
Perintisan Gereja di Era Digital: Strategi Membangun Komunitas Iman Kristen bagi Generasi Z

Intan Sari Telaumbanua,¹ Jonidius Illu²

Sekolah Tinggi Teologi Trinity Parapat,¹

Sekolah Tinggi Teologi Injili Arastamar (SETIA) Jakarta²

e-mail: intansaritelaumbanua2006@gmail.com

Abstract

The development of digital technology has shaped the thinking patterns, modes of interaction, and spiritual orientation of Generation Z, thereby compelling the church to formulate contextual and relevant strategies for church planting and faith formation. This article analyzes the dynamics of Generation Z as a cohort born and raised within a digital ecosystem, and evaluates the challenges faced by churches that continue to rely on traditional ministry models. Through an approach grounded in the authority of Scripture, the transformative power of the Gospel, and holistic discipleship, this paper proposes several church-planting strategies capable of reaching and building a strong faith community within the digital culture. These strategies include the development of relationship-centered ministries, the creative and responsible use of technology, the formation of authentic and inclusive fellowship spaces, and the strengthening of discipleship practices that address the spiritual needs of Generation Z. The article concludes that churches willing to adapt without compromising the core of the Gospel possess significant opportunities to facilitate the spiritual growth of young people and build resilient, missional, and transformative Christian communities in the digital era.

Keywords: *Generation Z, church planting, digital ministry, social media, faith community, contextual missiology*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membentuk pola berpikir, cara berinteraksi, serta orientasi spiritual generasi Z, sehingga menuntut gereja untuk merumuskan strategi perintisan dan pembinaan iman yang kontekstual dan relevan. Artikel ini menganalisis dinamika Generasi Z sebagai generasi yang lahir dan bertumbuh dalam ekosistem digital, serta mengevaluasi tantangan yang dihadapi gereja-gereja yang masih berpegang pada pola pelayanan tradisional. Melalui pendekatan yang berfokus pada otoritas Alkitab, transformasi hidup melalui Injil, dan pemuridan yang holistik, tulisan ini mengusulkan sejumlah strategi perintisan gereja yang mampu menjangkau dan membangun komunitas iman yang kuat di tengah budaya digital. Strategi tersebut meliputi pengembangan pelayanan yang berpusat pada relasi, pemanfaatan teknologi secara kreatif dan bertanggung jawab, pembentukan ruang persekutuan yang otentik dan inklusif, serta penguatan praktik pemuridan yang relevan dengan kebutuhan spiritual gGenerasi Z. Artikel ini berkesimpulan bahwa gereja yang bersedia beradaptasi tanpa kehilangan inti Injil mempunyai peluang besar untuk memfasilitasi pertumbuhan iman kaum

muda dan membangun komunitas Kristen yang tangguh, misioner, dan transformatif di era digital.

Kata kunci: Generasi Z, perintisan gereja, pelayanan digital, media sosial, komunitas iman, misiologi kontekstual

PENDAHULUAN

Generasi Z, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, merupakan generasi pertama yang tumbuh dan berkembang dalam ekosistem digital yang kini telah matang. Generasi ini tidak pernah mengalami kehidupan tanpa internet, ponsel, dan media sosial. Karakteristik khas generasi ini tampak pada kemampuannya mengakses informasi dengan sangat mudah, berkomunikasi melalui berbagai platform digital, serta membentuk komunitas virtual yang melampaui batas-batas geografis. Dalam konteks Indonesia, generasi Z mencakup sekitar 27,94 persen dari total populasi, atau sekitar 75,49 juta jiwa pada tahun 2020, sehingga menjadikannya segmen demografis yang sangat signifikan dalam kehidupan sosial, kebangsaan, dan keagamaan.¹

Gereja-gereja yang masih mempertahankan pendekatan tradisional menghadapi tantangan serius dalam upaya menjangkau dan melibatkan anak muda dari generasi Z. Model pelayanan yang berpusat pada kebaktian formal dengan liturgi yang kaku, pola komunikasi satu arah dari

mimbar, serta minimnya pemanfaatan teknologi dalam pelayanan sering kali tidak selaras dengan cara generasi Z memproses informasi dan membangun relasi. Ketidakesesuaian antara pola pelayanan gereja dan realitas kehidupan kaum muda memunculkan fenomena yang oleh Paulus Hartono disebut sebagai *exodus kaum muda* dari gereja, yaitu kondisi ketika banyak anak muda merasa bahwa gereja tidak lagi relevan dengan pengalaman dan tantangan hidup mereka sehari-hari. Hartono menunjukkan bahwa gereja yang tidak mampu beradaptasi dengan perubahan sosial dan kultural, khususnya dalam konteks generasi muda, cenderung mengalami penurunan keterlibatan jemaat muda, suatu situasi yang berpotensi mengancam keberlanjutan komunitas iman Kristen di masa mendatang.²

Menghadapi realitas ini, gereja memiliki tanggung jawab teologis dan misiologis untuk beradaptasi dengan cara berkomunikasi yang dipahami oleh generasi digital. Adaptasi ini bukan berarti mengkompromikan substansi iman Kristen, melainkan mengontekstualisasikan

¹Agus Budi Santoso, *Digital Ministry: Pelayanan Gereja Di Era Digital* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2022), 45.

