



Predica Verbum: Jurnal Teologi dan Misi

Vol. 3, No. 2 (2023):122-136

<https://ejournal.sttii-yogyakarta.ac.id/index.php/predicaverbum/index>

DOI: <https://doi.org/10.51591/predicaverbum.v3i2.70>

ISSN: 2798-1444 (online), 2798-1495 (print)

Strategi Pelayanan Misi Kontekstual Terhadap Generasi Z Yang Percaya Dengan Memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi

Okta Astawa, Ayu Rotama Silitonga, Brian Marpay

Sekolah Tinggi Filsafat Theologia Jaffray Makassar, Indonesia

Sekolah Tinggi Teologi Simpson Ungaran, Indonesia

Sekolah Tinggi Teologi Jaffray Jakarta, Indonesia

Email: Oktakonseling@gmail.com, ayurotama@gmail.com, brianmarpay86@gmail.com

Article history: Received: September 21, 2023; Revised: November 21, 2023; Accepted: December 25, 2023; Published: December 25, 2023

Abstract

Generation Z's tendency to leave the church could occur when the church does not answer the needs and accommodate the generation's perspective. Therefore, mission services to generation Z need to be carried out contextually, requiring services that suit their needs. Contextual mission services must develop the right "strategy" to reach generation Z. The method used is literature study observing books and scientific journals to support research writing. The main topic discussed is contextual mission strategy, where it is necessary to understand culture, Generation Z problems and services for Generation Z in utilizing ICT. Thus, three things were found in this research, firstly, sharing spiritual content via social media, because generation Z can spend quite a long time playing social media. Secondly, carry out spiritual activities online that attract attention creatively and innovatively. Finally, involve generation Z in service, so interest and appreciation might occur in the activities.

Keywords: *Strategy; Mission Service; Contextual; Generation Z; ICT*

Abstrak

Kecenderungan Generasi Z meninggalkan gereja bisa saja terjadi, jika gereja tidak lagi sesuai dengan cara pandang dan kebutuhan generasi tersebut. Oleh sebab itu, pelayanan misi kepada generasi Z perlu dilakukan melalui kontekstualisasi, yakni pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan. Pelayanan misi kontekstual harus membangun "strategi" yang tepat untuk menjangkau generasi Z. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah studi literatur dengan melakukan observasi terhadap buku-buku dan jurnal ilmiah untuk mendukung penulisan penelitian. Pokok bahasan yang dibahas ialah strategi misi kontekstual, di mana perlunya memahami budaya, masalah Generasi Z dan pelayanan bagi Generasi Z dalam memanfaatkan TIK. Dengan demikian tiga hal yang ditemukan dalam penelitian ini, yaitu pertama, membagikan konten rohani melalui media sosial, dikarenakan generasi Z bisa menghabiskan waktu mereka cukup lama untuk bermain media sosial. Kedua, melakukan kegiatan rohani secara daring yang menarik perhatian dengan kreatif dan inovatif. Ketiga, melibatkan generasi Z dalam pelayanan, sehingga ada ketertarikan dan merasa dihargai dalam kegiatan yang dilakukan.

Author correspondence email: Oktakonseling@gmail.com

Available online at: <https://ejournal.sttii-yogyakarta.ac.id/index.php/predicaverbum/index>

Copyright (c) 2023 by Authors

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.



Kata kunci: Strategi; Pelayanan Misi; Kontekstual; Generasi Z; TIK

PENDAHULUAN

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) merupakan sarana yang membantu 'aktivitas masyarakat dalam berbagai hal. TIK juga dikenal dengan sistem dan metode untuk memperoleh, mengirimkan, mengolah, menafsirkan, menyimpan, mengorganisasikan, dan menggunakan data secara bermakna.¹ Pada masa sekarang ini TIK dikenal dari berbagai kalangan usia, dari usia muda hingga lansia sekalipun. Kehidupan manusia juga tidak lepas dari adanya perkembangan setiap generasi sesuai jamannya. Seperti halnya, generasi “*Baby Boomers*” yaitu generasi yang lahir tahun 1946-1964. Kemudian ada generasi X atau “*Gen Bust*” yang lahir tahun 1965-1976. Selanjutnya, generasi Y atau “Generasi Milenial” yang lahir pada tahun 1977-1994. Generasi Z adalah mereka yang lahir tahun 1995-2012. Terakhir, Generasi Alpha yang kelahirannya antara tahun 2012-2025.² TIK sangat dikenal di kalangan generasi Z atau bisa dikatakan di kalangan anak-anak muda saat ini. TIK sangat dimanfaatkan oleh setiap individu dalam melakukan aktivitas, berkomunikasi jarak jauh, pekerjaan, belajar-mengajar, seminar, bahkan kegiatan rohani seperti ibadah, dan lain sebagainya. Dalam penggunaan TIK, perlu juga adanya kehati-hatian, artinya tidak salah dalam menggunakan sarana yang ada, setiap individu harus memanfaatkan sarana dengan baik, sehingga tidak merugikan diri sendiri maupun orang lain.

Jika kita kaitkan dengan pelayanan misi saat ini, TIK juga bisa dimanfaatkan oleh setiap pelayan dalam menjangkau setiap individu yang ada, khususnya anak muda dalam hal ini generasi Z yang selalu berhadapan dengan sarana TIK itu sendiri. Pelayanan misi ini perlu dilakukan karena generasi Z berada di situasi yang rentan dalam memilih jalan hidupnya. Sebuah penelitian atau jurnal yang ditulis oleh Kristyowati mengatakan bahwa generasi Z dapat meninggalkan gereja jika gereja dianggap tidak sesuai dengan gaya dan kebutuhan generasi tersebut.³ Subowo dalam artikelnya menjelaskan bahwa 52,7% pemuda kristen Indonesia meninggalkan gereja dikarenakan program gereja yang tidak menarik.⁴ Sintauli mengatakan bahwa apabila gereja tidak melakukan perubahan dan menyesuaikan diri dengan akselerasi budaya teknologi yang dirangkul oleh generasi Z, ada kemungkinan gereja akan ditinggalkan oleh generasi ini.⁵ Untuk itu, pelayanan misi kepada generasi Z perlu dilakukan secara kontekstual dengan melakukan pelayanan yang

¹Ani Mardatila, “Perkembangan Teknologi Informasi Di Indonesia, Patut Diketahui,” Merdeka.Com, 2022, <https://www.merdeka.com/sumut/perkembangan-teknologi-informasi-di-indonesia-kln.html>.

