



Membangun Strategi Misi Kontekstual Bagi Generasi Z: Memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi

Suwin

Sekolah Tinggi Teologi Immanuel Sintang Kal-bar, Indonesia

Email: suwingano91@gmail.com

Abstrak

Generasi Z, sebagai digital native, memiliki karakteristik unik yang membutuhkan pendekatan misi yang kontekstual dan relevan. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi misi kontekstual bagi Generasi Z dengan memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Dengan pendekatan deskriptif-kualitatif berbasis literatur, penelitian ini menyoroti penggunaan media sosial, podcast, komunitas virtual, dan kolaborasi dengan key opinion leaders (KOL) dijadikan sebagai metode yang efektif dalam menjangkau generasi ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi berbasis teknologi mampu meningkatkan keterlibatan dan daya tarik pesan Injil bagi Generasi Z, terutama melalui konten yang autentik, transparan, dan interaktif. Namun, tantangan seperti etika penggunaan teknologi, kecanduan media, dan kebutuhan akan literasi digital tetap menjadi perhatian utama. Penelitian ini merekomendasikan gereja dan organisasi misi untuk mengintegrasikan TIK secara bijaksana dalam pelayanan, sembari mendorong penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi efektivitas pendekatan ini dalam berbagai konteks budaya.

Kata kunci : Misi Kontekstual, Generasi Z, Teknologi Informasi dan Komunikasi.

Pendahuluan

Generasi Z yang dianggap sebagai individu yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, memiliki karakteristik dan dinamika yang unik dibandingkan generasi sebelumnya. Salah satu ciri yang paling dominan adalah adaptabilitas mereka terhadap teknologi. Di era digital yang berkembang pesat di mana Generasi Z tumbuh (Laka dkk., 2024). Generasi Z diperkirakan mencapai sekitar 32% dari populasi global pada tahun 2020, menjadikannya sebagai generasi terbesar di dunia saat ini (Marpaung & Rahma, 2023). Di Indonesia, generasi Z diperkirakan berjumlah sekitar 27 juta orang, yang mencakup hampir 10% dari total populasi (Hendrastomo & Januarti, 2023). Generasi Z dicirikan dengan fenomena 5,1 milyar pencari informasi di Google per hari, 4 milyar penonton YouTube, lebih dari 1 milyar pengguna akun Facebook di seluruh dunia, dan lebih dari 1 milyar pengguna aplikasi musik iTunes. Dengan karakteristik seperti ini, untuk mencapai Generasi Z, penting bagi strategi misi kontekstual untuk mencerminkan nilai-nilai dan ekspektasi Gen Z (Ridwan, 2021); (Gunawan dkk., 2022).

Teknologi informasi dan komunikasi telah merasuki setiap aspek kehidupan sehari-hari,

dimana generasi ini tumbuh dikelilingi internet, smartphone, dan media sosial yang semakin dominan, generasi ini menggunakan teknologi tidak hanya untuk mengekspresikan diri, mencari informasi, dan bahkan memulai suatu profesi (Laka dkk., 2024).

Meskipun teknologi adalah bagian dari masa generasi Z, ada nilai positif dalam lifestyle yang menunjukkan kesadaran kuat akan masalah etika dan lingkungan, dipengaruhi oleh paparan luas ke media sosial (Djafarova & Foots, 2022). Generasi Z juga dikenal memiliki keterampilan teknologi yang sangat baik. Mereka dapat menggunakan berbagai perangkat dan aplikasi digital dengan mudah, yang memungkinkan mereka untuk berkomunikasi dan berkolaborasi secara efektif. Menurut survei yang dilakukan oleh Deloitte, ada 83% generasi Z merasa nyaman menggunakan teknologi untuk menyelesaikan tugas sehari-hari (Deloitte, 2021).

Namun, meskipun Generasi Z memiliki potensi besar dalam memanfaatkan teknologi, mereka juga menghadapi tantangan, termasuk dampak negatif dari penggunaan media sosial yang berlebihan. Penelitian menunjukkan bahwa keterikatan yang kuat dengan media sosial dapat mempengaruhi kesehatan mental dan karakter individu (Pambudi, 2023). Oleh karena itu, penting untuk memberikan edukasi mengenai etika siber dan penggunaan media sosial yang bertanggung jawab, agar Generasi Z dapat memahami dampak dari tindakan online mereka dan membangun komunitas yang aman dan etis (Oktavia dkk., 2021; Pambudi, 2023).

Tetapi, ada juga pandangan yang menyatakan bahwa Generasi Z cenderung bersikap individualis dan kurang peduli terhadap kondisi sekelilingnya. Hal tersebut ditegaskan oleh Taqwa & Mukhlis, (2022) mengatakan perilaku konsumtif Gen Z sering kali didorong oleh keinginan untuk memenuhi kebutuhan pribadi tanpa mempertimbangkan dampak sosial atau lingkungan dari tindakan tersebut. Di era digitalisasi Gen Z memang mengalami perubahan signifikan dalam perilaku dan interaksi sosial mereka akibat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Ini menunjukkan bahwa Gen Z sangat terpengaruh oleh teknologi, yang mengubah cara mereka berkomunikasi dan berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Seperti yang diungkapkan oleh Zis dkk, (2021), mencatat bahwa generasi Z cenderung mengurangi interaksi tatap muka karena ketergantungan pada perangkat digital, yang dapat menyebabkan degradasi dalam komunikasi secara *interface* (antarmuka).

