

# Veritas Lux Mea

(Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristen)

Vol. 5. No. 2 (2023): 142 – 151

[jurnal.sttkn.ac.id/index.php/Veritas](http://jurnal.sttkn.ac.id/index.php/Veritas)

ISSN: 2685-9726 (online), 2685-9718 (print)

Diterbitkan oleh: Sekolah Tinggi Teologi Kanaan Nusantara

---

## Personal Branding dan Pemimpin Kristen: Kepemimpinan dalam Era *Internet Of Things*

**Matius I Totok Dwikoryanto**

Sekolah Tinggi Teologi Kadesi, Yogyakarta

[mitdwikoryanto.dk@gmail.com](mailto:mitdwikoryanto.dk@gmail.com)

**Yonatan Alex Arifianto**

Sekolah Tinggi Teologi Sangkakala, Salatiga

[arifianto.alex@sttsangkakala.ac.id](mailto:arifianto.alex@sttsangkakala.ac.id)

### **Abstract:**

*The main focus of this research is to explain how personal branding and Christian leaders: leadership in the internet of things era. The thing to remember is that the ambition to be famous is very easy to get in this era through social media, but the achievement to brand oneself must be in accordance with the norms and ethics that must be upheld. The research method used is in the form of descriptive qualitative research with a literature study approach. The purpose of this research is to provide input or ideas for Christian leaders so that they can promote themselves wisely and carefully in developing their leadership in the internet of things era. The conclusion of this research is that personal branding and Christian leaders as a leadership strategy in the era of the internet of things must be utilized as best as possible to reach out, serve, in pastoral care both online and face-to-face. So the first thing Christian leaders must understand is that the paradigm and nature of personal branding and its influence must be understood and actualized with the correct rules and norms. Christian leaders also know the boundaries and scope of Christian leadership. And of course Christian leaders can see opportunities for promotion of their leadership in accordance with humility as the basis for receiving God's grace and plans, of course, according to God's will and plan. So that Christian leaders can actualize Christian leadership in the internet of things era as a form of reaching out and serving those who are in an internet of things connection.*

**Keywords:** *Personal Branding, Christian Leaders, Internet Of Things, Digital Platforms, Leaders.*

### **Abstrak:**

Fokus utama penelitian ini adalah menjelaskan bagaimana personal branding dan pemimpin Kristen: kepemimpinan dalam era internet of things. Hal yang perlu diingat dalam kepemimpinan saat ini bahwa ambisi untuk terkenal tersebut didapat dengan sangat mudah di era digital saat ini melalui media sosial, namun pencapaian untuk membranding dirinya haruslah sesuai dengan norma dan etika yang harus dijunjung. Adapun metode penelitian yang digunakan yaitu berupa

penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi literature. Tujuan penelitian ini yaitu untuk memberikan masukan ide atau gagasan bagi para pemimpin Kristen supaya mereka bijaksana dan penuh kehati-hatian dalam mempromosikan dirinya dengan benar di dalam pengembangan kepemimpinannya di era *internet of things*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah personal branding dan pemimpin Kristen sebagai strategi kepemimpinan dalam era *internet of things* harus dapat dimanfaatkan sebaik mungkin untuk menjangkau, melayani, dalam pelayanan pastoral baik secara online maupun dalam keseharian tatap muka kepada khalayak ramai. Maka yang pertama para pemimpin Kristen haruslah mengerti bahwa paradigma dan hakikat personal branding dan pengaruhnya harus dimengerti dan diaktualisasikan dengan kaidah dan norma yang benar. Pemimpin Kristen juga mengetahui batasan dan ruang lingkup kepemimpinan Kristen. Dan tentunya pemimpin Kristen dapat melihat peluang promosi kepemimpinannya sesuai dengan kerendahan hati sebagai dasar untuk mendapat kasih karunia Allah dan tentunya sesuai dengan kehendak dan rencana Tuhan. Sehingga pemimpin Kristen dapat mengaktualisasi kepemimpinan Kristen di era *internet of things* sebagai bentuk untuk menjangkau dan melayani mereka yang berada dalam koneksi internet of things