²Bina Nusantara, “Begini Perbedaan Generasi Baby Boomers, X, Y, Z, Dan Alpha,” Binus University Online, 2021, <https://onlinelearning.binus.ac.id/2021/12/06/begini-perbedaan-generasi-baby-boomers-x-y-z-dan-alpha/>.

³Yuli Kristyowati, “Generasi ‘Z’ Dan Strategi Melayaninya,” *Ambassador: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 2, no. 1 (2021): 2.

⁴Adhika Tri Subowo, “Membangun Spiritualitas Digital Bagi Generasi Z,” *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 5, no. 2 (2021): 3, <https://doi.org/10.30648/dun.v5i2.464>.

⁵Susanna Erika Sintauli, “Mendidik Generasi Z Gereja: Peran Media Sosial Di Tengah Bahaya Always-On Attention Deficit Disorder,” *Aradha: Journal of Divinity, Peace and Conflict Studies* 1, no. 2 (2021): 109, <https://doi.org/10.21460/aradha.2021.12.701>.

sesuai dengan jaman mereka dan pelayanan misi kontekstual harus membangun beberapa “strategi” dalam menjangkau generasi Z.

Dalam artikel ini, penulis akan memaparkan strategi pelayanan misi kontekstual generasi Z dalam memanfaatkan sarana teknologi informasi dan komunikasi. Penulis merangkum beberapa hal yang menjadi rumusan masalah, di antaranya pertama, apa saja strategi yang digunakan dalam melaksanakan pelayanan misi kontekstual kepada generasi Z dengan memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi? Kedua, apa saja tujuan yang ingin dicapai dalam pelayanan misi kontekstual kepada generasi Z dengan memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi? Adapun tujuan penulisan artikel ini ialah untuk memaparkan strategi pelayanan misi kontekstual kepada generasi dan menjelaskan tujuan yang ingin dicapai dalam pelayanan misi kontekstual kepada generasi Z dengan memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi.

METODE

Untuk mendapatkan informasi dalam penulisan ini, maka penulis menggunakan metode Studi Literatur dengan melakukan observasi terhadap buku-buku dan jurnal ilmiah untuk mendukung penulisan. Studi Pustaka atau Literatur merupakan sesuatu yang dapat ditempuh dalam proses penelitian dan menentukan apakah topik tersebut layak diteliti atau tidak.⁶ Hamzah mengatakan bahwa penelitian kepustakaan secara metodologis termasuk jenis penelitian kualitatif di mana prosedur penelitian menghasilkan data berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang tertentu, dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan holistik.⁷

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi

Strategi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan ilmu dan seni untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁸ Sedangkan dalam bahasa Yunani, istilah strategi berasal dari kata *stratos* yang berarti militer dan *ag* yang berarti memimpin. Menurut Hutabarat dan Lie, strategi adalah bentuk kata kerja masa depan (*future tense*) yang berarti membuat perumusan untuk sebuah tindakan dan aksi untuk masa depan.⁹ Dalam pemahaman tentang “strategi”, penulis akan memaparkan beberapa pandangan para ahli mengenai makna dari strategi itu sendiri. Pertama, menurut Gluek dan Jauch strategi adalah sebuah rencana yang disatukan guna memastikan bahwa tujuan perusahaan bisa tercapai dengan pelaksanaan yang tepat. Kedua, menurut Pearce dan Robinson strategi sebagai suatu rencana oleh suatu perusahaan yang mencerminkan kesadaran suatu perusahaan tentang kapan, di mana dan bagaimana harus bersaing untuk menghadapi lawan dengan maksud

⁶Hasanema Wau, “Pertumbuhan Gereja Lokal Melalui Proses Pemuridan Hasanema,” *Predical Verbum: Jurnal Teologi Dan Misi* 3, no. 1 (2023): 3.

⁷Amir Hamzah, *Metode Penelitian Kepustakaan* (Sumedang: Literasi Nusantara, 2019), 25.

⁸David Moeljadi et al., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2016.

⁹Samuel Hutabarat and Romi Lie, *Membangun Strategi Misi Konstekstual Bagi Generasi Milenial Memanfaatkan Metaverse*, 5, no. 1 (2023): 19–35.

memiliki tujuan tertentu.¹⁰ Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan langkah-langkah yang disiapkan atau dirancang untuk mencapai hasil, target dan tujuan tertentu di masa kehidupan yang akan datang.

Pelayanan Misi Kontekstual

“Misi” berasal dari kata latin yaitu *missio* yang berarti “mengutus” atau “mengirim.”¹¹ Misi menurut para pimpinan gereja dan badan-badan misi ialah setiap usaha yang ditujukan untuk menjangkau melampaui kebutuhan gereja dengan tujuan melaksanakan Amanat Agung dengan menyatakan Injil Yesus Kristus. Kemudian misi juga diartikan sebagai usaha sengaja untuk melintasi atau menerobos rintangan-rintangan dari gereja kepada non-gereja di dalam Tubuh Kristus dan misi di dunia ini.¹²

Sedangkan kata kontekstual berarti berhubungan dengan konteks atau dalam konteks, sesuai dengan keadaan, situasi dan kejadian. Misi Kontekstual merupakan penginjilan yang dilakukan sesuai dengan Amanat Agung Yesus Kristus yang berfokus pada cara penyampaian firman Tuhan secara menyeluruh kepada masyarakat sehingga diterima sesuai dengan konteks budaya, kehidupan dan lingkungan yang ada.¹³ Pelayanan yang berbasis kontekstual juga diharapkan mampu membantu orang-orang dalam memecahkan masalah yang dialami.¹⁴ Dengan demikian pengertian dari pelayanan misi kontekstual adalah pelayanan yang dilakukan dengan menyampaikan Injil/ kabar baik tentang Yesus Kristus dalam situasi, keadaan atau konteks tertentu sehingga pesan yang disampaikan dirasakan dan diterima dengan baik.

Generasi Z

Generasi Z merupakan generasi yang lahir mulai tahun 1996-2012, dan ada setelah generasi milenial. Jadi, di tahun 2023 ini usia generasi Z yaitu sekitar 10-27 tahun.¹⁵ Generasi Z dikenal sangat dekat dengan teknologi dan mulai mengenal internet dan web seiring dengan usia generasi Z sejak masih kecil. Generasi ini juga dikenal sebagai *the silent generation*, generasi yang senyap dan generasi internet.¹⁶ Generasi Z memiliki kelebihan melek teknologi, kreatif, menerima perbedaan dalam artian generasi

¹⁰“Pengertian Strategi Menurut Para Ahli Terlengkap,” Pelayanan Publik, 2022, <https://pelayananpublik.id/2022/09/09/pengertian-strategi-menurut-para-ahli-terlengkap/>.

