imperatif ποιμάνατε (poimanate), "gembalakanlah," kawanan Allah yang ada pada mereka. Objeknya tetap τὸ ... ποίμνιον τοῦ θεοῦ, kawanan milik Allah.[62] Partisipel ἐπισκοποῦντες (episkopountes) menunjukkan tindakan mengawasi, bukan memiliki.[63] Ayat berikutnya menolak pola μηδ' ὡς κατακυριεύοντες, bukan sebagai orang yang menguasai pihak yang dipercayakan kepada mereka, melainkan menjadi τύποι (typoi), teladan bagi kawanan.

Latar historisnya menambah bobot etis. Keener mencatat bahwa pemimpin jemaat pada masa krisis menjadi sasaran pertama pencarian dan penganiayaan.[64] Penggembalaan bukan jalan aman menuju privilese, melainkan posisi yang meningkatkan risiko serta tanggung jawab. Teks juga menolak keuntungan yang memalukan dan kontrol yang keras. Otoritas pastoral lahir dari perawatan, keteladanan, dan kesediaan menanggung risiko bersama kawanan. Model itu berlawanan dengan figur yang memperoleh manfaat dari keterlihatan tetapi terlindung dari konsekuensi oleh organisasi, tim citra, atau jarak dari audiens.[65]

Sidjabat mengatakan, keteladanan terbentuk melalui pendidikan karakter di mana pemimpin gereja berperan untuk membina jemaat menuju pertumbuhan dan kedewasaan rohani.[66] Riyadi menjelaskan bahwa integritas pemimpin terlihat dari keselarasan antara tindakan dan kebijakan pengelolaan jemaat.[67] Maka dari itu, citra yang hadir melalui konten digital belum cukup menjadi dasar untuk menilai keseluruhan karakter seorang pemimpin. Tirtanadi dan Silalahi melalui sudut pandang eklesiologi reformasi menegaskan bahwa pelayan virtual dapat melengkapi kehidupan gereja, tetapi memiliki keterbatasan kehadiran fisik dan keterikatan keanggotaan.[68] Hal ini yang menyulitkan dalam pelaksanaan pengawasan, teguran, dan pembinaan pastoral. Jadi pada perspektif ini, relasi antara figur dan pengikut digital tidak bisa disamakan dengan persekutuan jemaat lokal.

Rekonstruksi Otoritas Pastoral di Ruang Digital

Menempatkan kharisma di bawah salib

Rekonstruksi pertama bersifat kristologis. Filipi 2:5-11 menggambarkan Kristus yang tidak mengeksploitasi status, tetapi mengambil μορφὴν δούλου (morphēn doulou), rupa seorang hamba, dan taat sampai mati di kayu salib.[69] Keener menempatkan bagian ini dalam budaya Romawi yang sarat kompetisi kehormatan. Gerak Kristus berlawanan dengan penguasa

---

[62] Vine, Unger, and White.

[63] Vine, Unger, and White.

[64] Craig S. Keener, *The IVP Bible Background Commentary: New Testament. Edisi Kedua.* (Downers Grove, IL: IVP Academic, 2014).

[65] Keener, *The IVP Bible Background Commentary: New Testament. Edisi Kedua*.

[66] Binsen Samuel Sidjabat, "Meretas Polarisasi Pendidikan Kristiani: Sebuah Pengantar Tentang Arah Pendidikan Kristiani Di Gereja, Akademia, Dan Ruang Publik," *Indonesian Journal of Theology* 7, no. 1 (2019): 20.

[67] Slamet Riyadi, "Etika Kepemimpinan Pastoral: Analisis Integritas Moral Dan Tanggung Jawab Pastoral," *Angelion: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 6, no. 1 (2025): 6.

[68] Tirtanadi and Silalahi, "Gereja Virtual Dan Tantangan Pascamodernisme: Suatu Analisis Eklesiologis Dari Perspektif Reformasi."