**Kata Kunci:** Personal Branding, Pemimpin Kristen, Internet Of Things, Platform Digital, Pemimpin.

## PENDAHULUAN

Saat ini di dunia maupun di negara Indonesia sedang mengalami krisis kepemimpinan oleh karena itu dibutuhkan sosok pemimpin yang dapat menjadi panutan bagi setiap orang. Tentunya kepemimpinan Kristen adalah gaya kepemimpinan yang berguna agar seorang pemimpin dapat memimpin dengan berlandaskan karakter dan ciri pemimpin yang menyerupai Tuhan Yesus Kristus baik bagi Negara maupun perusahaan (Wicaksono 2015). Seperti yang diungkapkan oleh Chris Marantika bahwa sejatinya krisis kepemimpinan merupakan sebagai ciri khas umat Kristen dewasa ini, dimana kehampaan akan pemimpin yang dinamis dan tentunya kepemimpinan yang hanya berorientasi pada diri sendiri dan tentunya orientasi kepemimpinan Kristen tidak memenuhi syarat yang berkenaan kepada Allah (Marantika 2007:5). Sebab Kepemimpinan Kristen merupakan suatu tanggung jawab yang diemban dan diteladankan oleh kepemimpinan pelayan dari Yesus Kristus dimana kepemimpinan Kristen meliputi berbagai kualifikasi dan prinsip supaya dapat disebut sebagai pemimpin Kristen. Dimana nilai dan norma serta moralitas yang berkaitan dalam etika merupakan dasar dan landasan utama dalam melaksanakan tugas sebagai pemimpin. Supaya hal tersebut menjadi bagian dari sikap dan prioritas dalam melayani agar tidak terjerumus pada penyalahgunaan wewenang kekuasaan dan juga intrik-intrik amoral dan asusila yang mengerogoti kepemimpinannya tersebut, maka sejatinya Kepemimpinan Kristen sangat membutuhkan arah dan prinsip-prinsip dasar Kristen yang sesuai nilai norma Alkitabiah (Saragih 2019).

Kebutuhan akan kepemimpinan yang penuh dedikasi, kokoh dan yang terpercaya sangat mendesak, dimana gereja sedang mengalami kelaparan akan kepemimpinan yang bermanfaat dan bermutu. Dimana saat ini kepemimpinan yang berorientasi pada individu dan bukan kepemimpinan yang berjiwa pengabdian, atau bukan pemimpin yang materialisme, dan yang dibutuhkan adalah pemimpin yang selaras dengan visi Allah dan bukannya ambisi insani (Marantika 2007:8–9). Dimana ambisi tersebut didapat dengan mudah saat ini melalui media sosial

sebagai bagian dari pengakuan akan keberhasilan. Secara jelas membangun *image* tentang kepemimpinan yang berhasil baik dalam peran penggembalaan dan pastoral sejatinya harus menghindari praktik tipu-tipu atau kemunafikan dimana kekristenan menuntut pemimpin Kristen bukan dari casing atau luarnya saja namun dari buah yang dihasilkan. Sebab kepemimpinan Kristen itu adalah panggilan Tuhan dan juga aktualisasi yang diselaraskan dengan norma dan nilai Alkitabiah.

Menelusuri Akun-akun satire yang membahas kehidupan para pendeta seperti akun gereja palsu sangat mengkritik kehidupan dan pengajaran yang tidak sesuai dengan Alkitabiah. Banyak pemimpin Kristen menjadi sasaran koreksi bahkan kritik membangun supaya kekristenan dan kepemimpinan tidak selalu bicara tentang manusia atau dirinya sendiri yang ditinggikan ataupun material yang menjadi fokus pelayanan. Fenomena kehadiran *platform digital* seperti IG atau instagram, TikTok dan Youtube memang diakui sangat membantu terkenalnya para pendeta di khalayak ramai di dunia *internet of things*. Oleh sebab itu tujuan dalam penulisan ini memberikan kajian secara deskriptif tentang personal branding pemimpin Kristen sebagai salah satu strategi untuk memperkenalkan kepemimpinan Kristen dan pengajarannya dalam khalayak ramai.

Berkaitan dengan topik personal branding dan pemimpin Kristen: kepemimpinan dalam era *internet of things*, belum banyak diteliti, namun Fiorentina Adelaida Mayadeira Sumanti, melakukan penelitian skripsi dengan judul personal branding pendeta di media sosial (studi kasus pada media sosial facebook Pdt. Maria Aprina, S. Si (Sumanti 2020). Pembahasan yang dilakukan oleh peneliti menekankan bahwa personal brand Maria sudah melekat pada benak jemaat sehingga apa yang dilihat jemaat di media sosial Maria dan keseharian secara langsung menunjukkan kesesuaian atas branding yang dilakukan. Begitu juga dengan Siti Nur Hakiki melakukan penelitian serupa dalam artikel berjudul kepemimpinan Kiai sebagai personal branding pesantren dalam perspektif public relation (Humas, dengan kesimpulan bahwa Kiai menjadi motivasi pondok pesantren dalam menjalin Komunikasi dan berintraksi masyarakat yang bertujuan mencari dukungan positif dari masyarakat, pembentukan lembaga pesantren sehingga pondok pesantren bisa diukur dari seberapa besar pendidikan pondok pesantren yang mampu memberikan nilai-nilai positif terhadap masyarakat. Dengan demikian dapat di pahami bahwa kepemimpinan Kiai sangat berperan dalam membangun citra pesantren (Hakiki 2018).