¹¹Yakob Tomatala, *Teologi Misi* (Jakarta: Yt Leadership Fondation, 2003), 16.

¹²Novi Yuniarti, “Sekilas Tentang Misi,” YLSA Dan SABDA, 2008, https://misi.sabda.org/sekilas_tentang_misi.

¹³Yakob Tomatala, “Pendekatan Kontekstual Dalam Tugas Misi Dan Komunikasi Injil Pasca Pandemi Covid-19,” *Jurnal Teologi Kontekstual Indonesia* 2, no. 1 (2021): 33, <https://doi.org/10.46445/jtki.v2i1.387>.

¹⁴Harming Harming and Ayu Rotama Silitonga, “Strategi Pemecahan Masalah Neurosis Depressif Dalam Pelayanan Pastoral Kontekstual,” *Shalom: Jurnal Teologi Kristen* 1, no. 1 (2021): 9, <https://doi.org/10.56191/shalom.v1i1.3>.

¹⁵“Memahami Pengertian Dari Generasi Z Beserta Karakteristiknya,” Sampoerna University, 2022, <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/generasi-z/>.

¹⁶Pipit Fitriyani, “Pendidikan Karakter Bagi Generasi Z,” *Knappptma* 7, no. Maret (2018): 307–14.

Z mampu menerima perbedaan dalam hal agama, ras, adat istiadat, dan perbedaan lainnya, peduli terhadap sesama dan senang berekspresi guna mencari jati diri.¹⁷

Sedangkan kelemahan dari generasi Z sendiri yaitu pertama FOMO atau *Fear of Missing Out*. Generasi ini dikenal sebagai generasi yang bergantung pada teknologi, khususnya internet dan media sosial. Generasi ini takut merasa kurang pergaulan, dianggap tidak mengikuti tren dan cemas jika belum mencoba tren-tren terbaru. Kedua, kecemasan dan tingkat stres yang tinggi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh *American Psychology Pshychology Association*, hal ini terjadi karena Generasi Z merasa tidak pasti dalam melihat masa depan, stres karena berita buruk di internet dan media sosial, ekspektasi yang terlalu tinggi. Ketiga, mudah mengeluh dan *self proclaimed* (mempoklamirkan diri) *self proclaimed*, generasi yang dikenal manja dan mudah tertekan.¹⁸ Dapat dipahami bahwa generasi Z memang memiliki kelebihan yaitu lebih maju dari generasi sebelumnya, tetapi juga memiliki kelemahan dimana generasi ini lebih cemas akan kehidupannya.

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)

Teknologi Informasi dan Komunikasi merupakan istilah yang mencakup semua teknologi dan layanan yang didalamnya ada komputasi, manajemen data, penyediaan telekomunikasi dan internet. TIK menyediakan cara-cara yang lebih baru, lebih baik, dan lebih cepat bagi individu untuk berinteraksi, membangun jaringan, menerima informasi, dan belajar.¹⁹ Teknologi Informasi dan Komunikasi tidak dapat dipisahkan, karena dengan adanya TIK bisa berlangsung efektif dalam memanfaatkan teknologi guna melakukan interaksi sosial antar individu dan melakukan berbagai aktivitas lainnya. Menurut Wibowo, TIK memiliki peran sangat penting bagi kehidupan manusia saat ini. Seperti halnya dalam pendidikan di mana siswa dan mahasiswa bisa mengakses berbagai sumber belajar. TIK juga berperan dalam hal bisnis dengan memanfaatkan internet sehingga bisnis bisa dilakukan secara online untuk menjangkau beberapa tempat. Kemudian TIK juga berperan penting bagi manusia untuk melakukan komunikasi dengan orang lain yang berjarak jauh dengan memanfaatkan *Handphone* untuk mengakses email, chat dan media sosial. TIK juga memainkan peran penting dalam hal memberikan hiburan bagi setiap individu dengan adanya televisi, streaming, video game, dan aplikasi hiburan lainnya.²⁰ Jadi, Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sangat berguna dan bermanfaat bagi kehidupan setiap individu saat ini.

¹⁷Salsabila Nanda, "Mengenal Gen Z, Generasi Yang Dianggap Manja," Brain Academy, 2022, <https://www.brainacademy.id/blog/gen-z>.

¹⁸Ibid.

¹⁹Arsito Ari Kuncoro, "Pentingnya Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIK)," Universitas STEKOM, 2022, <https://teknik-informatika-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Pentingnya-Teknologi-Informasi-dan-Komunikasi-TIK/a4f0251360aded90b433f72a4285b851c47dda25>.

²⁰Hamid Sakti Wibowo, *Teknologi Informasi Dan Komunikasi Untuk Mahasiswa* (Tiram Media, 2023), 6.

Strategi Misi Kontekstual Bagi Generasi Z

Memahami Budaya Generasi Z

Generasi Z memiliki karakteristik, yang pertama, *multitasking*, di mana generasi ini bisa mengerjakan beberapa pekerjaan secara bersamaan. Kedua, generasi yang memiliki ketergantungan tinggi akan teknologi. Ketiga, terbuka dengan hal-hal baru. Keempat, lebih menikmati audio visual dibandingkan dengan teks tulisan. Kelima, lebih kreatif. Keenam, inovatif. Ketujuh, generasi ini lebih kritis. Kedelapan, generasi ini dikenal lebih senang berkolaborasi dengan sesama generasi dalam memecahkan masalah yang dihadapi.²¹ Jadi, dapat dipahami bahwa generasi Z sangat berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya. Generasi ini lebih berani untuk menunjukkan kepribadian mereka sendiri. Purnomo, dan kawan-kawan beranggapan bahwa generasi Z sulit menerima pembelajaran apabila pendidik masih menerapkan gaya masa lalu yang dikenal kuno.²² Pujiono juga memiliki anggapan yang sama di mana setiap pembina atau pembimbing harus segera meninggalkan cara-cara lama supaya sukses dalam membimbing generasi Z.²³ Dapat disimpulkan bahwa generasi Z tidak suka dengan kebiasaan-kebiasaan yang lama, generasi ini suka dengan hal-hal baru yang menarik perhatian.