[69] Keener, *The IVP Bible Background Commentary: New Testament. Edisi Kedua.*

yang mengejar status ilahi. Salib bukan aksesori pada merek pelayanan. Ia adalah bentuk yang mengadili cara pelayanan memperoleh dan menggunakan pengaruh.[70]

Bonhoeffer membantu mempertajam konsekuensinya. Anugerah yang mahal memanggil seseorang mengikuti Kristus; anugerah itu mahal karena menuntut hidup dan karena memberikan kehidupan sejati. [71] Di bawah salib, kharisma tidak boleh dipakai untuk menghindari biaya kemuridan, baik bagi pemimpin maupun jemaat. Konten yang selalu mengafirmasi, tetapi tidak pernah menegur; menjanjikan hasil tanpa ketaatan; atau menjadikan penderitaan sekadar gangguan menuju sukses; akan membentuk konsumerisme rohani. Pelayanan digital yang setia perlu mempertahankan seluruh tuntutan Injil. Pangow, Sugiharto, dan Sarjono mengatakan bahwa pelayanan yang baik mengutamakan perubahan hidup, termasuk pertobatan, disiplin, kesabaran, kesetiaan dalam perkara tersembunyi, serta solidaritas dengan yang lemah.[72] Budaya kerohanian instan memperkuat persoalan ini karena jemaat mengharapkan terobosan tanpa proses akuntabilitas, ketekunan, dan pembentukan karakter. Simanjuntak menilai bahwa logika tersebut mengubah gereja menjadi ruang konsumsi rohani dan membuat pintu keluar lebih menarik daripada ruang pemuridan.[73]

Membangun akuntabilitas yang melampaui persona

Rekonstruksi kedua bersifat eklesial. Gereja perlu memastikan bahwa otoritas pengajaran, keuangan, disiplin, dan komunikasi tidak terkonsentrasi pada satu figur. Nahac dan Parapat menyebutkan bahwa legitimasi rohani dapat mengukuhkan kekuasaan personal ketika bahasa kharismatik menutup ruang koreksi sebuah komunitas.[74] Akuntabilitas bukan sekadar dewan yang menyetujui keputusan pemimpin, tetapi juga sebagai penerapan prinsip koreksi komunal. Gereja perlu membangun struktur yang memiliki akses informasi, kemandirian dan prosedur penanganan pengaduan. Rencana suksesi juga harus menjadi bagian dari pembenahan ini. Lebih lanjut, Nahac dan Parapat menekankan pentingnya pembekalan bagi calon penerus berupa penugasan dan pendelegasian dalam mempersiapkan regenerasi pemimpin.[75] Semakin besar visibilitas pemimpin, semakin kuat mekanisme koreksi yang dibutuhkan. Pengaruh publik memperbesar dampak keputusan pribadi.

Transparansi keuangan juga perlu membedakan antara aset pribadi dan asset organisasi. Christanti, Wibowo, dan Wijaya mengungkapkan bahwa kewajiban moral memiliki pengaruh signifikan terhadap transparasi dan niat untuk mengungkapkan informasi keuangan kepada jemaat.[76] Tidak setiap keuntungan ekonomi bersifat eksploitatif, tetapi ketidakjelasan batas

---

[70] Keener, *The IVP Bible Background Commentary: New Testament. Edisi Kedua*.

[71] Bonhoeffer, *The Cost of Discipleship.* 47-49, 61-64.

[72] Harmen Johannes Mario Pangow, Tjoe Khin Sugiharto, and Haryadi Sarjono, "Pemuridan Dan Pelayanan Inklusif Bagi Kaum Marjinal: Kajian Teologis Perumpamaan Perjamuan Kawin Dalam Injil Matius," *HARVESTER: Jurnal Teologi Dan Kepemimpinan Kristen* 10, no. 1 (2025): 122.

[73] Simanjuntak, *Fenomena Perpindahan Anggota Gereja: Perspektif Teologis Dan Sosiologis.* Hal. 19-20.

[74] Nahac and Parapat, "Legitimasi Pneumatologis Dan Politik Kekuasaan Dalam Kepemimpinan Gereja Neo-Pentakosta Di Indonesia."

[75] Nahac and Parapat.