Berdasarkan kedua penelitian sebelumnya dan fenomena tersebut masih ada hal-hal yang belum diteliti yaitu tentang personal branding dan pemimpin Kristen di era *internet of things*. Sehingga penelitian ini dapat memberi edukasi pentingnya kepemimpinan di era internet of things dan personal branding bagi pemimpin Kristen dan generasi penerus untuk dapat mengaktualisasi diri dengan membranding dirinya dengan moral, intelektual yang berdasarkan Alkitabiah. Hal itu bertujuan untuk mereduksi sifat menonjolkan diri namun lebih melihat dampak buah dari hasil pelayanan yang menjauhi kemunafikan dan intertaint serta kompetisi sesama pendeta maupun gereja Tuhan. Oleh sebab itu artikel ini akan meneliti dan membahas tentang topik tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Untuk menjawab pertanyaan bagaimana personal branding dan pemimpin Kristen sebagai upaya dalam kepemimpinan di *era internet of things* diterapkan dalam kepemimpinan Kristen, tentunya artikel ini menjawab dan menerapkan standart kepemimpinan dalam nilai Alkitabiah. Oleh karena itu penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, dengan pendekatan studi literature (Umrati and Wijaya 2020:34). Dimana data-data dan hakikat personal branding konteks universal atau secara umum dan juga kajian berdasarkan norma dan nilai Alkitabiah atau etis teologis juga ditemukan dan diinventarisasi baik analisa teks dan maknanya maupun konteksnya yang terkait dengan personal branding. Setelah terumuskan konsep personal branding dan kepemimpinan Kristen, maka hal itu menjadi representasi bagi kepemimpinan Kristen yang kemudian dikembangkan penerapannya bagi pemimpin masa kini yang hidup dalam *platform digital*. Menggunakan Alkitab sebagai sumber primer dan juga penulis memasukkan literatur pustaka terbaru serta penulis juga menggunakan berbagai artikel jurnal untuk menambah penelitian pustaka ini dalam menelusuri studi personal branding tersebut. Sehingga hasil studi dari personal branding dan pemimpin Kristen: kepemimpinan dalam *era internet of things* dapat menjadi pertimbangan dalam menentukan sikap memimpin dan menerapkan diri untuk bisa menunjukkan kualitas diri kepada khalayak ramai.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### ***Hakikat Personal Branding dan Pengaruhnya***

Berkembangnya kemajuan dunia teknologi yang terkait dengan internet of things dan juga pesatnya informasi dan teknologi sangat masif, berdampak pada berkembangnya pola komunikasi dalam komunitas masyarakat sosial. Hal itu ditandai dengan banyaknya bermunculan media atau *platform digital*, yang menghubungkan masyarakat. Salah satu media baru yang muncul di Indonesia adalah internet. Diawal kemunculannya *internet of things* menjadikan budaya baru dalam bersosial. Dan kelengkapan dari internet semacam gadget dan kecanggian *platform digital* sangat cepat diterima oleh masyarakat, terbukti dengan pengguna media sosial yang menghubungkan seluruh orang seperti Facebook, Instagram dan yang kini lagi virat dan hit yaitu TikTok di Indonesia merupakan pengguna keempat terbesar di dunia. Kemudahan informasi yang diberikan, menjadikan internet sebagai media primadona di masyarakat. *Internet of Things* memberikan kontribusi yang penting bagi masyarakat dengan segala manfaat yang ditawarkannya, seperti penghematan ruang waktu bahkan biaya dalam proses menujung komunikasi (Soraya 2017).