Kemajuan TIK membuat generasi Z lebih suka berkomunikasi lewat *smarthphone* atau secara daring. Hastini, dkk mengatakan bahwa generasi Z kurang mampu berkomunikasi secara tatap muka. Generasi ini juga kehilangan nilai-nilai atau norma-norma budaya dan agama. Selain itu, generasi Z dianggap tidak memiliki rasa komitmen, mereka bahagia dengan apa yang dimiliki saat ini dan hidup untuk saat ini. Generasi Z terpapar media melalui internet melebihi aktivitas lain selain tidur.²⁴ David Bell dalam tulisan Subowo mengatakan bahwa generasi Z adalah generasi “*internet-in-its-pocket*” yang berarti internet ada dalam saku mereka. Generasi ini bisa menghabiskan waktu hampir 9 jam dalam satu hari untuk bermain teknologi digital atau media sosial.²⁵ Hal ini menandakan bahwa generasi Z sangat dekat dengan teknologi digital dan lebih memilih menghabiskan waktu untuk mengakses internet daripada melakukan aktivitas lainnya.

Anggapan lain mengenai generasi Z dalam hal spiritual juga sangat rendah. Kajian Bilangan Research Center tahun 2021 yang dikutip oleh Tetelepta dan Gultom di mana generasi Z mempunyai indeks pertumbuhan spiritual hanya 3.50 berbanding indeks spiritual Indonesia sebesar 3.79. Dari penelitian yang dilakukan, hal ini terjadi karena generasi Z beranggapan bahwa kepemimpinan umat tidak tepat, pelayanan tidak menarik,

²¹Kristyowati, “Generasi ‘Z’ Dan Strategi Melayaninya,” 4.

²²Agus Purnomo, Nurul Ratnawati, and Nevy Farista Aristin, “Pengembangan Pembelajaran Blended Learning Pada Generasi Z,” *Jurnal Teori Dan Praksis Pembelajaran IPS* 1, no. 1 (2016): 70–76, <https://doi.org/10.17977/um022v1i12016p070>.

²³Andrias Pujiono, “Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z,” *Didache: Journal of Christian Education* 2, no. 1 (2021): 1, <https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>.

²⁴Lasti Yossi Hastini, Rahmi Fahmi, and Hendra Lukito, “Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi Dapat Meningkatkan Literasi Manusia Pada Generasi Z Di Indonesia?,” *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)* 10, no. 1 (2020): 12–28, <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678>.

²⁵Subowo, “Membangun Spiritualitas Digital Bagi Generasi Z.”

dan gereja tidak optimal.²⁶ Dapat disimpulkan bahwa generasi Z sebagian besar menganggap gereja bukanlah sesuatu yang menarik.

Dari setiap paparan di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa kebiasaan atau budaya generasi Z diantaranya ialah pertama, generasi Z suka dengan hal-hal yang instan atau praktis. Kedua, tidak suka dengan kebiasaan-kebiasaan yang lama, lebih tertarik dengan hal-hal baru yang kreatif dan inovatif. Ketiga, generasi Z sangat dekat dengan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam hal ini media sosial. Keempat, lebih suka melakukan interaksi secara daring/ *online*. Kelima, tidak terlalu tertarik dengan kegiatan-kegiatan rohani/spiritual yang monoton. Dengan demikian, setiap pelayan Tuhan yang memiliki hati untuk melayani generasi Z harus memahami beberapa kebiasaan tersebut. Generasi Z perlu adanya bimbingan rohani atau spiritual sehingga generasi ini tidak salah dalam mengambil keputusan akan Iman mereka. Dengan memahami kebiasaan atau budaya generasi Z, memudahkan pelayan untuk melakukan pelayanan/ bimbingan yang menarik perhatian, sehingga mampu menjangkau dan diharapkan adanya peningkatan pertumbuhan spiritual generasi Z dari sebelumnya.

Memahami Masalah yang Dihadapi Generasi Z

Setiap individu di dunia ini tidak lepas dari “masalah” atau persoalan hidup. Di balik masalah yang dihadapi, setiap individu pastinya memiliki kebutuhan. Harming dan Silitonga memaparkan pendapat Goa bahwa setiap manusia atau individu memiliki beberapa kebutuhan baik kebutuhan fisiologi yang bersifat fisik, kebutuhan akan rasa aman dan tentram, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan, dan kebutuhan akan aktualisasi diri guna mengembangkan diri dan melakukan sesuatu dengan baik demi dirinya sendiri.²⁷ Yeremia berpendapat bahwa generasi Z juga mengalami kehilangan rohani dalam artian melemahnya iman dan kepentingan rohani generasi, dikarenakan tidak mendapat pelayanan dari gereja. Generasi yang kehilangan spiritual adalah generasi yang tidak mencapai misi gereja yang telah ditetapkan.²⁸ Dari paparan di atas, dapat dipahami bahwa generasi Z memiliki masalah sampai kepada masalah rohaninya.

Selain itu, dari beberapa penelitian yang ditulis oleh dr. Anggraini menunjukkan bahwa generasi Z juga rentan mengalami kesehatan mental seperti kecemasan akan berita negatif, cemas karna takut ketinggalan jaman, cemas yang diakibatkan ada rasa malu karna gagal memenuhi standar media sosial.²⁹ Selain cemas, generasi Z juga mudah stres dan depresi akan kehidupan sosial, pekerjaan, dan pendidikan. Masalah yang sering terjadi saat ini ialah keinginan untuk bunuh diri. Ulfani juga memaparkan beberapa masalah mental yang sering dihadapi generasi Z, yaitu pertama, adanya gangguan

²⁶Hendrik Bernardus Tetelepta and Joni Manumpak Parulian Gultom, “Kontekstual Sinergisitas Gereja Dan Influencer Rohani Dalam Pembangunan Spiritual Generasi ‘ Z ,” *JIREH: Jurnal Ilmiah Religiosity Entity Humanity* 4, no. 2 (2022): 308–28, <https://doi.org/10.37364/jireh.v4i2.102>.

²⁷Harming and Silitonga, “Strategi Pemecahan Masalah Neurosis Depressif Dalam Pelayanan Pastoral Kontekstual.”

²⁸Yeremia, *GEREJA DAN GENERASI Z : MISI DIALOGIS PADA RUANG*, no. 1 (2023): 36.