²Paulus Hartono, *Gereja Dan Generasi Milenial: Tantangan Dan Strategi Pelayanan* (Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2021), 72.

penyampaian Injil agar dapat diakses dan dipahami oleh generasi Z. Gereja perlu mengintegrasikan teknologi digital dalam pelayanannya, mengembangkan konten rohani yang menarik di platform media sosial, dan menciptakan ruang dialog interaktif yang memungkinkan anak muda mengekspresikan pertanyaan dan pergumulan imannya. Transformasi digital dalam pelayanan gereja bukan sekadar pilihan strategis, tetapi merupakan keharusan misional agar kabar baik tetap dapat menjangkau setiap generasi, termasuk generasi yang tumbuh dalam dunia digital.³

Transformasi digital yang terjadi dalam masyarakat Indonesia telah mengubah lanskap pelayanan gerejawi secara fundamental, menuntut pembaruan paradigma dalam berteologi dan bermisi. Gereja tidak lagi dapat mengandalkan pendekatan konvensional yang hanya menunggu jemaat datang ke gedung gereja, melainkan harus proaktif hadir di ruang-ruang digital tempat generasi Z menghabiskan sebagian besar waktu mereka. Pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia sejak tahun 2020 telah mempercepat proses digitalisasi gereja, memaksa banyak komunitas iman untuk mengadopsi teknologi dalam ibadah, pembinaan, dan pelayanan pastoral. Pengalaman ini membuka kesadaran baru

bahwa pelayanan digital bukan sekadar alternatif darurat, tetapi merupakan dimensi baru dari kehadiran gereja yang harus dikembangkan secara berkelanjutan. Gereja yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai iman Kristen dengan budaya digital akan memiliki peluang lebih besar untuk tetap relevan dan efektif dalam menjalankan misi penginjilan kepada generasi Z, sebagai generasi yang lahir dan bertumbuh dalam lingkungan digital, memiliki karakteristik unik dalam cara berpikir, berkomunikasi, dan membangun relasi sosial maupun spiritual. Akses yang intens terhadap teknologi digital membentuk pola interaksi yang cepat, visual, dan terhubung secara daring, yang pada gilirannya memengaruhi cara generasi Z memahami identitas diri, komunitas, dan praktik iman Kristen. Oleh karena itu, gereja perlu merumuskan pendekatan pelayanan dan perintisan gereja yang kontekstual agar mampu menjangkau dan membina iman generasi Z secara efektif di tengah budaya digital ini.⁴

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (library research) untuk mengkaji strategi perintisan gereja yang relevan bagi generasi Z di era digital. Metode penelitian ini merupakan proses pengumpulan data yang berasal dari sumber-sumber seperti

³Stevanus Hendy Wijaya, *Menjangkau Generasi Z: Strategi Pelayanan Anak Muda Masa Kini* (Bandung: Penerbit Kalam Hidup, 2023), 112.

⁴Daniel Ronda, *Gereja Digital: Menyikapi Era Disrupsi Dengan Iman Dan Teknologi* (Jakarta: yayasan komunikasi bina kasih, 2021), 89.

buku-buku, tulisan di jurnal yang berkaitan dengan generasi Z sebagai generasi internet, jurnal ilmiah,⁵ artikel akademik, dan publikasi digital yang berkaitan dengan pelayanan gereja kontemporer dan karakteristik generasi Z. Analisis data dilakukan secara deskriptif-interpretatif dengan mengidentifikasi pola, tema, dan konsep utama dari berbagai literatur untuk merumuskan strategi pelayanan yang kontekstual. Validitas penelitian dijaga melalui triangulasi sumber dengan membandingkan berbagai perspektif teologis dan temuan empiris dari penelitian terdahulu yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Iman Di Era Digital

Iman Kristen di era digital menghadapi tantangan dan peluang baru yang kompleks dalam kehidupan beriman umat Kristiani. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan mengekspresikan iman Kristen dan spiritualitasnya. Media sosial, internet, dan berbagai platform digital lainnya menyediakan ruang baru bagi pewartaan Injil dan internalisasi nilai-nilai Kristiani, sekaligus menghadirkan distraksi yang berpotensi melemahkan kedalaman

kehidupan rohani dan relasi personal dengan Allah. Oleh karena itu, gereja dan umat percaya dituntut untuk bersikap bijaksana dan reflektif dalam memanfaatkan teknologi digital, sehingga pemanfaatannya tetap mendukung pertumbuhan iman Kristen dan tidak mencabut kehidupan beriman dari nilai-nilai Injili yang esensial⁶