[76] Rossalina Christanti, Wahju Satria Wibowo, and Yahya Wijaya, "Perceptions of Church Financial Transparency: Ethical-Theological Analysis and Financial Accountability," *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili Dan Pembinaan Warga Jemaat* 7, no. 1 (2023): 35–49.

kepemilikan dan penggunaan dana dapat membuka ruang konflik kepentingan. Produk, konferensi, honorarium, donasi, dan monetisasi kanal harus dikelola melalui kebijakan yang dapat diperiksa. Kajian Casciano mengingatkan bahwa kemewahan pemimpin dapat memperoleh legitimasi religius sekaligus menghasilkan kecurigaan moral. Gereja tidak cukup menjawab kecurigaan dengan klaim berkat. Gereja perlu menunjukkan tata kelola yang adil dan keterarahan sumber daya kepada misi serta pemeliharaan umat.[77]

Akuntabilitas juga harus mencakup tim komunikasi. Penyunting, videografer, dan pengelola media bukan sekadar tenaga promosi. Mereka ikut menentukan cara pesan teologis ditampilkan kepada publik. Pongoh, Lumingas, dan Arifianto menempatkan transparasi konten, literasi digital, pendampingan pastoral digital, dan akuntabilitas komunitas sebagai empat pilar etika penginjilan melalui media sosial.[78] Sebagai penerapan kerangka tersebut, gereja dapat menetapkan bahwa kanal resmi mengangkat kerja komunitas, tidak hanya terpaku pada wajah pemimpin, menghindari judul manipulatif, membedakan kesaksian pribadi dengan fakta Alkitab, dan tidak memakai kerentanan jemaat sebagai bahan konten khotbah. Mudak, Manafe, dan Sumarno mengusulkan kerangka etika digital yang meliputi tata kelola data, yang dilengkapi dengan evaluasi terhadap pelayanan dan pengawasan terhadap komersialisasi. Dengan demikian, etika digital perlu menjadi bagian dari tata kelola gereja dan tanggung jawab pastoral.[79]

Mengganti ukuran keberhasilan

Rekonstruksi ketiga menyangkut evaluasi. Metrik digital tetap berguna untuk mengetahui jangkauan dan pola komunikasi. Namun, gereja harus menolak menjadikannya ukuran utama kesetiaan. Sendow, Tampenawas, dan Tumiwa menjelaskan bahwa kedalaman pembentukan mencakup kemampuan relasional untuk bertahan, menunggu dan mengasihi di tengah ekologi perhatian digital, pandangan ini memberi dasar untuk membedakan keterlibatan digital dari kedewasaan rohani.[80] Ukuran pastoral perlu kembali kepada tujuan kharisma, yakni kepentingan bersama dan pembangunan tubuh Kristus (1 Kor. 12:7; Ef. 4:11-16). Tjandra menegaskan pembentukan karakter membutuhkan praktik gerejawi dan kehidupan komunitas tidak hanya sekadar penyampaian pengetahuan.[81] Berdasarkan kedua pemikiran tersebut, evaluasi pelayanan perlu menanyakan kembali apakah jemaat makin mampu membaca Alkitab, membedakan pengajaran yang benar dengan yang palsu, melayani tanpa ketergantungan pada sosok tertentu, menyelesaikan konflik dengan dasar Firman Allah, serta melayani dengan dasar mengasihi Yesus.

---

[77] Casciano, "'Popular Tales of Pastors, Luxury, Frauds and Corruption: Pentecostalism, Conspicuous Consumption, and the Moral Economy of Corruption in Nigeria.'"

[78] Fanli Feydi Pongoh, Gloria Gabriel Lumingas, and Yonatan Alex Arifianto, "Etika Penggunaan Media Sosial Untuk Penginjilan: Antara Efektivitas Dan Tantangan Moral," *Philoxenia: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 4, no. 1 (2025): 23–36.

[79] Sherly Mudak, Ferdinan Samuel Manafe, and Sumarno, "Dari Pulpit Ke Platform: Kerangka Strategis Integrasi Teologi Digital Dalam Ibadah Kristen," *Jurnal Salvation* 7, no. 1 (2026): 32–46.

[80] Mieke Nova Sendow, Alfons Renaldo Tampenawas, and Evi Stans Evlin Tumiwa, "Attention as Ascesis: Digital Acedia and the Formation of Attention in Christian Religious Education in the Era of Deep Learning Policy," *KURIOS* 12, no. 2 (2026): 291–305.

[81] Daniel Sudibyo Tjandra, "Gereja Sebagai Komunitas Formatif: Landasan Teologis Untuk Etika Pendidikan Kristiani," *KURIOS* 12, no. 1 (2026): 89–99.