²⁹Sabrina Anggraini, “Gen Z Rentan Alami Masalah Kesehatan Mental,” SKATA, 2022, <https://skata.info/article/detail/1363/penelitian-gen-z-rentan-alami-masalah-kesehatan-mental>.

emosional atau rasa cemas yang berlebihan, stress dan depresi. Hal ini terjadi karena faktor lingkungan seperti adanya kekerasan, pelecehan, kekhawatiran akan keuangan, politik dan media sosial. Kedua, adanya gangguan psikosis di mana seseorang tidak bisa membedakan antara kenyataan dan imajinasi. Ketiga, masalah kesepian yang intens akibat penggunaan media sosial yang berlebihan dan bersifat individualis. Keempat, pola makan tak teratur akibat terlalu sering menggunakan media sosial. Kelima, bunuh diri atau melukai diri sendiri akibat kesulitan mencari bantuan psikologis.³⁰

Menurut Anindia, dan kawan-kawan generasi Z tidak bebas dari masalah moral negatif seperti meningkatnya kecanduan media sosial dan *game online*, meningkatnya penggunaan narkoba, tindakan *bullying* dan pelecehan, kesulitan membedakan antara kebenaran dan kebohongan di dunia maya, dan sikap FOMO atau *Fear Of Missing Out* atau takut ketinggalan jaman terhadap lingkungannya.³¹ Dari berbagai paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa generasi Z memiliki masalah dalam hal mental, masalah sosial, dan masalah kerohanian yang tentunya berkaitan dengan pertumbuhan iman yang lemah. Kita bisa belajar dari pelayanan Yesus, dimana Yesus menjadi pemimpin yang mengetahui kebutuhan umatNya. Yesus adalah Pribadi yang siap menolong mereka yang letih lesu dan berbeban berat.³² Generasi ini hidup di tengah-tengah pergaulan yang tidak baik. Sesuai dengan firman Tuhan dalam 1 Korintus 15:33 bahwa pergaulan yang buruk dapat merusak kebiasaan yang baik. Dengan demikian, perlu dilakukan pelayanan khusus kepada generasi Z sehingga generasi ini tidak salah langkah dan tetap hidup dalam kebenaran, tentunya setiap pelayan atau pembimbing perlu berjuang dalam menjangkau generasi Z sesuai dengan konteks atau situasi yang ada.

Strategi Misi Kontekstual Bagi Generasi Z Memanfaatkan TIK

Membagikan Konten Rohani Melalui Media Sosial

Sesuai dengan budaya generasi Z di mana mereka dekat dengan TIK, maka pelayan misi untuk menjangkau generasi Z harus dilakukan sesuai dengan apa yang membuat mereka tertarik dan nyaman, dan dalam hal ini ialah TIK. Pelayan misi perlu mempelajari dan menguasai penggunaan Teknologi yang ada sehingga mempermudah untuk melakukan pelayanan dengan memanfaatkan TIK. Jenis TIK yang sering sekali digunakan oleh generasi Z ialah media sosial, seperti: *Instagram, Facebook, WhatsApp, TikTok, Telegram, Twitter* atau yang dikenal saat ini dengan *X, Youtube*, dan yang terbaru ialah *Threads* yang sedang hangat diperbincangkan dikalangan generasi Z. Sesuai dengan hasil laporan terbaru dari *We Are Social* mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial terbanyak di kalangan usia 16-64 tahun ialah *WhatsApp* (92,1%), *Instagram* (86,5%),

³⁰Nurfauziah Ulfanni, "Duh! Berikut 5 Masalah Mental Yang Sering Dialami Gen Z," Kilat.Com, 2022, <https://www.kilat.com/tren/pr-8445660970/duh-berikut-5-masalah-mental-yang-sering-dialami-gen-z>.

³¹Eka Bella Anindia, Masduki Asbari, and Rukdhatul Akmal, *Literaksi : Jurnal Manajemen Pendidikan Solusi e-Book Terhadap Pembentukan Moralitas Generasi Z?*, 01, no. 01 (2023): 152–56.

³²Paulus Kunto Baskoro and Farel Yosua Sualang, *Prinsip-Prinsip Pelayanan Tuhan Yesus Menurut Matius 11:28-31 Dan Relevansinya Bagi Karakteristik Kepemimpinan Gembala Sidang Masa Kini*, 2, no. 1 (2022): 8.

Facebook (83,8%), TikTok (70,8%), Telegram (64,3%), FB Messenger (51,9%).³³ Data tersebut menjelaskan bahwa generasi Z tertarik dengan hal-hal yang berkaitan dengan media sosial.

Dengan demikian, pelayanan misi bisa dilakukan dengan membagikan firman Tuhan melalui media sosial yang ada. Pelayan misi bisa memanfaatkan aplikasi berbagi status yang sering digunakan oleh generasi Z seperti aplikasi *WhatsApp*, *Instagram*, dan *Facebook*. Namun, perlu diketahui bahwa menggunakan aplikasi ini perlu adanya respon awal dari target yang ingin dituju yaitu persetujuan untuk bertukar nomor telepon dan merespon pertemanan pada aplikasi tersebut. Pelayan terhadap generasi Z perlu dilakukan pendekatan khusus, sehingga firman Tuhan bisa sampai kepada mereka selaku target misi, dan hal ini bisa dimulai kepada anak muda atau generasi Z yang telah dikenal dan yang ada di gereja sendiri. Generasi Z suka dengan hal-hal yang kreatif dan *to the point*, oleh sebab itu pembagian firman Tuhan lewat status, *feed*, *reels* bisa dilakukan dengan tidak monoton yakni tulisan saja, tetapi dengan sentuhan editing dan dengan menambahkan gambar menggunakan aplikasi editing yang tersedia saat ini. Aplikasi editing yang bisa digunakan seperti halnya *Canva*, *Adobe Photo Shop*, dll. Hal yang tak kalah penting ialah firman Tuhan yang dibagikan pun harus sesuai dengan kebutuhan generasi Z.

Emiyati, Silitonga dan Widyawati menjelaskan bahwa firman Tuhan yang dibagikan akan lebih baik jika sesuai dengan kebutuhan seseorang, hal ini dikarenakan seseorang akan merasa bosan dan jenuh apabila firman Tuhan yang disampaikan tidak “mengena” di hati mereka. Generasi ini lebih mencari kata-kata yang tepat atau cocok dengan situasi yang sedang dialami.³⁴ Tetelepta dan Gultom juga memiliki pemahaman yang sama yaitu kualitas firman Tuhan yang diajarkan atau dibagikan harus dapat dipraktekkan dan sesuai dengan kebutuhan kekinian, di satu sisi sebagai pelayan yang membagikan firman Tuhan harus disertai dengan otoritas dan kuasa yang mengubah.³⁵ Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa generasi Z memerlukan adanya pengertian, dukungan, kepedulian dan keberpihakan terhadap hidupnya. Pelayan misi bisa menjangkau generasi Z dengan menggunakan TIK untuk membagikan berbagai firman Tuhan yang secara tidak langsung memberi dukungan dan pengertian dalam bentuk design kreatif yang secara otomatis akan dibaca dan dilihat oleh setiap generasi yang dalam kehidupan sehari-harinya menggunakan media sosial. Cara ini akan relevan apabila firman Tuhan yang dicantumkan menjawab beberapa masalah generasi Z. Contoh firman Tuhan yang menguatkan ialah Ulangan 31:6; 2 Tawarikh 15:7; Filipi 4:6, dan

³³Caroline Saskia, “15 Medsos Favorit Orang Indonesia, Nomor 1 Bukan Instagram,” KOMPAS.Com, 2023, <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/14/10300097/15-medsos-favorit-orang-indonesia-nomor-1-bukan-instagram?page=all>.