Iman Kristen di era digital mengalami transformasi dalam cara ekspresi dan penghayatannya, di mana teknologi menjadi medium baru bagi pertumbuhan spiritual. Era digital membawa dampak positif seperti kemudahan akses konten rohani melalui media sosial, namun juga menghadirkan tantangan dalam mempertahankan kedalaman spiritualitas. Kontekstualisasi iman memerlukan pendekatan yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai Alkitabiah tanpa kehilangan esensi teologisnya di tengah arus informasi digital. Gereja dan komunitas Kristen perlu mengembangkan strategi yang menjadikan teknologi sebagai sarana memperkuat iman, bukan menggantikan praktik spiritual tradisional seperti doa, persekutuan, dan refleksi mendalam.⁷

B. Perintisan Gereja Di Era Modern

Kanisius, 2018), 145.

⁷Citransih Basongan, "Penggunaan Teknologi menurut Iman Kristen di Era Digital," *EDUKATIF: Jurnal Ilmu Pendidikan* 4, no. 3 (2022): 4283-4284.

⁵Cindy Nurlaila et al., "Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet," *Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi* 1 (2024): 96.

⁶Armada Riyanto, *Berteologi Baru: Perspektif Teologi Kontekstual* (Yogyakarta:

Di era digital, gereja menghadapi perubahan signifikan dalam pola komunikasi, relasi sosial, dan pembentukan spiritualitas umat. Transformasi ini tidak sekadar merupakan kelanjutan dari modernitas, tetapi ditandai secara khusus oleh dominasi teknologi digital, media sosial, dan ruang virtual yang membentuk cara generasi Z memahami identitas, komunitas, dan praktik iman Kristen. Oleh karena itu, penggunaan istilah era digital dalam tulisan ini merujuk secara spesifik pada konteks sosial-budaya yang dibentuk oleh perkembangan teknologi digital, dan bukan sekadar sinonim dari era modern secara umum.

Perintisan gereja di era modern mengalami transformasi signifikan seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan sosial masyarakat. Gereja tidak lagi hanya berfokus pada pembangunan fisik gedung ibadah, tetapi juga mengembangkan strategi pelayanan yang kontekstual dengan kebutuhan zaman. Pendekatan perintisan gereja modern menekankan pada pembentukan komunitas iman yang relevan dengan kehidupan sehari-hari jemaat. Model kelompok pemutidan, gereja rumah, dan pemanfaatan media digital menjadi ciri khas perintisan gereja kontemporer yang berupaya menjangkau generasi milenial dan generasi

Z.⁸

Perintisan Gereja dalam Konteks Indonesia yang Berubah

Lanskap keagamaan Indonesia mengalami transformasi signifikan di era digital, terutama dalam menjangkau generasi Z yang memiliki karakteristik unik sebagai digital natives. Generasi Z yang lahir di tengah perkembangan teknologi internet menunjukkan pola beribadah yang berbeda dari generasi sebelumnya, dengan ketergantungan tinggi terhadap media digital dan platform online dalam mengakses konten keagamaan. Survei menunjukkan bahwa 64,66% responden generasi Z menjadikan media sosial sebagai salah satu sumber pengetahuan agamanya, mengindikasikan pergeseran mendasar dalam caranya memahami dan menghayati iman. Fenomena ini menimbulkan tantangan bagi gereja tradisional, dimana survei Bilangan Research Center mengungkapkan bahwa 28,2% generasi Z meninggalkan gereja karena banyak kegiatan menarik di luar gereja, 12,4% menilai bentuk ibadah tidak menarik, dan 11,2% merasakan kepurba-puraan dalam gereja.⁹

Perintisan gereja di era digital memerlukan paradigma baru yang mengintegrasikan ruang fisik dan virtual dalam pelayanan. Gereja tidak lagi dapat

⁸Yakob Tomatala, *Penginjilan Masa Kini* (Malang: Gandum Mas, 2003), 45.

⁹Bambang Budjianto, *Dinamika Spiritualitas Generasi Muda Kristen Indonesia* (Jakarta: Bilangan Research Center, 2018), 45-47.

mengandalkan pendekatan konvensional yang berpusat pada gedung dan program, melainkan harus bertransformasi menuju model yang berpusat pada komunitas dan relasi yang relevan dengan konteks digital. Media sosial dapat dijadikan sebagai ruang sakral dan alat untuk menghadirkan gereja yang berjejaring, membangun dan membina hubungan dengan generasi Z dalam kasih Kristus, meskipun kehidupan tatap muka tetap penting dan keduanya harus digunakan secara seimbang. Perintisan gereja dalam konteks digital dapat dimulai dari pendirian gereja virtual dan persekutuan virtual sebagai wadah mempersatukan orang yang seiman kepada Yesus, yang kemudian dapat berkembang menjadi komunitas fisik yang kokoh.¹⁰