Prinsip tersebut juga mengubah posisi seorang pemimpin. Pendeta yang sukses bukanlah seseorang yang membuat dirinya tidak tergantikan, melainkan orang yang memperlengkapi Gereja-Nya sehingga pelayanan dapat berjalan dengan baik dan tetap sehat tanpa ketergantungan pada satu individu. Hartono melalui tulisannya menawarkan kepemimpinan pastoral berbasis kepercayaan yang menekankan transparansi relasional serta transformasi keberlanjutan dalam pelayanan kepada generasi selanjutnya.[82] Subowo menjelaskan bahwa ruang digital telah terintegrasi dalam kehidupan spiritual generasi muda sehingga gereja perlu hadir untuk memberikan bimbingan dan pendampingan.[83]

Pada akhirnya, gereja memerlukan sebuah disiplin ketidakterlibatan. Tidak semua pelayanan harus direkam dan dipublikasikan, dan tidak semua jemaat layak diubah menjadi narasi jenama. Silalahi, Sibarani, dan Marbun melalui pembacaan Matius 6:1 mengatakan bahwa pelayanan tidak boleh diarahkan dengan tujuan mencari pujian manusia, termasuk melalui media sosial.[84] Matius 6 menempatkan bahwa pelayanan dilakukan di hadapan Tuhan yang melihat yang tersembunyi. Hendi dan Gulo menjelaskan bahwa doa, puasa, dan menjaga hidup tetap kudus merupakan latihan rohani guna menghadapi tantangan hidup.[85]

KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan tiga kerangka konseptual untuk membedakan keterkenalan pastoral dari komodifikasi kharisma. Tiga konversi, yaitu karunia menjadi jemana, partisipasi menjadi loyalitas audiens, dan legitimasi menjadi keterlihatan, memperoleh makna evaluatif ketika dibaca bersama tujuan pelayanan, pengendalian sumber daya, serta keterbukaan terhadap koreksi. Kontribusinya bukan pengulangan kritik moral terhadap sosok yang terkenal, tetapi perumusan kondisi yang memungkinkan pengaruh personal menggeser pertanggungjawaban komunitas sebelum terjadi skandal publik. Sintesis ini mengembangkan dialog antara kajian otoritas dan kritik teologis terhadap selebritas religious.[8687]

Implikasi penelitian ini mengemukakan perlunya evaluasi pengaruh pastoral berdasarkan penerima manfaat, bukan jumlah pengikut semata. Kajian pustaka ini belum membuktikan hubungan kausal atau efektivitas penerapan indikator pada gereja tertentu. Pengujian komparatif diperlukan untuk menilai apakah kerangka mampu membedakan komunikasi pastoral yang sehat dari pemusatan otoritas yang melemahkan komunitas. Dengan batas

---

[82] Handreas Hartono, "From Authority to TRUST: Sebuah Tawaran Paradigmatik Kepemimpinan Pastoral Dalam Menumbuhkan Spiritualitas Autentik Generasi Z," *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 10, no. 1 (2025): 324–341.

[83] Adhika Tri Subowo, "Membangun Spiritualitas Digital Bagi Generasi Z," *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 5, no. 2 (2021): 379–395.

[84] Haposan Silalahi and Kevin Boris Marbun, "Fenomena Narsis Beragama Di Media Sosial: Sebuah Analisis-Reflektif Matius 6:1," *KURIOS* 9, no. 1 (2023): 148–157.

[85] Hendi and Sesilina Gulo, "Godaan Seorang Imam Dalam Pelayanan Menurut Yohanes Krisostomus," *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 6, no. 1 (2021): 46–64.

[86] Andok, "'The Impact of Online Media on Religious Authority.'"

[87] Enobong, Ituma, and Uroko, "Pauline Concept of Ministry in 2 Corinthians 4:1–15 and the Religious Celebrity Syndrome in Nigeria."

tersebut, artikel ini menyumbangkan dasar penyelidikan dan pertimbangan tata kelola dan bukan keputusan final tentang integritas seseorang.[88]

DAFTAR PUSTAKA

Abraham, Jessica Elizabeth, and Junifrius Gultom. "'Gereja Metaverse: Memetakan Tantangan Dan Peluang Gereja Di Era Post-Digital.'" *KURIOS* 9, no. 1 (2023): 158–168. https://www.sttpb.ac.id/e-journal/index.php/kurios/article/view/488.