³⁴Ayang Emiyati, Ayu Rotama Silitonga, and Ni Kadek Sri Widyawati, “Pendekatan Kontekstual Sebagai Upaya Penginjian Kepada Remaja Kristen,” *Jurnal Teologi Kontekstual Indonesia* 2, no. 1 (2021): 23, <https://doi.org/10.46445/jtki.v2i1.374>.

³⁵Tetelepta and Gultom, “Kontekstual Sinergisitas Gereja Dan Influencer Rohani Dalam Pembangunan Spiritual Generasi ‘Z,’” 322.

masih banyak lagi. Dengan kata lain, mau tidak mau kita harus mencari ayat-ayat khusus yang secara gamlang memberi kekuatan.

Aplikasi lain dalam media sosial yang sering digunakan yaitu aplikasi *TikTok*, di mana aplikasi ini menyediakan video-video singkat dan sering ditemukan video-video rohani yang membagikan kesaksian, firman Tuhan dan pujian-pujian rohani. Sebagai pelayan misi yang kontekstual, hal ini bisa dimanfaatkan dengan baik. Pelayan Tuhan bisa membagikan video pujian rohani yang diambil dari *Youtube*, membagikan ayat firman Tuhan dalam bentuk video yang sudah diedit. Seperti yang sudah dijelaskan di atas, bahwa memang dalam situasi ini perlu belajar dan menguasai TIK sehingga mempermudah pelayanan misi kontekstual kepada generasi Z. Firamadhina dan Krisnani menjelaskan mengenai pembuatan video di *TikTok* secara teknis sangat mudah, pengguna dapat memilih musik dalam mesin pencarian yang tersedia dalam vitur aplikasi dan bebas memilih sesuai keinginan pengguna. Selain itu, pengguna juga dapat menyunting video dengan gaya tulisan yang telah disediakan dan adanya penambahan efek video. Setelah itu, pengguna dapat menuliskan judul konten yang diinginkan menggunakan tagar atau *hashtag*.³⁶ Aplikasi *TikTok* lebih luas, karena tidak perlu adanya konfirmasi pertemanan. Secara otomatis konten ini akan tersebar kepada siapapun yang menggunakan *TikTok*, dengan ketentuan judul yang diberikan harus sesuai dengan tren yang ada.

Melakukan Kegiatan Rohani Secara Daring

Dalam satu hari, generasi Z bisa menghabiskan waktu sebanyak 9 jam hanya untuk bermain media sosial lewat *smartphone*. Hal ini bisa dimanfaatkan untuk menjangkau mereka dengan melakukan kegiatan rohani secara daring, di mana generasi Z tetap menggunakan *smartphone*. Jenis aplikasi panggilan video yang bisa dimanfaatkan dalam pertemuan ini dengan menampung banyak pengguna ialah seperti *Zoom Meeting*, *Google Meet*, *Skype*, *Microsoft Teams*, *Cisco Webex* dan *Blue Jeans*. Tetapi yang paling sering digunakan di masa sekarang dan terlebih khusus di masa pandemi yang lalu, ialah *Zoom Meeting* dan *Google Meet*. Aplikasi panggilan video ini juga bisa menjadi alternatif untuk menjangkau generasi Z diluar dari gereja sendiri bahkan bisa diikuti oleh berbagai generasi yang juga memiliki waktu bermain *smartphone*.

Kegiatan yang perlu dilakukan untuk menjangkau mereka ialah aktivitas rohani secara daring dengan tema yang menarik perhatian dan tentunya sesuai dengan kebutuhan generasi Z. Generasi Z memerlukan ibadah yang kreatif dengan waktu yang tidak panjang, selanjutnya firman Tuhan yang disampaikan dengan baik, yang terakhir ialah pengajaran yang benar.³⁷ Firman Tuhan yang panjang tentulah dianggap membosankan oleh generasi ini, dikarenakan generasi Z suka dengan hal-hal yang praktis atau *to the point*. Gultom memiliki anggapan bahwa Generasi Z tertarik dengan ibadah yang kreatif,

³⁶Fadhliha Izzati Rinanda Firamadhina and Hetty Krisnani, "PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme," *Share : Social Work Journal* 10, no. 2 (2021): 199, <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>.

³⁷Kristyowati, "Generasi 'Z' Dan Strategi Melayaninya," 7.

ajaran Alkitab yang membangun iman dan dukungan spiritual yang kuat.³⁸ Jadi, dapat disimpulkan bahwa sesuai dengan karakteristik generasi Z yang kreatif dan memiliki pergumulan tersendiri yang terkadang membuat mereka salah langkah, sehingga sebagai pelayan perlu untuk melakukan kegiatan rohani secara daring yang tidak kaku atau tidak monoton dan kreatif dengan membagikan firman Tuhan yang dapat menjawab pergumulan generasi Z sendiri.

Adapun contoh kegiatan yang bisa dilakukan yaitu seperti ibadah daring yang tidak monoton, *sharing* pengalaman hidup, di mana pelayan sebagai dapat memposisikan diri sebagai pendengar yang baik, dan berdoa bersama. Kegiatan ini bisa diselengi dengan *games* ringan dan kuis Alkitab sehingga memberi tantangan bagi generasi Z. Kemudian kegiatan lain seperti seminar ringan yang bertujuan untuk membimbing generasi Z untuk menghadapi masalah yang sedang dan akan dihadapi, tentunya dengan menggunakan tema-tema yang kekinian. Setiap kegiatan tersebut tidak lepas dari pemberitaan firman Tuhan dan tujuan awal yaitu pelayan misi untuk menjangkau generasi Z sehingga iman mereka mengalami pertumbuhan di dalam Tuhan dan tidak meninggalkan gereja lokal.