Melihat dari ketergantungan Generasi Z akan teknologi berdasarkan survei di atas, membuka peluang bagi pemberitaan Injil dalam konteks misi kontekstual yang memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Mengingat misi kontekstual adalah pendekatan yang berusaha menyampaikan pesan Injil dengan mempertimbangkan nilai, budaya, dan konteks sosial audiens sehingga lebih relevan dan efektif (Tomatala, 2003). Selain itu, Misi kontekstual sebagai upaya untuk menyampaikan pesan dan ajaran Kitab Suci menggunakan bahasa, metafora, dan gambaran yang sesuai dengan konteks audiens saat ini (Grenz dkk., 1999). Kontekstual dan kontekstualisasi dapat dijelaskan sebagai cara TUHAN yang menyatakan diri untuk dipahami. Pernyataan TUHAN (self-disclosure) dan pernyataanNya (self-revelation) dilaksanakan-Nya atas kehendak-Nya yang berdaulat, yang terwujud secara kontekstual dalam setiap konteks. Kebenaran ini menegaskan bahwa segala sesuatu adalah bersumber dari TUHAN

Allah yang adalah sumber azali dari semua substansi baik materi dan non-materi (Roma 11:36) (Tomatala, 2021). Kontekstualisasi merujuk pada penyebaran Injil sesuai dengan Amanat Agung Tuhan Yesus, dengan penekanan pada pendekatan terbaik untuk menyampaikan Injil kepada masyarakat dengan cara yang selaras dengan konteks budaya, sosial, dan lingkungan yang ada. Mengintegrasikan Injil melalui kehidupan, pekerjaan, dan penyebarannya kepada masyarakat merupakan tujuan utama dari upaya kontekstualisasi (Tomatala, 2004). Oleh karena itu, strategi misi kontekstual perlu menyesuaikan dengan konteks generasi Z yang hari-harinya berada di kelilingin internet, serta menggunakan platform digital untuk membangun komunikasi yang relevan dan menarik.

Menggumuli dari survei literatur di atas, penelitian ini akan membahas bagaimana membangun strategi misi kontekstual yang dapat diterapkan baik secara regional, nasional, dan internasional untuk menjangkau Gen Z yang memiliki beragam budaya dan tradisi yang berbeda. Selain itu, penelitian ini juga akan mengeksplorasi bagaimana misi kontekstual dapat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk menyampaikan pesan Injil. Dengan demikian, diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berharga dalam pengembangan pelayanan misi kontekstual dan membantu gereja, lembaga misi atau penginjilan untuk terus relevan, kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi.

Metode Penelitian

Desain penelitian ini adalah studi literatur dengan pendekatan deskriptif-kualitatif. Penelitian ini berfokus pada pengumpulan dan analisis literatur yang relevan untuk memahami Strategi Misi Kontekstual Bagi Generasi Z: Memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi. Penelitian terdiri dari bahan-bahan primer dan sekunder yang relevan dengan topik penelitian, termasuk buku, tesis, disertasi, dan artikel terkini. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah keterampilan peneliti dalam mencari, memilih, membaca, menganalisis, dan menafsirkan literatur yang relevan. Data kualitatif dianalisis melalui proses membaca, mengidentifikasi, menafsirkan, dan mensintesis informasi dari berbagai sumber. Data dianalisis secara kualitatif dengan cara membaca dan mengidentifikasi. Proses penelitian selanjutnya adalah menyusun kesimpulan dan rekomendasi berdasarkan temuan yang diperoleh dari analisis literatu (Grenz dkk., 1999).

Hasil dan Pembahasan

Kajian ini berfokus pada penggunaan Strategi misi kontekstual memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk menyampaikan Injil secara efektif dan relevan untuk menjangkau Generasi Z yang sangat terdigitalisasi. Berdasarkan apa yang sudah disampaikan di bagian pendahuluan. Penelitian ini mengidentifikasi tiga komponen kunci sebagai dasar perencanaan misi yang berhasil untuk generasi tersebut: Mengetahui Profil Generasi Z, Strategi Misi Kontekstual, memanfaatkan TIK.

Generasi Z

Karakteristik Gen Z

Generasi Z, yang umumnya didefinisikan sebagai individu yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, memiliki karakteristik unik yang membedakan Gen Z ini dari generasi sebelumnya. Berdasarkan laporan dari Pew Research Center, sekitar 32% dari populasi dunia saat ini terdiri dari Generasi Z, menjadikannya kelompok demografis terbesar (Pew Research Center, 2021). Salah satu ciri khas Gen Z adalah kesadaran sosial yang tinggi. Mereka cenderung lebih peduli terhadap isu-isu seperti perubahan iklim, kesetaraan gender, dan keadilan sosial. Menurut survei yang dilakukan oleh McKinsey & Company, sekitar 60% Gen Z percaya bahwa perusahaan harus berkomitmen terhadap tujuan sosial dan lingkungan (McKinsey & Company, 2022).