Andok, Mónika. "'The Impact of Online Media on Religious Authority.'" *Religions* 15, no. 9 (2024): 1103. https://www.mdpi.com/2077-1444/15/9/1103.

Beaty, Katelyn. *Celebrities for Jesus: How Personas, Platforms, and Profits Are Hurting the Church*. Grand Rapids, Michigan: Brazos Press, 2022.

Berger, Akiva, and Oren Golan. "'Online Religious Learning: Digital Epistemic Authority and Self-Socialization in Religious Communities.'" *Learning, Media and Technology* 49, no. 2 (2024): 274–289. https://cris.haifa.ac.il/en/publications/online-religious-learning-digital-epistemic-authority-and-self-so/.

Bonhoeffer, Dietrich. *The Cost of Discipleship.* New York: Macmillan, 1963.

Breed, G. "The Diakonia of the Elder According to 1 Peter." *In Die Skriflig/In Luce Verbi* 50(3) (2016): a2102. https://doi.org/10.4102/ids.v50i3.2102.

Casciano, Davide. "'Popular Tales of Pastors, Luxury, Frauds and Corruption: Pentecostalism, Conspicuous Consumption, and the Moral Economy of Corruption in Nigeria.'" *Journal of Extreme Anthropology* 5, no. 2 (2021): 52–71. https://journals.uio.no/JEA/article/view/9008.

Christanti, Rossalina, Wahju Satria Wibowo, and Yahya Wijaya. "Perceptions of Church Financial Transparency: Ethical-Theological Analysis and Financial Accountability." *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili Dan Pembinaan Warga Jemaat* 7, no. 1 (2023): 35–49.

Deak, Victor, M Suwandi, and S. B Nidin. "Tinjauan Pendidikan Agama Kristen Terhadap Sofisme Spiritual: Distorsi Nilai-Nilai Kekristenan Dalam Pelayanan Bermotif Finansial." *Charistheo: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen* 5 no. 2 (2026): 199–222.

Dwikoryanto, M. I. T., & Arifianto, Y. A. "Personal Branding Dan Pemimpin Kristen: Kepemimpinan Dalam Era Internet of Things." *Veritas Lux Mea (Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen)* 5(2) (2023): 142–51. https://doi.org/10.59177/veritas.v5i2.232.

Enobong, S. I., E. A. Ituma, and F. C. Uroko. "Pauline Concept of Ministry in 2 Corinthians 4:1–15 and the Religious Celebrity Syndrome in Nigeria." *HTS Teologiese Studies/Theological Studies* 80(2) (2024): 9903. https://doi.org/10.4102/hts.v80i2.9903.

Fau, Astria Gempita, and Yonathan Salmon Efrayim Ngesthi. "'Fallen Leaders Dan Mereduksi Celebrity Pastor Culture Dalam Perspektif Etis Teologi.'" *Veritas Lux Mea* 7, no. 2 (2025): 316–325. https://jurnal.sttkn.ac.id/index.php/Veritas/article/view/403.

Fuerst, Julius. *A Hebrew & Chaldee Lexicon to the Old Testament, Diterjemahkan Oleh Samuel Davidson, Edisi Stereotip Ke-5*. Leipzig: Bernhard Tauchnitz, 1885.

Gaddini, K. C. "'Wife, Mommy, Pastor and Friend': The Rise of Female Evangelical

[88] Fau and Yonathan Salmon Efrayim Ngesthi, "'Fallen Leaders Dan Mereduksi Celebrity Pastor Culture Dalam Perspektif Etis Teologi.'"