Kehadiran *platform* atau media digital, seperti media sosial memungkinkan sesama masyarakat yang terkoneksi dengan internet dapat terhubung tanpa ada batasan ruang dan waktu. Konsumsi media sosial membawa perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk kebiasaan berkomunikasi dan berinteraksi masyarakat jaringan saat ini (Hidayati 2021). Dari perkembangan *platform digital* dan *internet of things*, kanal ini juga menjadi trend bagi para pemimpin gereja atau pendeta masa kini. Sebagai usaha untuk mempromosikan dirinya dan pengajarannya kepada khalayak ramai sebagai brand yang bernilai tinggi yang layak dikonsumsi

oleh warganet. Dimana hal ini mengacu pada prinsip dari marketing, agar brand suatu produk itu meresap kuat dalam hati khalayak sesuai dengan harapan yang punya produk maka dibutuhkan upaya dengan proses yang terus menerus untuk menancapkan brand itu ke hati publik dengan berbagai cara. Upaya dan proses inilah yang biasa disebut branding (Soraya 2017). Maka personal branding dengan kata lain adalah proses membentuk persepsi masyarakat terhadap aspek-aspek yang dimiliki seseorang, diantaranya adalah kepribadian, kemampuan, atau nilai-nilai, dan sebagaimana semua itu menimbulkan persepsi positif dari masyarakat yang pada akhirnya dapat digunakan sebagai alat pemasaran (Soraya 2017).

Personal branding merupakan segala sesuatu yang ada pada diri seseorang yang dirasa dapat menjadi daya tarik atau menjual dan membedakan dari kompetitor, seperti pesan, pembawaan diri dan taktik pemasaran. Personal branding juga merupakan sebuah seni dalam menarik dan memelihara banyak klien atau warganet dalam dunia media sosial disebut follower dengan cara membentuk persepsi publik secara aktif (Soraya 2017).

Di dunia yang masif dengan media yang terkoneksi dengan *internet of things* memengaruhi sangat kuat bagi personal branding, sebab era digital seperti ini, suka tidak suka pemimpin Kristen harus mempromosikan dirinya sebagai pribadi yang menjadi teladan baik di dunia nyata maupun dunia online, dimana pelayanan yang tidak mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi digital sudah pasti akan tertinggal dengan "selera" umat yang juga sudah terdigitalisasi. Tentu pelayanan ini harus mempertimbangkan lokasi atau wilayah, tidak menggeneralisir kepada wilayah yang tidak tercakup dalam jangkauan jaringan internet (Parhusip 2023). Oleh sebab itu pentingnya paradigma membangun jati diri dan masuk kedalam era digital, juga harus dibekali dengan pengetahuan Alkitab yang luas, dan juga nilai moral dan norma serta etika yang juga turut dilakukan dan disematkan dalam pribadinya walaupun terkait dalam dunia online. Sebab personal branding yang dimunculkan dengan pengetahuan yang sesuai dengan Alkitabiah dan etika yang dijunjung dapat menjadi berkat bagi generasi alpha saat ini. Dimana kehidupan era digital menjadi jalan masuk untuk terus mengaktualisasikan nilai dan pesan kebenaran bagi jemaat gereja yang terhubung di platform digital. Personal branding yang dipromosikan lewat segala media sosial harusnya selaras dengan gaya hidup dan keteladan yang sebenarnya ditampilkan dalam kehidupan sehari-hari.

### ***Ruang Lingkup Kepemimpinan Kristen***

Kepemimpinan adalah proses dan perilaku dalam rangka memberi instruksi kepada pengikut, menginspirasi serta memengaruhi aktivitas orang lain dalam rangka mencapai tujuan bersama (Stott 2020:5). Kepemimpinan dalam gereja bukanlah pelaksanaan kekuasaan atau otoritas manusia melainkan suatu kegiatan pelayanan yang didasari oleh kasih kepada Allah dan sesama (Borrong 2019). Seorang pemimpin yang baik bukan hanya sebatas menguasai teori, tetapi mampu mempraktekannya, sehingga dapat menjadi panutan atau diikuti oleh orang yang dipimpinnya. Panggilan untuk rajin bekerja menjadi bukti keteladan (eksemplaris) yang berteriak lebih keras dan efektif dibandingkan kebiasaan memerintah dan menyuruh saja dari balik meja kerja (Sanderan 2021). Ruang lingkup dari kepemimpinan Kristen berdasarkan dari seseorang