C. Memahami Karakter dan Kebutuhan Generasi Z

Karakteristik merupakan suatu atribut atau ciri yang dapat meningkatkan mutu kehidupan. Setiap orang memiliki karakteristik unik, sehingga tidak bisa dibandingkan satu sama lain. Ini juga berlaku untuk generasi Z, yang memiliki ciri khas tersendiri yang membedakan mereka dari generasi-generasi sebelumnya. Setiap anggota generasi Z menunjukkan

karakteristik yang beragam, dipengaruhi oleh latar belakang tempat tinggal, kondisi keluarga, status ekonomi, dan cara berkomunikasi yang jelas lebih transparan dibandingkan generasi yang lebih dahulu.¹¹

1. Siapa Generasi Z dan Apa yang Dicari

Generasi adalah sekelompok orang dengan usia, tahun lahir, dan tempat yang sama, serta memiliki pengalaman sejarah ada yang telah memengaruhi pertumbuhan mereka. Generasi Z adalah generasi setelah milenial, terdiri dari orang-orang yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Mereka juga mencakup yang lahir antara tahun 1998 hingga 2009. Secara umum, generasi Z adalah yang lahir pasca tahun 1996. Rata-rata orang dari generasi ini sekarang sedang kuliah, sementara sebagian telah mulai bekerja sejak tahun 2020.¹²

Berbeda dengan generasi sebelumnya, generasi Z memiliki karakteristik unik sebagai digital natives yang sejak lahir telah terpapar internet, smartphone, dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Mereka mencari pengalaman yang autentik, personal, dan relevan dengan nilai-nilai yang mereka anut, serta mengutamakan kecepatan akses informasi dan kemudahan dalam

¹⁰Simon Simon, "Perintisan Gereja dalam Konteks Digitalisasi Masa Kini", *Jurnal Salvation* 2, no. 1 (Juli 2022): 78-80.

¹¹Lingga Sekar Arum1, Amira Zahrani, and Nickyta Arcindy Duha, "Karakteristik Generasi Z Dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus

Demografi 2030," *Accounting Student Research Journal* 2, no. 1 (2023): 64.

¹²Lingga Sekar Arum1, Amira Zahrani, and Nickyta Arcindy Duha, "Karakteristik Generasi Z Dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030," 63-64.

bertransaksi. Generasi Z juga dikenal sebagai generasi yang sangat selektif dalam memilih produk atau brand, mengutamakan kualitas, transparansi, dan dampak sosial dari setiap keputusan konsumsi mereka.¹³

2. Cara Generasi Z Berkomunikasi dan Berinteraksi

Generasi Z berkomunikasi secara dominan melalui platform digital seperti *Instagram, TikTok, WhatsApp, dan Twitter* dengan gaya yang cenderung visual, singkat, dan menghibur. Generasi Z lebih menyukai konten berbentuk video pendek, *meme*, dan *storytelling* yang dapat menciptakan *engagement* emosional dibandingkan dengan teks panjang yang formal. Dalam berinteraksi, generasi Z mengharapkan respons yang cepat, komunikasi dua arah, dan kesempatan untuk berpartisipasi aktif dalam percakapan dengan brand atau komunitas yang diikutinya. Gaya komunikasinya yang informal, jujur, dan menghargai keberagaman membuat generasi ini lebih terhubung dengan konten yang terasa genuine dan tidak terlalu promosi.¹⁴

Pola komunikasi generasi Z yang berbasis teknologi digital menuntut gereja untuk beradaptasi dalam menyampaikan pesan Injil dengan cara yang relevan dan

menarik. Platform media sosial bukan hanya menjadi alat promosi tetapi juga ruang untuk membangun relasi yang autentik dengan generasi ini. Konten rohani yang dikemas dalam format visual dan interaktif memiliki peluang lebih besar untuk diterima dan dibagikan oleh generasi Z kepada jaringan pertemanannya. Keterlibatan aktif pemimpin gereja dalam merespons pertanyaan dan komentar di media sosial menunjukkan kepedulian dan keterbukaan terhadap dialog. Pendekatan komunikasi yang transparan dan menghargai keberagaman perspektif akan membangun kepercayaan generasi Z terhadap komunitas gereja.¹⁵

3. Nilai-Nilai yang Penting bagi Generasi Z

Generasi Z sangat menjunjung tinggi nilai-nilai seperti inklusivitas, keberagaman, dan keadilan sosial dalam setiap aspek kehidupan mereka. Generasi ini peduli terhadap isu-isu lingkungan, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial perusahaan, sehingga cenderung mendukung brand yang memiliki purpose dan berkontribusi positif bagi masyarakat. *Mental health awareness* dan *work-life balance* juga menjadi prioritas penting bagi generasi Z, yang menginginkan lingkungan yang mendukung kesejahteraan psikologis

¹³Rhenald Kasali, *Generasi Strawberry: Mengubah Generasi Rapuh Menjadi Tangguh* (Jakarta: Mizan, 2019), 45.