Selain itu, Gen Z adalah generasi yang lebih pragmatis dan realistis. Mereka tumbuh dalam era ketidakpastian ekonomi dan sosial, yang membuat mereka lebih fokus pada stabilitas finansial dan karier. Terdapat 60% Gen Z lebih memilih untuk bekerja di perusahaan yang menawarkan peluang pengembangan karier yang jelas dan dukungan untuk kesejahteraan mental (Deloitte, 2021). Dalam konteks pelayanan misi, Gereja perlu menyadari hal ini dan mengintegrasikan nilai-nilai praktis dalam program-program pelayanan, seperti pelatihan keterampilan dan bimbingan karir.

Hal lain dari karakteristik penting dari Gen Z adalah kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan. Gen Z adalah generasi yang tumbuh dengan teknologi dan informasi yang selalu berubah, sehingga terbiasa untuk berinovasi dan mencari solusi baru. Hal ini dapat dilihat dalam cara mengakses informasi dan berkomunikasi. Generasi ini merupakan generasi yang dipengaruhi media sosial dengan cukup besar (Tobi dkk., 2021, hlm. 122). Gereja dapat memanfaatkan kemampuan adaptasi ini dengan menggunakan platform digital untuk menjangkau Gen Z, seperti media sosial dan aplikasi mobile, dalam misi pelayanan kontekstual.

Memahami karakteristik generasi muda atau yang disebut Generasi Z menjadi hal penting bagi pelayanan misi kontekstual dalam menyusun strategi yang sesuai dengan kebutuhan generasi ini. Dengan mengidentifikasi nilai-nilai dan harapan dari generasi muda, gereja dapat lebih efektif dalam melayani dan menjangkau Gen Z, serta membangun komunitas yang inklusif dan berdaya.

Gaya Hidup Gen Z

Gaya hidup Gen Z sangat dipengaruhi oleh teknologi dan media sosial. Terdapat sekitar 98% Gen Z memiliki akses ke internet, dan 85% dari mereka aktif di media sosial (Global Web Index, 2020). Media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga platform untuk mengekspresikan diri dan membangun identitas. Gen Z sering kali menggunakan media sosial untuk berbagi pandangan tentang isu-isu sosial, yang menunjukkan bahwa keingin untuk terlibat dalam percakapan yang lebih besar.

Konsumsi media Gen Z juga berbeda dengan generasi sebelumnya. Gen Z lebih

cenderung mengonsumsi konten melalui platform streaming seperti YouTube dan TikTok daripada televisi tradisional. Lebih dari 60% Gen Z menghabiskan waktu mereka menonton video online, dengan TikTok menjadi salah satu platform paling populer di kalangan mereka (Statista, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa gereja perlu mempertimbangkan cara baru untuk menyampaikan pesan melalui media digital yang menarik bagi Gen Z.

Gaya hidup Gen Z yang dinamis dan beragam menuntut gereja untuk beradaptasi dan berinovasi dalam pendekatan pelayanan. Dengan memahami gaya hidup dan nilai-nilai yang dipegang oleh Gen Z, Gereja dapat menciptakan program yang relevan dan menarik, serta membangun komunitas yang mendukung pertumbuhan spiritual dan sosial generasi Z.

Ketergantungan dengan Teknologi

Ketergantungan Generasi Z terhadap teknologi menjadi salah satu aspek yang paling mencolok dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut terbukti sekitar 50% Gen Z mengaku merasa "terikat" atau "sangat terikat" pada perangkat teknologi mereka, dengan sebagian besar waktu mereka dihabiskan untuk menggunakan smartphone dan aplikasi media sosial (Common Sense Media, 2020). Ketergantungan ini tidak hanya berdampak pada cara berinteraksi dengan dunia, tetapi juga mempengaruhi hubungan dengan diri sendiri dan orang lain.

Salah satu dampak positif dari ketergantungan ini adalah akses yang lebih mudah terhadap informasi. Gen Z dapat dengan cepat menemukan data dan pengetahuan yang dibutuhkan cukup hanya dengan beberapa ketukan di layar smartphone. Bahkan media pembelajaran seperti berbasis video dapat meningkatkan hasil belajar (Juprianto dkk., 2023, hlm. 30). Namun, hal ini juga membawa risiko, seperti penyebaran informasi yang salah dan kecanduan media sosial. Menurut penelitian oleh Pew Research Center, sekitar 64% Gen Z merasa bahwa media sosial memiliki dampak negatif pada kesehatan mental mereka (Pew Research Center, 2021). Dalam hal tersebut, Gereja perlu memikirkan bagaimana cara untuk dapat membantu Gen Z dalam menavigasi tantangan ini, dengan menawarkan program yang mendukung penggunaan teknologi secara bijak.