yang telah dipanggil Allah yang ditandai dengan talenta dan kapasitas memimpin yang bertanggungjawab atas pemberian Allah untuk memimpin suatu kelompok umat Allah guna mencapai sebuah tujuan (Tomatala 2002:66). Oleh sebab itu dalam kepemimpinan Kristen sangatlah berbeda dengan kepemimpinan yang dinyatakan dari dunia, karena kepemimpinan Kristen berdasarkan ajaran Alkitab dan berhakikat teosentris. Tentunya kepemimpinan Kristen dibangun oleh kasih dan untuk melayani Tuhan dan sesama (Siahaya 2018). Dengan memiliki kesadaran dan kepekaan dalam mengerti kepribadian generasi ataupun jemaat yang dipimpinnya dan tentunya dapat membangkitkan semangat mereka, merupakan hal yang penting untuk dilakukan oleh para pemimpin gereja (Hia, Angelina, and Santosa 2023). Bila melihat krisis kepemimpinan yang menandakan mundurnya moral dan integritas dari pemimpin gereja maupun institusi pemerintahan, dengan berbagai kasus korupsi dan asusila (Zega et al. 2023). Maka pemimpin Kristen berani memunculkan jati dirinya ke khalayak ramai untuk menjadi jawaban bagi keterpurukan kepemimpinan saat ini. Melalui media yang terkoneksi dengan internet of things sejatinya setiap pemimpin mampu berkomunikasi terkait kebutuhan lembaga kerohanian dalam pelayanan pastoral. Pemimpin berani mebranding dirinya sebagai seorang yang dapat menjadi pribadi yang diteladani ketika seseorang melihat dari layar kaca handphone di platform media. Oleh sebab itu ruang lingkup kepemimpinan era digital ini patut ditunggu keberadaannya untuk menjadi berkat bagi jemaat nyata maupun maya.

### ***Pemimpin Kristen dan Promosi Kepemimpinannya***

Kepemimpinan yang terus bergerak maju adalah hal yang membuat kepemimpinan tidak stagnan untuk itu diharapkan bahwa kepemimpinan Kristen tidak dibilang kolot atau kuno, yang akhirnya pemimpin Kristen ini tidak dapat berkomunikasi dengan generasi Alpha. Oleh karena itu pemimpin harus kreatif, mempunyai visi yang harus diperjuangkan untuk menjadi kenyataan di kemudian hari (Kabanga 2002:67). Dengan ikut berkecimpung dalam market digital, yang mana pengajaran dan dedikasi pesan yang disampaikan dapat membekali para warganet yang hidupnya tergantung dengan internet. Walaupun dedikasi dan segala hal terkait dengan komitmen melayani dan integritas pribadi dari seorang pemimpin yang dapat dijadikan teladan tergantung dari seberapa dalam kehidupan spiritualitasnya (Arisma and Al 2019:57–66). Yang tidak bisa dilihat hanya dari personal branding di instagram maupun YouTube. Sebab nilai spiritualitas dan mentalitas kehambaan akan membawa pada promosi Tuhan. Dimana Tuhan menginginkan ketaatan dalam segala hal sebab pemimpin yang taat kepada Tuhan adalah pemimpin yang akan berjalan sesuai rencana dan kehendak Tuhan. Sebab sejatinya bagian utama kepemimpinan dalam iman Kristen adalah ketaatan. Kepemimpinan Kristen harus memiliki kesungguhan dan bertanggungjawab kepada perintah Tuhan (Sutono, Arifianto, and Loveano 2023). Sehingga kepemimpinan Kristen sangat berharap adanya kualitas yang dapat memengaruhi dan mendukung jemaat secara moral. Seorang pemimpin Kristen tidak hanya pintar dalam memberikan perintah namun juga pintar dalam membangun sikap yang dapat membawa kebaikan dan sehatnya organisasi pelayanan gereja (kardia Gulo and Samongantinungglu 2023).