¹⁴Yanuar Surya Putra, "Theoretical Review:

Teori Perbedaan Generasi", 123.

¹⁵Yanuar Surya Putra, "Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi," 123.

generasi ini. Autentisitas, transparansi, dan integritas adalah nilai fundamental yang membuat generasi Z loyal terhadap *brand* atau organisasi yang sejalan dengan prinsip-prinsipnya.

D. Menggunakan Platform Digital untuk Jangkauan

1. Media Sosial sebagai Alat Pelayanan

Media sosial telah menjadi instrumen vital dalam pelayanan gereja modern di Indonesia, memungkinkan jemaat untuk tetap terhubung dan menerima pembinaan rohani secara *real-time*. Platform seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *WhatsApp* tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai wadah untuk membagikan renungan harian, pengumuman gereja, dan doa bersama yang memperkuat persekutuan. Gereja-gereja di Indonesia memanfaatkan fitur-fitur interaktif seperti *live streaming*, *story*, dan *grup* komunitas untuk membangun kedekatan dengan jemaat lintas generasi. Pendekatan ini memungkinkan pelayanan pastoral yang lebih personal dan responsif terhadap kebutuhan spiritual jemaat di era digital.¹⁶

2. Ibadah Online dan Konten Rohani Digital

Ibadah online telah berkembang menjadi alternatif pelayanan yang efektif, terutama sejak pandemi COVID-19 yang mendorong gereja-gereja untuk beradaptasi dengan teknologi digital. Konten rohani digital seperti khotbah video, *podcast* renungan, dan materi pembinaan iman tersedia dalam berbagai format yang mudah diakses oleh jemaat kapan saja dan di mana saja. Gereja-gereja di Indonesia menciptakan ekosistem digital yang kaya dengan menyediakan konten berkualitas seperti sekolah Alkitab *online*, seminar *webinar*, dan konseling *virtual* yang menjangkau jemaat hingga ke daerah terpencil. Transformasi ini tidak menggantikan ibadah fisik, namun melengkapi pelayanan gereja dengan dimensi aksesibilitas dan fleksibilitas yang lebih luas.¹⁷

3. Membangun Kehadiran Gereja di Dunia Maya

Kehadiran gereja di dunia maya memerlukan strategi yang terencana untuk membangun identitas digital yang otentik dan relevan dengan konteks masyarakat Indonesia. *Website* gereja, akun media sosial resmi, dan aplikasi *mobile* menjadi wajah digital yang merepresentasikan visi, misi, dan nilai-nilai gereja kepada publik yang lebih luas. Gereja perlu

¹⁶Robby Hartono, *Gereja Digital: Strategi Pelayanan Gereja di Era Teknologi* (Jakarta: Literatur Perkantas, 2021), 78.

¹⁷David Setiawan, "Transformasi

Pelayanan Gereja Melalui Media Digital di Indonesia," *Jurnal Teologi dan Pelayanan* 15, no. 2 (2022): 152.

mengembangkan tim pelayanan digital yang terlatih untuk mengelola konten, berinteraksi dengan komunitas online, dan menjaga etika komunikasi kristiani di ruang virtual. Dengan membangun ekosistem digital yang solid, gereja dapat menjangkau generasi muda, kaum urban, dan mereka yang belum terjangkau pelayanan konvensional sambil tetap mempertahankan esensi spiritualitas Kristen.¹⁸

E. Menciptakan Pengalaman Komunitas yang Autentik

1. Membangun Hubungan yang Jujur dan Terbuka

Membangun hubungan yang jujur dan terbuka merupakan fondasi utama dalam menciptakan komunitas gereja yang autentik dan bermakna. Keterbukaan dalam komunikasi memungkinkan setiap anggota jemaat untuk saling mengenal secara mendalam, melampaui sekadar hubungan formal yang terjadi pada ibadah minggu. Kejujuran dalam berbagi pergumulan hidup menciptakan ikatan emosional yang kuat dan rasa memiliki terhadap komunitas. Melalui transparansi dan kerentanan yang sehat, jemaat dapat mengalami persekutuan sejati yang mencerminkan tubuh Kristus yang saling mengasihi dan mendukung.¹⁹

2. Kelompok Kecil dan Persekutuan

yang Relevan

Kelompok kecil menjadi wadah strategis untuk menumbuhkan kedekatan dan pemuridan yang personal di tengah kesibukan kehidupan modern. Dalam setting kelompok kecil, setiap anggota memiliki kesempatan untuk berbicara, mendengar, dan didengar dengan lebih intim dibandingkan dalam pertemuan besar. Pembahasan Firman Tuhan dan penerapannya dalam konteks kehidupan sehari-hari menjadi lebih relevan dan aplikatif ketika dilakukan dalam kelompok yang lebih kecil. Persekutuan yang relevan dengan pergumulan dan tahapan kehidupan anggota akan membuat mereka merasa dipahami dan didukung dalam perjalanan iman mereka.²⁰