Selain itu, ketergantungan pada teknologi juga mengubah cara Gen Z berinteraksi dengan sesama komunitas. Banyak dari generasi ini lebih memilih berkomunikasi melalui pesan teks atau media sosial daripada bertemu langsung. Hal ini dapat mengakibatkan kurangnya keterhubungan sosial yang mendalam. Menurut studi oleh Cigna, sekitar 79% Gen Z merasa kesepian, yang menunjukkan bahwa meskipun mereka terhubung secara digital, mereka mungkin tidak merasa terhubung secara emosional (Cigna, 2021). Gereja dapat berperan penting dalam menciptakan ruang bagi interaksi tatap muka, yang dapat membantu mengurangi rasa kesepian dan membangun komunitas yang lebih kuat.

Gereja juga dapat memanfaatkan ketergantungan teknologi Gen Z dengan mengintegrasikan teknologi dalam program pelayanan. Misalnya, penggunaan aplikasi untuk studi Alkitab atau platform online untuk ibadah dapat menjangkau Gen Z dengan cara yang lebih relevan. Penelitian oleh Barna, terdapat 67% Gen Z lebih suka berpartisipasi dalam kegiatan gereja secara online (Barna Group, 2022). Ini menunjukkan bahwa gereja perlu

beradaptasi dengan tren ini untuk tetap relevan di mata generasi muda.

Merujuk pada karakteristik, gaya, dan ketergantungan Gen Z terhadap teknologi, Gereja atau pelayanan misi perlu memahami ketergantungan Gen Z pada teknologi sangat penting. Hal ini diperlukan supaya dapat merumuskan strategi pelayanan gereja dengan memanfaatkan teknologi secara bijak dan menciptakan program pelayanan yang relevan guna menjangkau Gen Z dengan cara yang lebih efektif dan membangun komunitas yang inklusif.

Misi Kontekstual

Kontekstual dalam pelaksanaan misi merupakan suatu pendekatan yang mempertimbangkan latar belakang budaya, sosial, dan kondisi setempat di mana misi dilakukan. Tomatala mengatakan, pendekatan kontekstual dalam tugas misi berdasarkan pada Alkitab yang bersifat universal dan berlaku di segala tempat. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa kontekstualisasi tidak sama dengan pengintisan, yang berarti membuat sesuatu yang konstan menjadi "asli" atau "pribumi". (Anderson, 2017)

Kegiatan misi yang kontekstual penting dilakukan agar pesan dan praktik misi dapat diterima dengan baik oleh masyarakat (Suhartono dkk., 2022). Sebagaimana dikemukakan dalam Matius 9:35-36, Yesus melakukan misi integral yang bukan hanya menjawab aspek spiritual, tetapi juga menyentuh berbagai kebutuhan manusia, seperti kemiskinan, penindasan, penderitaan, dan diskriminasi. Misi Yesus ini berlandaskan pada perasaan belas kasihan-Nya terhadap orang-orang yang terlantar dan tersesat. (Karlau, 2023).

Pendekatan kontekstual yang bersifat universal dalam misi dapat dilihat dalam contoh Pentakosta lisme. Pentakostalisme mampu mengkontekstualisasikan pesan dan praktek misinya dengan baik, sehingga dapat diterima di berbagai budaya, termasuk di Korea Selatan. Di samping itu, prinsip-prinsip teologi multikultural seperti kodrat manusia sebagai ciptaan, inkarnasi Kristus, dan naturalitas gereja juga menjadi dasar penting bagi kehidupan bergereja di tengah keragaman. (Franky, 2023). Misi yang kontekstual dan universal sangat diperlukan untuk menjawab realitas keragaman dalam kehidupan bergereja. Pendekatan ini dapat membangun komunitas gereja yang solid dan harmonis, sehingga mampu menjawab berbagai permasalahan kemasyarakatan.

Dalam hubungannya dengan karakteristik Generasi Z yang berada di tengah dunia digital sangat tepat untuk merancang Strategi misi yang kontekstual yang berdampak signifikan. (Sembodo & Saptorini, 2021) Perancangan strategi misi yang kontekstual sangat penting dalam menjangkau Generasi Z yang hidup di tengah dunia digital. Strategi tersebut harus dirancang dengan baik agar dapat memberikan dampak signifikan.

Dalam menjangkau generasi Z dengan membangun Strategi misi yang kontekstual sangat tepat mengingat kontekstual dalam tugas misi adalah suatu pendekatan yang bersifat universal berlaku di segala tempat, yang juga memperhatikan latar belakang budaya, sosial, dan kondisi setempat. (Octaviani, 2021). Hal ini sejalan dengan pendapat bahwa misi yang kontekstual dan universal sangat diperlukan untuk menjawab realitas keragaman dalam kehidupan bergereja (Franky, 2023; Octaviani, 2021)

Untuk Generasi Z, misi ini harus mempertimbangkan cara hidup mereka yang sangat terhubung dengan dunia digital. Kontekstualisasi dalam misi berarti mengintegrasikan Injil ke dalam kehidupan mereka, dengan mempertimbangkan kecenderungan mereka untuk lebih mengutamakan informasi visual dan konten interaktif. Pendekatan ini sejalan dengan tujuan untuk menjangkau audiens yang memiliki latar belakang budaya yang beragam dan terpapar pada berbagai teknologi digital.