Microcelebrities." *Religions* 12(9) (2021): 758. https://doi.org/10.3390/rel12090758.
Gaddini, Katie Christine. "'"Wife, Mommy, Pastor and Friend": The Rise of Female Evangelical Microcelebrities.'" *Religions* 12, no. 9 (2021): 758. https://www.mdpi.com/2077-1444/12/9/758.
Hartono, Handreas. "From Authority to TRUST: Sebuah Tawaran Paradigmatik Kepemimpinan Pastoral Dalam Menumbuhkan Spiritualitas Autentik Generasi Z." *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 10, no. 1 (2025): 324–341.
Hastuti, R, and Y. Soesilo. "Cyber-Pneumatology: Diskursus Pekerjaan Roh Kudus Di Ruang Siber." *KURIOS* 11(2) (2025): 472–482. https://doi.org/10.30995/kur.v11i2.1436.
Hendi, and Sesilina Gulo. "Godaan Seorang Imam Dalam Pelayanan Menurut Yohanes Krisostomus." *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 6, no. 1 (2021): 46–64.
Keener, Craig S. *The IVP Bible Background Commentary: New Testament. Edisi Kedua.* Downers Grove, IL: IVP Academic, 2014.
Keener, Craig S. *The IVP Bible Background Commentary: New Testament. Edisi Kedua*. Downers Grove, IL: IVP Academic, 2014.
Kittel, Gerhard, and Gerhard Friedrich. *Ed. Theological Dictionary of the New Testament. Ringkasan Oleh Geoffrey W. Bromiley.* Grand Rapids, Michigan: Eerdmans., 1985.
Kristiantoro, S. "Komodifikasi Agama Dalam Holy Land Tour: Sebuah Tinjauan Sosiologi Agama." *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 6 no. 1 (2021): 16–30.
Kukuni, T. J. "Spiritually Gifted and Divided? A Text-Centred Interpretation of 1 Corinthians 12:1–31a." *In Die Skriflig/In Luce Verbi* 58(1) (2024): a3043. https://doi.org/10.4102/ids.v58i1.3043.
Laloan, Rivaldo Joshua, and Mieke Nova Sendow. "Merekonstruksi Kepemimpinan Pelayan Gereja Melalui Kajian Hermeneutik Markus 10:35–45." *Paramathetes: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 4, no. 1 (2025): 81–99.
Lembaga Alkitab Indonesia. *Alkitab*. Terjemahan. Jakarta: Lembaga Alkitab Indonesia, 2015.
Mnatow, Maxi Marthinus, Denny Tarumingi, and Ineke Tombeng. "Gereja Mengambil Keputusan Etis Di Era Digital Dengan Budaya Algoritmik." *Mitra Sriwijaya: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 7, no. 1 (2026): 1–19.
Mudak, Sherly, Ferdinan Samuel Manafe, and Sumarno. "Dari Pulpit Ke Platform: Kerangka Strategis Integrasi Teologi Digital Dalam Ibadah Kristen." *Jurnal Salvation* 7, no. 1 (2026): 32–46.
Nahac, stefanus De Fatima, and Yohanes Parapat. "Legitimasi Pneumatologis Dan Politik Kekuasaan Dalam Kepemimpinan Gereja Neo-Pentakosta Di Indonesia." *BONAFIDE: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 7, no. 1 (2026): 185–211.
Nouwen, Henri J.M. *In the Name of Jesus: Reflections on Christian Leadership*. New York: Crossroad, 1989.
Pangow, Harmen Johannes Mario, Tjoe Khin Sugiharto, and Haryadi Sarjono. "Pemuridan Dan Pelayanan Inklusif Bagi Kaum Marjinal: Kajian Teologis Perumpamaan Perjamuan Kawin Dalam Injil Matius." *HARVESTER: Jurnal Teologi Dan Kepemimpinan Kristen* 10, no. 1 (2025): 122.
Perangin Angin, Yakub Hendrawan, Yohana Fajar Rahayu, and Tri Astuti Yeniretnowati. "Etika

Kepemimpinan Paulus Sebagai Respons Terhadap Krisis Integritas Gereja Di Era Post-Truth." *Jurnal Teologi Gracia Deo* 8, no. 1 (2025): 208–18.

Pohagi, Eki, and David Sutrisno. "Gereja Virtual Dan Komunitas Digital: Transformasi Iman Dalam Ekosistem Media Sosial." *Jurnal Ilmu Pendidikan Keagamaan Kristen: Arastamar* 1, no. 4 (2025): 89.

Pongoh, Fanli Feydi, Gloria Gabriel Lumingas, and Yonatan Alex Arifianto. "Etika Penggunaan Media Sosial Untuk Penginjilan: Antara Efektivitas Dan Tantangan Moral." *Philoxenia: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 4, no. 1 (2025): 23–36.

Riyadi, Slamet. "Etika Kepemimpinan Pastoral: Analisis Integritas Moral Dan Tanggung Jawab Pastoral." *Angelion: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 6, no. 1 (2025): 6.