Dinamika kelompok kecil yang sehat menciptakan ruang untuk pertumbuhan rohani yang holistik dan berkelanjutan bagi setiap anggotanya. Keterbukaan dalam berbagi pergumulan hidup membangun kepercayaan dan ikatan persaudaraan yang kuat di antara sesama anggota kelompok. Proses saling mendoakan dan menguatkan dalam kelompok kecil membentuk karakter Kristus secara bertahap dan konsisten. Fleksibilitas waktu dan tempat pertemuan kelompok kecil memudahkan partisipasi aktif dari mereka yang memiliki jadwal

¹⁸Fransiskus Wijaya, *Membangun Jemaat Virtual: Panduan Praktis Pelayanan Online* (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2023), 134.

¹⁹Bambang Subandrijo, *Membangun*

Jemaat Yang Misioner (Jakarta: Yayasan Komunikasi Bina Kasih, 2018), 87.

²⁰Yakob Tomatala, *Kepemimpinan yang Dinamis* (Malang: Gandum Mas, 2017), 142.

padat. Melalui kelompok kecil yang efektif, gereja dapat menjangkau dan memuridkan lebih banyak jiwa dengan cara yang lebih mendalam dan personal.²¹

3. Ruang Aman untuk Bertanya dan Berbagi

Menciptakan ruang aman di mana setiap orang bebas mengajukan pertanyaan dan berbagi pergumulan tanpa takut dihakimi adalah kebutuhan mendesak dalam gereja masa kini. Banyak generasi muda yang meninggalkan gereja karena merasa tidak dapat mengekspresikan keraguan atau pertanyaan teologis mereka secara terbuka. Lingkungan yang menerima dan penuh kasih karunia memungkinkan anggota jemaat untuk bertumbuh dalam iman dengan cara yang sehat dan autentik. Ketika gereja menjadi tempat di mana kerentanan diterima dan pertanyaan dihargai, komunitas tersebut akan menjadi saksi yang kuat tentang kasih Kristus di dunia yang sering kali menghakimi.²²

F. Strategi Praktis Perintisan Gereja untuk Generasi Z

Tugas Amanat Agung merupakan pelaksanaan misi Allah yang sudah diberikan kepada gereja untuk menjadikan semua bangsa sebagai pengikut-Nya (Mat.

28:18-20). Amanat agung wajib dilakukan dan diselesaikan dalam situasi dan tantangan apapun, namun pelaksanaannya perlu menyesuaikan dengan kemajuan dan cara hidup zaman yang ada. Penelitian ini menjelaskan penggunaan platform digital untuk menyebarkan Injil di era digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk melaksanakan amanat agung diperlukan strategi dalam menjangkau generasi Z di era digital melalui pemanfaatan platform digital.²³

1. Gaya Ibadah yang Sesuai dengan Generasi Z

Perintisan gereja untuk generasi Z memerlukan pendekatan ibadah yang kontekstual dengan karakteristik generasi digital native ini. Gaya ibadah yang relevan bagi generasi Z cenderung mengintegrasikan teknologi multimedia, musik kontemporer, dan atmosfer yang autentik tanpa kemasan yang berlebihan. Generasi ini menghargai kebebasan berekspresi dalam penyembahan, namun tetap menginginkan kedalaman makna teologis yang substansial. Ibadah yang interaktif dengan pendekatan partisipatif lebih diminati dibandingkan format liturgi yang kaku dan monoton.²⁴

²¹Bambang Subandrijo, *Membangun Jemaat yang Misioner* (Bandung: Bina Media Informasi, 2010), 78.

²²Julianto Simanjuntak, *Gereja Menuju Transformasi* (Bandung: Yayasan Kalam Hidup, 2019), 65.

²³Firman Jaya Hia, Samuel Purdayanto, and Regueli Daeli, "Strategi Penginjilan Dalam Menjangkau Generasi Z," *Sabda : Jurnal Teologi Kristen* 6 (2025): 151.

²⁴Yakob Tomatala, *Kepemimpinan Kristen: Mencari Format Kepemimpinan Gereja yang Kontekstual di Indonesia* (Jakarta: YT Leadership

2. Program dan Kegiatan yang Menarik

Program pelayanan untuk generasi Z perlu dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhannya akan komunitas yang inklusif dan relevan dengan isu-isu sosial kontemporer. Kegiatan-kegiatan seperti diskusi kelompok kecil, pelayanan sosial, retreat kreatif, dan seminar tentang isu-isu aktual menjadi magnet yang efektif untuk menarik keterlibatan mereka. Pemanfaatan platform digital untuk kelompok sel online, podcast rohani, dan konten media sosial yang inspiratif juga penting dalam menjangkau generasi yang sangat terhubung ini. Pendekatan holistik yang mengintegrasikan spiritualitas dengan pengembangan keterampilan hidup praktis akan membuat program pelayanan lebih bermakna bagi generasi Z.²⁵

3. Melatih Pemimpin Muda untuk Melayani

Pemberdayaan kepemimpinan muda merupakan kunci keberhasilan perintisan gereja yang berkelanjutan untuk generasi Z. Pelatihan kepemimpinan mencakup tidak hanya aspek teologis dan keterampilan pelayanan, tetapi juga pengembangan karakter, kecerdasan emosional, dan kemampuan komunikasi lintas generasi.