Kepemimpinan Kristen bila dilihat dari sepanjang sejarah manusia dalam Alkitab, nilai ketaatan dan ketundukan terhadap teokrasi maka pemimpin itu mendapat pemeliharaan dan perlindungan Tuhan. Dan mendapatkan promosi dari Tuhan. Oleh karena itu Pemimpin Kristen harus memahami bahwa kebesaran kepemimpinannya itu bukanlah kedudukan, jabatan atau kuasa, prestasi atau keberhasilan yang besar. Karena bukan itu yang dikerjakan bagi Allah, tetapi keadaan rohani di hadapan Dia. Kepemimpinan yang sejati menuntut agar pemimpin Kristen menjadi besar dalam hal-hal yang benar. Karena itu pemimpin Kristen, hendaknya perlu belajar terus-menerus untuk menjadi besar di dalam iman, kerendahan hati, watak yang saleh, hikmat, penguasaan diri, kesabaran, dan kasih (Gal. 5:22-23). Dan Kebesaran Kepemimpinan Kristen yang sejati menyangkut kasih yang sepenuh hati dan penyerahan diri secara total kepada Allah. Kepemimpinan Kristen yang sejati haruslah disertai dengan pengabdian diri, akan meningkatkan hasil-hasil dalam pekerjaan/visio Allah (Rm. 12:3-8; 1 Kor. 12) (Sanderan 2021). Promosi dan peninggian memang harus diakui datangnya dari Tuhan yang selaras dengan mental dan karakter sebagai pemimpin. Seorang pemimpin mempromosikan jati dirinya adalah hal yang wajar dan sah, asalkan jalan atau cara yang ditempuh untuk mewujudkan personal brandingnya tersebut sesuai dengan aturan, norma dan etika kekristenan. Dan tentunya tidak menyimpang dari norma dan nilai kebenaran firman Tuhan. Perlu ditegaskan jika membranding dirinya dengan bertujuan semata-mata untuk, hal materi atau kesombongan dengan cara meninggikan diri sendiri, mencari hormat dan pujian dari manusia adalah perbuatan yang sangat tidak berkenan dihadapan Tuhan dan sesama. Keinginan untuk mempromosikan dirinya perlu juga memperbesar segala pengetahuan dan juga etis teologis dalam perspektif iman Kristen harus diterapkan. Seperti yang dinyatakan dalam Mazmur 75:6-7 bahwa “Sebab bukan dari timur atau dari barat dan bukan dari padang gurun datangnya peninggian itu, tetapi Allah adalah Hakim: direndahkan-Nya yang satu dan ditinggikan-Nya yang lain. Oleh karena itu kepemimpinan Kristen haruslah tetap memiliki kerendahan hati supaya promosi Tuhan terjadi dalam hidupnya 1 Petrus 5:6. Karena itu rendahkanlah dirimu di bawah tangan Tuhan yang kuat, supaya kamu ditinggikan-Nya pada waktunya.

### ***Mengaktualisasi kepemimpinan Kristen di era Internet Of Things***

Dewasa ini dunia banyak mencari pemimpin yang ideal dengan berbagai kriteria, contohnya dalam mencari pemimpin untuk Indonesia, lebih banyak dicari adalah yang mempunyai elektabilitas yang tinggi dibandingkan dengan kredibilitas, maka pencitraan merupakan modal utama bagi para calon pemimpin (Tambunan 2018). Di era yang masif dengan kecanggihan digital maka kehadiran platform seperti kehadiran instagram dan media sosial yang lainnya memiliki fungsi lain yaitu selain dapat membangun sebuah brand, dengan instagram juga dapat membangun personal branding pemiliknya. Banyak usaha rumahan bermunculan yang mengandalkan media sosial instagram sebagai sarana branding produk dengan menggunakan jasa promosi di instragram banyak usaha-usaha kecil memiliki kemajuan yang baik di bidang usaha (Soraya 2017). Dan tentunya banyak pendeta yang tidak terkenal bisa menjadi terkenal karena platform ini.

Hal itu terjadi karena perkembangan internet melahirkan media sosial yang pemanfaatannya bagi sebagian masyarakat dunia telah menjadi bagian dari gaya hidup modern.

Media sosial mendorong proses interaksi sosial yang bersifat dua arah. Dengan dukungan teknologi internet maka dapat mengubah pola komunikasi dari *one to many audience* menjadi *many to many audience* (Hidayati 2021). Sehingga paradigma terhadap kepemimpinan dan pemimpin Kristen yang hadir dalam era *internet of things* memiliki perspektif yang positif yang datang dari khalayak tersebut yang mana hal itu tentunya tidak datang dengan sendirinya, tetapi berasal dari nilai-nilai yang sudah ditanamkan dan diaplikasikan oleh para pelaku personal branding (Butar and Ali 2018). Yang tentunya sesuai dengan visi kepemimpinan Kristen yang dibangun melalui firman Tuhan, doa, dan iman harus dibagikan kepada semua orang (Zega et al. 2023). Terlebih seorang pemimpin harus mampu mengarahkan orang lain mengikutinya tanpa ada unsur paksaan, baik itu melalui iming-iming hadiah, maupun ancaman tetapi karena wibawa dan cara hidup yang benar dan layak diteladani dari pemimpin (Tambunan 2018).