Saper, T. V, and A. Y Bessikh. "Flexing Hamba Tuhan Dalam Era Digital: Analisis Biblika Atas Motivasi Pelayanan Dan Kemuliaan Allah." *Jurnal Voice* 6 no. 2 (2026): 90–105.

Sendow, Mieke Nova, Alfons Renaldo Tampenawas, and Evi Stans Evlin Tumiwa. "Attention as Ascesis: Digital Acedia and the Formation of Attention in Christian Religious Education in the Era of Deep Learning Policy." *KURIOS* 12, no. 2 (2026): 291–305.

Sidjabat, Binsen Samuel. "Meretas Polarisasi Pendidikan Kristiani: Sebuah Pengantar Tentang Arah Pendidikan Kristiani Di Gereja, Akademia, Dan Ruang Publik." *Indonesian Journal of Theology* 7, no. 1 (2019): 20.

Silalahi, Haposan, and Kevin Boris Marbun. "Fenomena Narsis Beragama Di Media Sosial: Sebuah Analisis-Reflektif Matius 6:1." *KURIOS* 9, no. 1 (2023): 148–157.

Silalahi, Rabinsar Parulian. ""Dampak Teknologi Digital Terhadap Pelayanan Pastoral: Hubungan Kasih Yang Nyata Menjadi Maya Melalui Lensa Yohanes 1:14 Dan Matius 9:36." *Pragati: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 2 no. 2 (2026): 406–19.

Simanjuntak, Ferry. *Fenomena Perpindahan Anggota Gereja: Perspektif Teologis Dan Sosiologis.* Soreang: GBI Soreang, 2026.

Subowo, Adhika Tri. "Membangun Spiritualitas Digital Bagi Generasi Z,." *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 5, no. 2 (2021): 379–395.

Sumual, E. N., Y. F. Rahayu, and Y. A. Arifianto. "Eklesiologi Digital Dan Banalitas Spiritualitas Dalam Kepemimpinan Kristen Pastoral: Tantangan Gereja Di Era Disrupsi." *Philoxenia: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 4(2) (2026): 199–214. https://doi.org/10.59376/philoxenia.v4i2.41.

Surya, Agus. "Kajian Hermeneutis Tentang Karunia-Karunia Roh Dalam Jemaat Korintus." *Immanuel: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 4, no. 1 (2023): 180–91.

Tirtanadi, Rendy, and Frans Silalahi. "Gereja Virtual Dan Tantangan Pascamodernisme: Suatu Analisis Eklesiologis Dari Perspektif Reformasi." *Verbum Christi: Jurnal Teologi Reformed Injili* 12, no. 2 (2026): 165–87.

Tiwa, J. F., & Rahayu, Y. F. "Revitalisasi Pastoral Gerejawi Dan Krisis Etika: Studi Tentang Kepemimpinan Gerejawi Di Tengah Fenomena Komersialisasi Pelayanan." *EPIGRAPHE: Jurnal Teologi Dan Pelayanan Kristiani* 9(2) (2025): 221–230.

Tjandra, Daniel Sudibyo. "Gereja Sebagai Komunitas Formatif: Landasan Teologis Untuk Etika Pendidikan Kristiani." *KURIOS* 12, no. 1 (2026): 89–99.

Tran, Mai Khanh, and Andrew Davies. "'Revisiting Benjamin's Aura in the Age of Mediatisation: The Digital Aura of Megachurches.'" *Journal of Marketing Management*

39, no. 17 (2023): 1678–1702.
Vine, W.E, Merrill F Unger, and William Jr White. *Vine's Complete Expository Dictionary of Old and New Testament Words*. Nashville: Thomas Nelson, 1996.
Wagey, Robert Calvin. "Karunia Roh Menurut Pengajaran Rasul Paulus: Suatu Kajian Teologis Terhadap Pandangan Neo-Pentakosta Tentang Karunia Spektakular." *Missio Ecclesiae* 1, no. 1 (2012): 44–86.
Zaluchu, Sonny Eli. "Metode Penelitian Di Dalam Manuskrip Jurnal Ilmiah Keagamaan." *Jurnal Teologi Berita Hidup* 3(2) (2021): 249–66.
———. "Strategi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Di Dalam Penelitian Agama." *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili Dan Pembinaan Warga Jemaat* 4(1) (2020): 28–38. https://doi.org/10.46445/ejti.v4i1.167.