Pendekatan mentoring yang personal dan relasional lebih efektif dibandingkan pelatihan formal yang bersifat klasikal semata. Memberikan ruang bagi pemimpin muda untuk mengambil peran nyata dalam pelayanan sejak dini akan menumbuhkan rasa kepemilikan dan komitmen mereka terhadap visi gereja.²⁶

Generasi Z sangat menghargai keaslian dan ketulusan dalam setiap relasi, termasuk dalam komunitas gereja yang mereka ikuti. Generasi ini mencari tempat di mana dapat menjadi diri sendiri tanpa berpura-pura atau mengenakan topeng religius yang tidak mencerminkan pergumulan hidup mereka yang sebenarnya. Komunitas gereja yang inklusif memberikan ruang aman bagi setiap individu untuk berbagi keraguan, pertanyaan, dan kegagalan tanpa takut dihakimi atau ditolak. Ketika generasi Z menemukan komunitas yang menerimanya apa adanya sambil mendorong pertumbuhan rohani, akan lebih terbuka untuk terlibat secara mendalam dalam kehidupan gereja.²⁷

KESIMPULAN

Generasi Z yang tumbuh dalam ekosistem digital menghadirkan tantangan signifikan bagi gereja tradisional dalam upaya menjangkau dan melibatkan mereka

Foundation, 2007), 156.

²⁵Petrus Octavianus, *Manajemen dan Kepemimpinan Menurut Wahyu Allah* (Malang: Gandum Mas, 2003), 89.

²⁶B.S. Sidjabat, *Membesarkan Anak dengan*

Kreatif (Yogyakarta: ANDI, 2008), 112.

²⁷Sonny Eli Zaluchu, "Strategi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif di Dalam Penelitian Agama," *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili dan Pembinaan Warga Jemaat* 4, no. 1 (2020): 35.

dalam komunitas iman. Model pelayanan konvensional yang berpusat pada kebaktian formal dengan liturgi yang bersifat satu arah, kaku, dan minim pemanfaatan teknologi digital sering kali kurang selaras dengan pola generasi Z dalam memproses informasi yang bersifat visual, interaktif, dan berbasis partisipasi, serta dalam membangun relasi yang dialogis dan autentik. Dalam konteks tersebut, adaptasi gereja terhadap perubahan kultural dan digital tidak dapat dipahami sekadar sebagai pilihan strategis, melainkan sebagai tanggung jawab teologis dan misiologis yang berakar pada panggilan gereja untukewartakan Injil secara kontekstual. Upaya membangun komunikasi yang dapat dipahami oleh generasi Z perlu dilakukan secara kritis dan reflektif, sehingga gereja tetap setia pada substansi iman Kristen tanpa terjebak pada sekadar penyesuaian bentuk yang dangkal. Strategi perintisan gereja yang relevan untuk generasi Z memerlukan integrasi platform digital, penciptaan komunitas autentik, dan pengembangan gaya ibadah kontekstual. Media sosial, ibadah online, dan kelompok kecil menjadi sarana efektif untuk membangun kedekatan dengan generasi digital *native* yang mengutamakan pengalaman autentik, personal, dan relevan dengan nilai-nilai yang mereka anut. Gereja perlu menciptakan ruang aman di mana generasi Z dapat mengajukan pertanyaan dan berbagi pergumulan tanpa takut

dihakimi, karena mereka sangat menghargai keaslian dan ketulusan dalam setiap relasi. Pendekatan komunikasi yang transparan, interaktif, dan menghargai keberagaman perspektif akan membangun kepercayaan generasi Z terhadap komunitas gereja.

Pemberdayaan kepemimpinan muda dan pengembangan program yang relevan dengan nilai-nilai generasi Z seperti inklusivitas dan keadilan sosial menjadi kunci keberhasilan pelayanan gereja masa kini. Pelatihan kepemimpinan harus mencakup aspek teologis, keterampilan pelayanan, pengembangan karakter, dan kemampuan komunikasi lintas generasi dengan pendekatan mentoring yang personal dan relasional. Program pelayanan perlu dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan generasi Z akan komunitas inklusif yang relevan dengan isu-isu sosial kontemporer, seperti diskusi kelompok kecil, pelayanan sosial, dan konten media sosial yang inspiratif. Transformasi digital dalam pelayanan gereja bukan sekadar pilihan strategis, tetapi merupakan keharusan misional agar Kabar Baik tetap dapat menjangkau setiap generasi, termasuk generasi yang tumbuh dalam dunia digital.