Teknologi Informasi dan Komunikasi

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) adalah istilah yang merujuk pada penggunaan teknologi untuk mengelola dan menyebarkan informasi. TIK mencakup berbagai alat dan sistem yang digunakan untuk mengolah, menyimpan, dan mentransmisikan informasi, termasuk perangkat keras (hardware), perangkat lunak (software), jaringan, dan media komunikasi. Dalam konteks pendidikan, TIK berfungsi sebagai alat yang dapat meningkatkan kualitas pembelajaran dan aksesibilitas informasi.

TIK dijelaskan oleh Siswanto (Siswanto, 2014), terdiri dari beberapa komponen utamanya. Pertama, perangkat keras mencakup semua perangkat fisik yang digunakan dalam proses pengolahan informasi, seperti komputer, server, dan perangkat jaringan. Kedua, perangkat lunak adalah program yang digunakan untuk menjalankan perangkat keras dan mengelola data, termasuk aplikasi pendidikan dan sistem manajemen pembelajaran. Ketiga, jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan perangkat keras dan memungkinkan pertukaran data, seperti internet dan intranet. Bagian-bagian dari TIK dapat dibagi menjadi beberapa kategori, antara lain:

Pertama Perangkat Keras (Hardware), mencakup semua perangkat fisik yang digunakan untuk mengolah dan menyimpan informasi, seperti komputer, laptop, tablet, dan perangkat jaringan seperti router dan switch. Perangkat Lunak (Software), adalah program yang digunakan untuk menjalankan perangkat keras dan mengelola data. Contohnya termasuk sistem operasi, aplikasi pembelajaran, dan perangkat lunak manajemen informasi.

Jaringan (Networking), jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan perangkat keras dan memungkinkan pertukaran data. Ini mencakup internet, intranet, dan jaringan lokal (LAN). Media Komunikasi, mencakup berbagai saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi, seperti email, pesan instan, dan platform media sosial. Media ini memungkinkan interaksi antara pengguna dan penyampaian informasi secara real-time. Sistem Informasi, adalah kombinasi dari perangkat keras, perangkat lunak, dan prosedur yang digunakan untuk mengumpulkan, menyimpan, dan mengelola informasi. Sistem informasi dapat digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan dalam organisasi.

Membangun Strategi Misi Kontekstual bagi Generasi Z: Memanfaatkan TIK

Misi kontekstual di era digital menjadi semakin relevan dan penting, terutama dalam konteks perubahan sosial dan budaya yang cepat. Dalam penelitian oleh Margareta dan Lie, dijelaskan bahwa pelayanan misi kontekstual berfokus pada kebutuhan dan konteks budaya masyarakat, yang kini dipengaruhi oleh teknologi digital (Margareta & Lie, 2023). Hal ini sejalan dengan pandangan Siswanto yang menekankan pentingnya prinsip iman Kristen dalam pelayanan misi kontekstual di berbagai daerah, termasuk di GKII jemaat Pulerejo Madiun (Siswanto, 2014). Dalam konteks ini, Mawikere menambahkan bahwa penginjilan secara kontekstual harus responsif terhadap budaya, bukan bersikap negatif terhadapnya, sehingga dapat memberdayakan budaya penerima Injil (Mawikere, 2022).

Lebih jauh, pendekatan kontekstualisasi dalam misi juga mencakup pemahaman terhadap dinamika sosial yang ada. Misalnya, penelitian oleh Uling et al. menunjukkan bahwa pendekatan kontekstualisasi misi bagi kaum milenial harus mempertimbangkan tradisi dan budaya lokal sebagai jembatan untuk mencapai masyarakat yang lebih luas (Uling dkk., 2022). Di sisi lain, Tanudjaja menggarisbawahi bahwa kontekstualisasi telah menjadi bagian penting dalam diskusi teologi misi, terutama di negara-negara dunia ketiga, dan bahwa prinsip-prinsip ini sudah ada dalam Kitab Suci jauh sebelum istilah tersebut diperkenalkan (Tanudjaja, 2000).

Merujuk pada beberapa pendapat di atas, maka ada beberapa Strategi yang dapat dijadikan rujukan dalam membangun Strategi misi kontekstual bagi Gen Z: Memanfaatkan TIK

Media Sosial dan Konten Interaktif

Pengaruh media sosial begitu besar bagi generasi digital saat ini. Media sosial bahkan dapat menghapus batasan manusia untuk bersosialisasi tanpa batasan ruang dan waktu (Tansi & Beriangan, 2023, hlm. 41). Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube telah terbukti menjadi alat yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan spiritual. Studi menunjukkan bahwa penggunaan konten visual yang menarik, seperti video pendek dan infografis, mampu meningkatkan keterlibatan audiens, terutama di kalangan Generasi Z yang sangat aktif di media ini (Kristanto & Pujiono, 2023). Selain itu, kreator media sosial yang memadukan pesan spiritual dengan tren populer berhasil menjadikan konten mereka lebih relevan dan diminati (Romario & Aisyah, 2019). Contoh Gereja GMT Jemaat Elim Naibonat di Indonesia memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram dan YouTube untuk menyebarkan pesan spiritual dengan konten yang relevan secara digital, termasuk video pendek dan live streaming khotbah. Hal ini bertujuan untuk menjangkau generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital (Paat et al., 2023).