Melibatkan Generasi Z Dalam Pelayanan

Generasi Z ada dalam usia sedang mencari jati diri. Hal ini bisa diperhatikan dan menjadi bahan pertimbangan bagi pelayan misi dengan melibatkan generasi Z dalam kegiatan rohani yang dilakukan secara daring. Generasi ini sendiri mengatakan bahwa gereja bisa melibatkan mereka dalam berbagai kegiatan dan mempersiapkan mereka dalam menghadapi masa depan.³⁹ Salah satu cara yang bisa dilakukan dalam pelayanan kontekstual bagi generasi ini adalah melibatkan mereka dalam pelayanan yang dapat menarik perhatian generasi Z. Tacoy dalam tulisan Emyati, dan kawan-kawan mengatakan bahwa dengan melibatkan kaum muda dalam pelayanan bisa menjadi jembatan untuk mengetahui kegiatan apa yang kaum ini inginkan, dimulai dari jenis kegiatan, waktu kegiatan, dsb.⁴⁰ Dapat disimpulkan bahwa generasi Z akan merasa dirinya dihargai dan bisa mengembangkan talenta yang mereka miliki apabila dilibatkan dalam kegiatan daring. Generasi Z bisa menuangkan ide, gagasan-gagasan, dan kreativitas, hal ini juga bisa membuat generasi Z lebih percaya diri dan berani. Tentunya tetap dalam bimbingan pelayan sebagai pemandu kegiatan.

Sintauli dalam tulisannya beranggapan bahwa dengan melibatkan generasi Z secara aktif, mampu membuat mereka tetap ada dan fokus dalam proses pembelajaran. Sebaliknya, generasi Z yang dibiarkan pasif akan mengaktifkan diri sendiri dengan internet di saku mereka.⁴¹ Disisi lain, generasi Z menyukai kegiatan yang melibatkan diri

³⁸Tetelepta and Gultom, "Kontekstual Sinergisitas Gereja Dan Influencer Rohani Dalam Pembangunan Spiritual Generasi 'Z'," 310.

³⁹Kristyowati, "Generasi 'Z' Dan Strategi Melayaninya," 7.

⁴⁰Emiyati, Silitonga, and Widyawati, "Pendekatan Kontekstual Sebagai Upaya Penginjilan Kepada Remaja Kristen."

⁴¹Sintauli, "Mendidik Generasi Z Gereja: Peran Media Sosial Di Tengah Bahaya Always-On Attention Deficit Disorder."

mereka secara aktif.⁴² Dengan demikian, sebagai pelayan dan pemimpin rohani, dapat memanfaatkan situasi ini sebagai tempat atau wadah dan ruang bagi generasi Z untuk mengembangkan diri dan menjadi tempat bertumbuhnya iman mereka.

Implikasi

Penulis berharap melalui tulisan ini, dapat membantu pelayanan misi kontekstual dalam menjangkau generasi Z dengan memiliki strategi yang tepat dan tentunya dengan memanfaatkan TIK. Melalui perkembangan dan kemajuan TIK di tengah-tengah kalangan masyarakat khususnya anak muda, diharapkan pelayan misi kontekstual bisa menjangkau jiwa-jiwa baru bagi Kristus. Jika hal-hal di atas dapat dilakukan oleh setiap pelayan, maka jiwa-jiwa muda ini merasa diperhatikan dan terpenuhi kebutuhan rohani mereka, dengan demikian generasi muda bisa mengambil jalan keluar atau keputusan yang baik bagi persoalan hidup mereka.

Rekomendasi untuk Penelitian Lanjutan

Penulis merekomendasikan untuk penulisan atau penelitian lanjutan. Hal ini penting untuk dilakukan secara berkesinambungan mengingat penelitian secara langsung kepada setiap pelayan Tuhan yang terjun atau melayani khusus kepada generasi Z dan jika berkenan penelitian ini diarahkan secara khusus kepada konten kreator rohani yang melakukan pelayanan melalui media sosial. Pada akhirnya perlu mengetahui secara langsung bagaimana dampak nyata penggunaan media sosial terhadap pelayanan kepada anak-anak muda atau generasi Z yang terus berkembang dan yang bersifat dinamis ini.

KESIMPULAN

Pelayanan misi kontekstual bagi generasi Z merupakan sebuah kebutuhan di masa sekarang. Generasi Z memerlukan bimbingan secara rohani guna memperkuat iman mereka. Dengan memahami kebiasaan atau budaya generasi Z, maka akan mempermudah para pelayan untuk menjangkau mereka melalui pelayanan misi sesuai dengan konteks yang ada hari ini. Di tengah-tengah perkembangan TIK yang sangat pesat dan sebagaimana diketahui bahwa generasi Z sangat dekat dengan TIK khususnya media sosial, para pelayan bisa memanfaatkan hal ini untuk menjangkau generasi Z. Dengan memanfaatkan TIK bukan berarti menghilangkan kualitas firman Tuhan, sebaliknya firman Tuhan harus tetap disampaikan dalam kerangka menjangkau generasi Z. Pelayan perlu menggunakan TIK sebagai sarana atau ruang untuk pertumbuhan iman generasi Z, oleh sebab itu perlu adanya kepekaan pelayan terhadap situasi dan kemajuan TIK saat ini.

Dengan demikian ada tiga hal yang perlu dilakukan dalam membangun pelayanan misi kontekstual memanfaatkan TIK bagi generasi Z antara lain: *pertama*, membagikan konten rohani melalui media sosial di mana hal ini perlu, dikarenakan generasi Z bisa menghabiskan waktu mereka cukup lama hanya untuk bermain media sosial. *Kedua*, melakukan kegiatan rohani secara daring yang menarik perhatian generasi Z dengan kreatif dan inovatif. *Ketiga*, melibatkan generasi Z dalam pelayanan, sehingga mereka

⁴²Yeremia, *GEREJA DAN GENERASI Z : MISI DIALOGIS PADA RUANG*.

Okta Astawa, et al.

ada ketertarikan dan merasa dihargai dalam kegiatan yang dilakukan. Pada akhirnya dengan melakukan ketiga point di atas, diharapkan bisa menjadi semangat bagi generasi Z untuk terus bertumbuh dalam Tuhan dan tidak akan meninggalkan gereja, di mana pelayanan yang dilakukan pun diharapkan bisa menjadi bekal untuk menolong generasi Z sehingga lebih memahami kebenaran firman Tuhan dan menggunakan TIK dengan lebih bijak lagi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada penulis pertama, Okta Astawa, atas koordinasi dan kontribusi pemikiran dalam penyusunan naskah ini. Terima kasih juga disampaikan kepada penulis ketiga, Brian Marpay, atas keterlibatan dan masukan yang memperkaya pembahasan. Penulis mengucapkan terima kasih kepada para reviewer atas catatan kritis yang menolong penyempurnaan tulisan. Apresiasi juga diberikan kepada tim editor atas peran pentingnya dalam merapikan dan memperjelas naskah.