DAFTAR PUSTAKA

Arum1, Lingga Sekar, Amira Zahrani, and Nickyta Arcindy Duha. "Karakteristik Generasi Z Dan Kesiapannya Dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030."

- Accounting Student Research Journal* 2, no. 1 (2023): 59–72.
- Riyanto, Armada. *Berteologi Baru: Perspektif Teologi Kontekstual*. Yogyakarta: Kanisius, 2018.
- Hartono, Paulus. *Gereja Dan Generasi Milenial: Tantangan Dan Strategi Pelayanan*. Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2021.
- Hia, Firman Jaya, Samuel Purdaryanto, and Regueli Daeli. "Strategi Penginjilan Dalam Menjangkau Generasi Z." *Sabda: Jurnal Teologi Kristen* 6 (2025): 147–160.
- Ronda, Daniel. *Gereja Digital: Menyikapi Era Disrupsi Dengan Iman Dan Teknologi*. Jakarta: yayasan komunikasi bina kasih, 2021.
- Santoso, Agus Budi. *Digital Ministry: Pelayanan Gereja Di Era Digital*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2022.
- Wijaya, Stevanus Hendy. *Menjangkau Generasi Z: Strategi Pelayanan Anak Muda Masa Kini*. Bandung: Penerbit Kalam Hidup, 2023.
- Subandrijo, Bambang. *Membangun Jemaat yang Misioner*. Bandung: Bina Media Informasi, 2010.
- Zaluchu, Sonny Eli. "Strategi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif di Dalam Penelitian Agama." *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili dan Pembinaan Warga Jemaat* 4, no. 1 (2020): 28-38.
- Kasali, Rhenald. *Generasi Strawberry: Mengubah Generasi Rapuh Menjadi Tangguh*. Jakarta: Mizan, 2019.
- Putra, Yanuar Surya. "Theoritical Review: Teori Perbedaan Generasi". *Among Makarti*. Vol. 9, No. 18 (2016): 123-134.
- Putra, Yanuar Surya. "Theoritical Review: Teori Perbedaan Generasi." *Among Makarti* 9, no. 18 (2016): 123-134.
- Widodo, Adi dan Siti Nurjanah. "Karakteristik Generasi Z dan Perilaku Konsumsi Digital di Indonesia". *Jurnal Komunikasi dan Media*. Vol. 5, No. 2 (2020): 87-102.
- Hartono, Robby. *Gereja Digital: Strategi Pelayanan Gereja di Era Teknologi*. Jakarta: Literatur Perkantas, 2021.
- Setiawan, David. "Transformasi Pelayanan Gereja Melalui Media Digital di Indonesia," *Jurnal Teologi dan Pelayanan* 15, no. 2 (2022): 145-162.
- Wijaya, Fransiskus. *Membangun Jemaat Virtual: Panduan Praktis Pelayanan Online*. Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2023.
- Budjianto, Bambang. *Dinamika Spiritualitas Generasi Muda Kristen Indonesia*. Jakarta: Bilangan Research Center, 2018.
- Simon, Simon. "Perintisan Gereja dalam Konteks Digitalisasi Masa Kini". *Jurnal Salvation* 2, no. 1 (Juli 2022): 75-92.
- Simanjuntak, Julianto. *Gereja Menuju Transformasi*. Bandung: Yayasan Kalam Hidup, 2019.

- Subandrijo, Bambang. *Membangun Jemaat Yang Misioner*. Jakarta: Yayasan Komunikasi Bina Kasih, 2018.
- Tomatala, Yakob. *Kepemimpinan yang Dinamis*. Malang: Gandum Mas, 2017.
- Octavianus, Petrus. *Manajemen dan Kepemimpinan Menurut Wahyu Allah*. Malang: Gandum Mas, 2003.
- Sidjabat, B.S. *Membesarkan Anak dengan Kreatif*. Yogyakarta: ANDI, 2008.
- Tomatala, Yakob. *Kepemimpinan Kristen: Mencari Format Kepemimpinan Gereja yang Kontekstual di Indonesia*. Jakarta: YT Leadership Foundation, 2007.
- Basongan, Citraningsih. "Penggunaan Teknologi menurut Iman Kristen di Era Digital." *EDUKATIF: Jurnal Ilmu Pendidikan* 4, no. 3 (2022): 4279-4290.
- Tomatala, Yakob. *Penginjilan Masa Kini*. Malang: Gandum Mas, 2003.
- Nurlaila, Cindy, Qurrotul Aini, Sharla Setyawati, and April Laksana. "Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet." *Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi* 1 (2024): 95–102.