Podcast dan Webinar

Podcast dan webinar memungkinkan diskusi mendalam tentang topik rohani dan teologis dengan pendekatan yang lebih personal dan fleksibel. Penelitian menunjukkan bahwa format ini efektif untuk membangun hubungan yang erat dengan audiens, terutama generasi muda yang terbiasa dengan media digital (Soegianto & Lolong, 2023). Konten berbasis audio dan video yang dikemas dengan pendekatan inklusif dan interaktif dapat meningkatkan

pemahaman serta keterlibatan dalam diskusi spiritual. Gereja-gereja Urban di Jakarta memanfaatkan podcast untuk diskusi teologis yang mendalam, seperti yang dilakukan oleh komunitas Sabda Space. Mereka menyediakan diskusi tentang topik-topik spiritual melalui webinar dan podcast, menjangkau audiens dengan fleksibilitas format digital (Margareta & Lie, 2023).

Komunitas Virtual

Komunitas virtual berbasis nilai Kristen memberikan ruang bagi Generasi Z untuk tetap terhubung secara spiritual tanpa batasan geografis. Platform ini dapat berupa grup diskusi daring atau aplikasi komunitas yang mendukung aktivitas berbagi iman. Studi menemukan bahwa komunitas daring yang inklusif dan beragam membantu memperkuat identitas spiritual serta memperluas cakrawala lintas budaya (Kristanto & Pujiono, 2023). Gereja Bethany Indonesia mengembangkan platform komunitas daring melalui grup WhatsApp dan aplikasi berbasis iman. Platform ini tidak hanya memfasilitasi diskusi Alkitab tetapi juga membangun solidaritas lintas budaya, menghubungkan jemaat dari berbagai daerah tanpa batasan geografis (Lobang & Camerling, 2021)

Influencer dan Key Opinion Leaders (KOL)

KOL atau influencer yang memiliki pengaruh di media sosial dapat menjadi penghubung yang efektif antara gereja dan audiens yang lebih luas. Pendekatan yang personal dan autentik dari KOL dapat meningkatkan daya tarik pesan spiritual serta menjangkau audiens yang mungkin sulit dijangkau oleh metode tradisional (Healey et al., 2017). GMIT dan GBI City Blessing mengintegrasikan strategi KOL dengan melibatkan influencer rohani terkenal untuk menyampaikan pesan Injil secara kreatif dan menarik. Influencer ini sering menggunakan Instagram dan TikTok untuk berbagi pengalaman rohani, yang membuat pesan gereja lebih autentik dan relevan untuk Generasi Z (Gultom dkk., 2022).

Kekuatan dan Keterbatasan

Penelitian ini memiliki kekuatan utama dalam fokusnya pada Generasi Z sebagai kelompok strategis untuk perkembangan misi di masa depan. Dengan karakteristik mereka yang unik, seperti adaptasi teknologi yang tinggi dan preferensi terhadap media digital, Generasi Z adalah target yang relevan untuk strategi misi kontekstual. Selain itu, penelitian ini menggunakan berbagai sumber literatur yang relevan dan terkini, memberikan dasar yang kuat untuk temuan dan rekomendasi. Namun, penelitian ini juga memiliki keterbatasan yang perlu diakui. Sebagai penelitian berbasis pustaka, temuan ini belum didukung oleh data empiris dari lapangan, yang dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang efektivitas strategi TIK. Selain itu, fokus penelitian yang terbatas pada konteks Indonesia membuat hasilnya sulit untuk digeneralisasi ke negara atau wilayah lain dengan dinamika budaya dan sosial yang berbeda (Healey et al., 2017).

Implikasi dan Rekomendasi

Penelitian ini memiliki implikasi penting bagi organisasi misi dan gereja. Organisasi misi harus memprioritaskan strategi digital yang inklusif dan relevan bagi Generasi Z. Hal ini melibatkan pengembangan konten yang menarik, penyediaan pelatihan teknologi untuk penggiat misi, dan pengelolaan media sosial yang efektif. Selain itu, gereja perlu memperhatikan etika penggunaan teknologi, seperti melindungi privasi data dan menghindari penyebaran informasi yang tidak akurat (Bernal et al., 2009).

Sebagai rekomendasi, penelitian lapangan lebih lanjut diperlukan untuk menguji efektivitas strategi TIK dalam berbagai konteks budaya. Selain itu, gereja dan organisasi misi disarankan untuk bekerja sama dengan influencer atau key opinion leaders (KOL) di media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Kebijakan digital gereja juga harus mencakup upaya peningkatan literasi digital di kalangan generasi muda, memastikan mereka tidak hanya menjadi konsumen teknologi tetapi juga kontributor aktif dalam misi gereja (Nasution, 2020).