Melalui kecanggihan digital maka kepemimpinan yang merupakan suatu seni dalam kemampuan menggerakkan sekelompok orang untuk mengikuti dan melakukan tugas yang diberikan berdasarkan pengaruh, sehingga mencapai tujuan yang telah ditentukan. Disebutkan seni karena kepemimpinan membutuhkan pola, cara, skill, dan disiplin (Gultom et al. 2023). Untuk dapat memposisikan dirinya sebagai pribadi yang humanis dan berpikir selaras dengan nilai Alkitabiah. Di dunia *internet of things* kepemimpinan Kristen tidak hanya berorientasi pada panggilannya tanpa mengembangkan diri atau memperbesar kapasitas dan panggilannya, namun pada potensi yang terus dikembangkan, sehingga gereja dan umat dapat hadir dan mengaktualisasikan dirinya di tengah perubahan yang cepat dan menuntut kemampuan berinovasi (Parhusip 2023). Dan tentunya personal branding juga harus disertai dengan segala nilai dan pengetahuan Alkitabiah, sehingga dalam perjalanannya untuk mempromosikan pengajaran dan etika Kristen yang dijadikan konten untuk menarik orang datang kepada Tuhan bukan berdasarkan kehebatan manusia atau rupawan manusia, namun karena Tuhan menjadi prioritas pelayanan di era *internet of things*.

Oleh sebab itu jati diri yang dimunculkan juga harus disertai dengan kerendahan hati dan dedikasi sebagai bentuk melayani kepada Tuhan. Dimana pemimpin yang baik dan benar juga harus mau mendengarkan dan menerima masukan terutama kritik dari orang lain. Karena ketidak sempurnaan manusia tentunya banyak keterbatasan, dan tentunya bagi pemimpin Kristen harus mampu menerima masukan untuk kemajuan pelayanan dan jemaat yang dipercayakan. Sebab sebanyak apapun hal yang dipelajari, yang dipahami dari pengetahuan, maupun popularitas personal brandingnya seseorang tetap terbatas (Arifianto 2023). Sebab segala yang bersifat *internet of things* atau dunia online juga memiliki keterbatasan dan kelemahan.

## KESIMPULAN

Kepemimpin Kristen dalam membangun *image* pemimpin di era *internet of things* yaitu dengan cara personal branding tentunya memiliki banyak tantangan sekaligus juga menghadapi era dimana generasi alpha menjadi bagian besar penjangkauan untuk dipengaruhi. Penggunaan teknologi yang masif sebagai bagian membranding pribadinya adalah hal yang wajar sebab era



dewasa ini adalah era yang terkoneksi dengan internet sebagai dasarnya. Oleh sebab itu dapat disimpulkan bahwa personal branding dan pemimpin Kristen sebagai strategi kepemimpinan dalam era internet of things harus dapat dimanfaatkan sebaik mungkin untuk menjangkau, melayani, dalam pelayanan pastoral baik secara online maupun dalam keseharian tatap muka. Maka yang pertama para pemimpin Kristen haruslah mengerti bahwa paradigma dan hakikat personal branding dan pengaruhnya harus dimengerti dan diaktualisasikan dengan kaidah dan norma yang benar. Pemimpin Kristen juga mengetahui batasan dan ruang lingkup kepemimpinan Kristen. Dan tentunya pemimpin Kristen dapat melihat peluang promosi kepemimpinannya sesuai dengan kerendahan hati sebagai dasar untuk mendapat kasih karunia Allah dan rencana tentunya sesuai dengan kehendak dan rencana Tuhan. Sehingga pemimpin Kristen dapat mengaktualisasi kepemimpinan kristen di era *internet of things* sebagai bentuk untuk menjangkau dan melayani mereka yang berada dalam koneksi *internet of things*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifianto, Yonatan Alex. 2023. "Membumikan Kepemimpinan Kristen Anti Kritik Dalam Nilai Etis Kristiani." *Apostolos: Journal of Theology and Christian Education* 3(1):28–38.
- Arisma, Yefta, and Et Al. 2019. *Nilai-Nilai Integritas Seorang Pemimpin Kristen*.
- Borrong, Robert P. 2019. "Kepemimpinan Dalam Gereja Sebagai Pelayanan." *Voice of Wesley: Jurnal Ilmiah Musik Dan Agama* 2(2):12–23. doi: 10.36972/jvow.v2i2.29.
- Butar, Christhoper Rafael Butar, and Dini Salmiyah Fithrah Ali. 2018. "Strategi Personal Branding Selebgram Non Selebriti." *PROfesi Humas* 2(2):86–101.
- Gultom, Joni Manumpak Parulian, Hendrik Bernardus Tetelepta, Jan Lukas, Vicky B. G. D. Paat, Fransiskus Irwan Widjaja, Otieli Harefa, Sang Putra Immanuel Duha, Septerianus Waruwu, Abehud Bawatji, Samuel Manaransyah, and others. 2023. "Membangkitkan Semangat Kepemimpinan Kristen Dalam Lingkungan Aras Nasional PGPI Dan PGLII Di Tanjung Balai Karimun." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 4(2):1009–18.
- Hakiki, Siti Nur. 2018. "Kepemimpinan Kiai Sebagai Personal Branding Pesantren Dalam Perspektif Public Relation (Humas)." *FIKROTUNA: Jurnal Pendidikan Dan Manajemen Islam* 8(2):891–903.
- Hia, Lurusman Jaya, Claudia Angelina, and Monica Santosa. 2023. "Kepemimpinan Kristen Di Era Digital Terhadap Generasi Strawberry." *TEOLOGIS-RELEVAN-APLIKATIF-CENDIKIA-KONTEKSTUAL* 2(1):118–33.
- Hidayati, Festy Rahma. 2021. "Komunikasi Politik Dan Branding Pemimpin Politik Melalui Media Sosial: A Conceptual Paper." *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi* 5(2):145–61.
- Kabanga, Andreas. 2002. "Menabur Dan Melayani." in *bunga rampai Buku kenangan hut ke 65 tahun dan 40 tahun pelayanan dt. A.J. Anggui, M.Th*, edited by A. Mangoting. Rantepao: PT. Sulo.
- kardia Gulo, Syutriska, and Nikolaus Samongantinungglu. 2023. "Sikap Kepemimpinan Di Jemaat Yang Membawa Perubahan." *Shalom: Jurnal Teologi Kristen* 3(1):29–44.

- Marantika, Chris. 2007. *Kepemimpinan Kristen Yang Dinamis*. Surabaya: Yakin.
- Parhusip, Akdel. 2023. "Model Kepemimpinan Kristen Inovatif-Efektif: Sebuah Tawaran Dalam Merespons Tantangan Di Era Disruptif." *JURNAL TERUNA BHAKTI* 5(2):302–11.
- Sanderan, Rannu. 2021. "Dilema Kepemimpinan Kristen, Tuhan Atau Atasan?: Unsur-Unsur Fundamental Bagi Pemimpin Kristen Demi Mengejauantahkan Imannya Dalam Profesi Dan Pengabdian." *SOPHIA: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristen* 2(2):1–15.
- Saragih, Diany Rita P. 2019. "Implementasi Gaya Pemimpin Rohani Pada Generasi Digital." *Voice of Wesley: Jurnal Ilmiah Musik Dan Agama* 2(2):85–100. doi: 10.36972/jvow.v2i2.27.
- Siahaya, Johannis. 2018. "Kepemimpinan Kristen Dalam Pluralitas Indonesia." *Teruna Bhakti* 1(1):1–16.
- Soraya, Iin. 2017. "Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta)." *Jurnal Komunikasi* 8(2):30–38.
- Stott, John. 2020. *Kepemimpinan Kristen: 9 Bahan Pemahaman Alkitab Untuk Pribadi Dan Kelompok*. Jawa Timur: Literatur Perkantas Jatim.
- Sumanti, Fiorentina Adelaida Mayadeira. 2020. "Personal Branding Pendeta Di Media Sosial (Studi Kasus Pada Media Sosial Facebook Pdt. Maria Aprina, S. Si)." Universitas Pendidikan Indonesia.
- Sutono, Y., Y. A. Arifianto, and N. Y. Loveano. 2023. "Deskriptif Kepemimpinan Kristen Dalam Perspektif Filipi 2: 3-8." *Jurnal Ap-Kain* 1(1):15–24.
- Tambunan, Fernando. 2018. "Karakter Kepemimpinan Kristen Sebagai Jawaban Terhadap Krisis Kepemimpinan Masa Kini." *ILLUMINATE: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 1(1):81–104. doi: 10.54024/illuminate.v1i1.6.
- Tomatala, Yakob. 2002. *Kepemimpinan Kristen*. 3rd ed. Jakarta: YT Leadership Foundation.
- Umrati, and Hengki Wijaya. 2020. *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan*. Sulawesi Selatan: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Wicaksono, Ibrahim Dwiputra. 2015. "Analisa Penerapan Kepemimpinan Kristen Di Perusahaan Sirup Hero." *Agora, Jurnal Manajemen BisnisManajemen Bisnis* 3(2):498–512.
- Zega, Yunardi Kristian, Hermina Sulistiawati, Otieli Harefa, and Hendrik Bernadus Tetelepta. 2023. "Mentransformasi Generasi Kepemimpinan Kristen Berlandaskan Teori Perkembangan Iman Karya James W. Fowler." *Jurnal Shanan* 7(1):1–18.