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa generasi Z, sebagai generasi yang sangat dekat dengan teknologi digital, membutuhkan pendekatan misi yang relevan dengan pola pikir dan gaya hidup mereka. Strategi misi kontekstual yang memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) terbukti efektif dalam menjangkau dan membangun hubungan dengan generasi ini. Media sosial, podcast, komunitas virtual, dan kolaborasi dengan key opinion leaders (KOL) merupakan saluran yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan Injil secara kreatif, autentik, dan interaktif. Namun, efektivitas strategi ini sangat bergantung pada kemampuan gereja dan pelayan untuk memahami dinamika digital, menyampaikan pesan yang relevan, dan menjaga integritas dalam penggunaan teknologi. Tantangan yang muncul, seperti kecanduan media, penyalahgunaan informasi, dan keterbatasan literasi digital, perlu diatasi melalui pelatihan dan pembinaan yang berkelanjutan. Dengan pendekatan yang strategis dan bijaksana, gereja dapat menjangkau generasi Z secara efektif tanpa kehilangan esensi misi Injil. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menilai implementasi strategi ini dalam konteks yang lebih luas, termasuk perbedaan budaya dan karakteristik lokal di berbagai wilayah.

Daftar Pustaka

- Anderson, A. H. (2017). Contextualization in Pentecostalism: A Multicultural Perspective. *International Bulletin of Mission Research*, 41(1), 29–40. <https://doi.org/10.1177/2396939316674428>
- Deloitte. (2021). Deloitte. (2021). Generation Z and the Future of Digital Communication. Deloitte Global Report. *Deloitte Global Report*.
- Djafarova, E., & Fouts, S. (2022). Exploring ethical consumption of generation Z: Theory of planned behaviour. *Young Consumers*, 23(3), 413–431. <https://doi.org/10.1108/YC-10-2021-1405>

- Franky, F. (2023). Prinsip Teologi Multikultural sebagai Fondasi bagi Kehidupan Menggereja Di Tengah Keragaman. *HUPERETES: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristen*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.46817/huperetes.v4i2.182>
- Grenz, S., Guretzki, D., & Nording, C. F. (1999). *Pocket Dictionary of Theological Terms*. (Downers Grove: Ill. : InterVarsity Press, 1999). 29. InterVarsity Press.
- Gultom, J. M. P., Widjaja, F. I., Novalina, M., Situmorang, E. L., & Natassha, Y. (2022). Pastoral Strategy in Developing the Dimension of Understanding Generation Z. *Evangelikal: Jurnal Teologi Injili Dan Pembinaan Warga Jemaat*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.46445/ejti.v6i1.472>
- Gunawan, I. A. N., Suryani, & Shalahuddin, I. (2022). Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Gangguan Psikososial Pada Remaja: A Narrative Review. *Jurnal Kesehatan*, 15(1), Article 1. <https://doi.org/10.23917/jk.v15i1.17426>
- Hendrastomo, G., & Januari, N. E. (2023). The Characteristics of Generation Z Students and Implications for Future Learning Methods. *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian Dan Kajian Kepustakaan Di Bidang Pendidikan, Pengajaran Dan Pembelajaran*, 9(2), 484–496. <https://doi.org/10.33394/jk.v9i2.7745>
- Juprianto, J., Wijaya, H., Supartini, T., & Hana, S. R. (2023). Pengaruh Media Pembelajaran Berbasis Video Terhadap Perkembangan Kognitif Siswa di UPTD SMPN 16 Mandai Maros Sulawesi Selatan. *Jurnal Kala Nea*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.61295/kalanea.v4i1.122>
- Karlau, S. A. (2023). Konstruksi Misi Integral Menurut Matius 9:35-36. *DUNAMIS: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani*, 8(1), 1–14. <https://doi.org/10.30648/dun.v8i1.959>
- Kristanto, D. W., & Pujiono, A. (2023). Literasi Agama Melalui Media Sosial dan Dampaknya Pada Anak Muda Kristen. *Jurnal Salvation*. <https://doi.org/10.56175/salvation.v4i1.103>
- Laka, L., Darmansyah, R., Judijanto, L., Lase, J. F., Haluti, F., Kuswanti, F., & Kalip, K. (2024). *Pendidikan Karakter Gen Z di Era Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Lobang, M. M., & Camerling, Y. F. (2021). Media Pembelajaran dan Kurikulum Pendidikan Jemaat dalam Gereja Berbasis Online untuk Menghadapi Perubahan Globalisasi Abad ke-21. *Jurnal Ilmu Teologi dan Pendidikan Agama Kristen*, 2(1), 61–78.
- Margareta, M., & Lie, R. (2023). Pelayanan Misi Kontekstual di Era Masyarakat Digital. *Jurnal Ilmu Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen*, 4(1), 44–60.
- Marpaung, K., & Rahma, T. I. F. (2023). Pengaruh Gengsi, Diskon, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumerisme Generasi Z di Kalangan Mahasiswa Manajemen. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i1.182>
- Mawikere, M. C. S. (2022). Menelaah Dinamika Kontekstualisasi Sebagai Upaya Pendekatan Penginjilan Yang Memberdayakan Budaya Penerima Injil. *Dunamis Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani*, 6(2), 496–512. <https://doi.org/10.30648/dun.v6i2.554>
- McKinsey, & Company. (2022). How Gen Z Is Changing the Workplace. <https://www.mckinsey.com>.

- Octaviani, A. (2021). From Cafe to the Mosque: The Construction of Dakwah Digital Communication of Shift Community. *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan*, 21(2), Article 2.
- Oktavia, N. A., Muhid, A., & Hamidah, L. (2021). Cyber-Religion Pada Generasi Z: Kontribusi Mindfulness Terhadap Penggunaan Akun Dakwah Jejaring Sosial Sebagai Referensi Keagamaan. *Psikoislamedia Jurnal Psikologi*, 6(1), 108. <https://doi.org/10.22373/psikoislamedia.v6i1.7939>
- Pambudi, R. (2023). Dampak Etika Siber Jejaring Sosial Pada Pembentukan Karakter Pada Generasi Z. *Jurnal Syntax Imperatif Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 4(3), 289–300. <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v4i3.262>
- Patty, A. C., Kwalomine, A. L., & Gomies, S. J. (2023). Akuntabilitas Pengelolaan Perpuluhan Jemaat. *Journal of Business Application*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.51135/jba.v2.i2.p189-199>
- Pew Research Center. (2021). *Gen Z, Millennials Stand Out for Climate Change Activism, Social Media Engagement With Issue* | Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/science/2021/05/26/gen-z-millennials-stand-out-for-climate-change-activism-social-media-engagement-with-issue/>
- Ridwan, I. M. (2021). ANALISIS NARASI VISUAL PADA IKLAN LAYANAN MASYARAKAT STEREOTIPE-Z. *Wacadesain*, 2(1), 34–46. <https://doi.org/10.51977/wacadesain.v2i1.406>
- Romario, R., & Aisyah, L. (2019). *KOMIK ISLAM DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM: Dakwah Kreatif Melalui Komik*. 6, 98–119. <https://doi.org/10.19105/islamuna.v6i2.2588>
- Sembodo, J., & Saptorini, S. (2021). Strategi Misi Orang Percaya dalam Mengaktualisasi Amanat Agung di Era New Normal. *EPIGRAPHE: Jurnal Teologi Dan Pelayanan Kristiani*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.33991/epigraphe.v5i1.240>
- Siswanto, E. (2014). *Good University Governance Prinsip Dan Implementasi Dalam Penggalan Pendapatan*. Gunung Samudera.
- Suhartono, S., Supratno, H., Yuwana, S., Pairin, U., & Munir, A. (2022). Struktur dan Aspek Kebahasaan Teks Deskripsi sebagai Bahan Ajar Kontekstual Mata Pelajaran Bahasa Indonesia Jenjang SMP/MTs. *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.33086/snpm.v1i1.891>
- Tansi, F. G., & Beriang, S. (2023). Minimnya Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Injil oleh Pemuda Kristen di Abad 21. *Jurnal Kala Nea*, 4(1), Article 1.
- Tanudjaja, R. (2000). Kontekstualisasi Sebagai Sebuah Strategi Dalam Menjalankan Misi: Sebuah Ulasan Literatur. *Veritas Jurnal Teologi Dan Pelayanan*, 1(1), 19–27. <https://doi.org/10.36421/veritas.v1i1.32>
- Taqwa, Y. S. S., & Mukhlis, I. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 831. <https://doi.org/10.24843/eeb.2022.v11.i07.p08>

- Tobi, O. R., Dju, O. A., Kote, I. E. P., & Tanhidy, J. (2021). Strategi Misi William Carey di India dan Implikasinya Bagi Pelayanan Misi Masa Kini. *Jurnal Kala Nea*, 2(1), Article 1.
- Tomatala, Y. (2003). *Teologi Misi: Pengantar Misiologi (Suatu Dogmatika Alkitabiah Tentang Misi, Penginjilan dan Pertumbuhan Gereja)*. YT Leadership Foundation. [//library.pib.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D3626](http://library.pib.ac.id%2Findex.php%3Fp%3Dshow_detail%26id%3D3626)
- Tomatala, Y. (2004). *Penginjilan Masa Kini Jilid 1 & 2*. Gandum Mas.
- Tomatala, Y. (2021). Pendekatan Kontekstual Dalam Tugas Misi Dan Komunikasi Injil Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Teologi Kontekstual Indonesia*, 2(1), 33. <https://doi.org/10.46445/jtki.v2i1.387>
- Uling, M., Yatmini, Y., & Gea, L. D. (2022). Pendekatan Kotekstualisasi Misi Bagi Kaum Milenial. *Makarios: Jurnal Teologi Kontekstual*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.52157/mak.v1i1.166>
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>