RUJUKAN

- Anggraini, Sabrina. "Gen Z Rentan Alami Masalah Kesehatan Mental." SKATA, 2022. <https://skata.info/article/detail/1363/penelitian-gen-z-rentan-alami-masalah-kesehatan-mental>.
- Anindia, Eka Bella, Masduki Asbari, and Rukdhatul Akmal. *Literaksi : Jurnal Manajemen Pendidikan Solusi e-Book Terhadap Pembentukan Moralitas Generasi Z ?* 01, no. 01 (2023): 152–56.
- Baskoro, Paulus Kunto, and Farel Yosua Sualang. *Prinsip-Prinsip Pelayanan Tuhan Yesus Menurut Matius 11:28-31 Dan Relevansinya Bagi Karakteristik Kepemimpinan Gembala Sidang Masa Kini*. 2, no. 1 (2022).
- Emiyati, Ayang, Ayu Rotama Silitonga, and Ni Kadek Sri Widyawati. "Pendekatan Kontekstual Sebagai Upaya Penginjilan Kepada Remaja Kristen." *Jurnal Teologi Kontekstual Indonesia* 2, no. 1 (2021): 23. <https://doi.org/10.46445/jtki.v2i1.374>.
- Firamadhina, Fadhlizha Izzati Rinanda, and Hetty Krisnani. "PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme." *Share : Social Work Journal* 10, no. 2 (2021): 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>.
- Fitriyani, Pipit. "Pendidikan Karakter Bagi Generasi Z." *Knappptma* 7, no. Maret (2018): 307–14.
- Hamzah, Amir. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Sumedang: Literasi Nusantara, 2019.
- Harming, Harming, and Ayu Rotama Silitonga. "Strategi Pemecahan Masalah Neurosis Depresif Dalam Pelayanan Pastoral Kontekstual." *Shalom: Jurnal Teologi Kristen* 1, no. 1 (2021): 43–52. <https://doi.org/10.56191/shalom.v1i1.3>.
- Hastini, Lasti Yossi, Rahmi Fahmi, and Hendra Lukito. "Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi Dapat Meningkatkan Literasi Manusia Pada Generasi Z Di Indonesia?" *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)* 10, no. 1 (2020): 12–28. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678>.

- Hutabarat, Samuel, and Romi Lie. *Membangun Strategi Misi Konstekstual Bagi Generasi Milenial Memanfaatkan Metaverse*. 5, no. 1 (2023): 19–35.
- Kristyowati, Yuli. “Generasi ‘Z’ Dan Strategi Melayaninya.” *Ambassador: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 2, no. 1 (2021): 2.
- Kuncoro, Arsito Ari. “Pentingnya Teknologi Informasi Dan Komunikasi (TIK).” Universitas STEKOM, 2022. <https://teknik-informatika-s1.stekom.ac.id/informasi/baca/Pentingnya-Teknologi-Informasi-dan-Komunikasi-TIK/a4f0251360aded90b433f72a4285b851c47dda25>.
- Mardatila, Ani. “Perkembangan Teknologi Informasi Di Indonesia, Patut Diketahui.” Merdeka.Com, 2022. <https://www.merdeka.com/sumut/perkembangan-teknologi-informasi-di-indonesia-kln.html>.
- Moeljadi, David, Jurusan Linguistik dan Kajian Multibahasa, Fakultas Humaniora dan Ilmu Sosial, Diseminasi V Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi, and Badan Bahasa. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. 2016.
- Nanda, Salsabila. “Mengenal Gen Z, Generasi Yang Dianggap Manja.” Brain Academy, 2022. <https://www.brainacademy.id/blog/gen-z>.
- Nusantara, Bina. “Begini Perbedaan Generasi Baby Boomers, X, Y, Z, Dan Alpha.” Binus University Online, 2021. <https://onlinelearning.binus.ac.id/2021/12/06/begini-perbedaan-generasi-baby-boomers-x-y-z-dan-alpha/>.
- Pelayanan Publik. “Pengertian Strategi Menurut Para Ahli Terlengkap.” 2022. <https://pelayananpublik.id/2022/09/09/pengertian-strategi-menurut-para-ahli-terlengkap/>.
- Pujiono, Andrias. “Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z.” *Didache: Journal of Christian Education* 2, no. 1 (2021): 1. <https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>.
- Purnomo, Agus, Nurul Ratnawati, and Nevy Farista Aristin. “Pengembangan Pembelajaran Blended Learning Pada Generasi Z.” *Jurnal Teori Dan Praksis Pembelajaran IPS* 1, no. 1 (2016): 70–76. <https://doi.org/10.17977/um022v1i12016p070>.
- Sampoerna University. “Memahami Pengertian Dari Generasi Z Beserta Karakteristiknya.” 2022. <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/generasi-z/>.
- Saskia, Caroline. “15 Medsos Favorit Orang Indonesia, Nomor 1 Bukan Instagram.” KOMPAS.Com, 2023. <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/14/10300097/15-medsos-favorit-orang-indonesia-nomor-1-bukan-instagram?page=all>.
- Sintauli, Susanna Erika. “Mendidik Generasi Z Gereja: Peran Media Sosial Di Tengah Bahaya Always-On Attention Deficit Disorder.” *Aradha: Journal of Divinity, Peace and Conflict Studies* 1, no. 2 (2021): 107. <https://doi.org/10.21460/aradha.2021.12.701>.
- Subowo, Adhika Tri. “Membangun Spiritualitas Digital Bagi Generasi Z.” *DUNAMIS: Jurnal Teologi Dan Pendidikan Kristiani* 5, no. 2 (2021): 379–95. <https://doi.org/10.30648/dun.v5i2.464>.

Okta Astawa, et al.

- Tetelepta, Hendrik Bernardus, and Joni Manumpak Parulian Gultom. "Kontekstual Sinergisitas Gereja Dan Influencer Rohani Dalam Pembangunan Spiritual Generasi ' Z .'" *JIREH: Jurnal Ilmiah Religiosity Entity Humanity* 4, no. 2 (2022): 308–28. <https://doi.org/10.37364/jireh.v4i2.102>.
- Tomatala, Yakob. "Pendekatan Kontekstual Dalam Tugas Misi Dan Komunikasi Injil Pasca Pandemi Covid-19." *Jurnal Teologi Kontekstual Indonesia* 2, no. 1 (2021): 33. <https://doi.org/10.46445/jtki.v2i1.387>.
- . *Teologi Misi*. Jakarta: Yt Leadership Fondation, 2003.
- Ulfanni, Nurfauziah. "Duh! Berikut 5 Masalah Mental Yang Sering Dialami Gen Z." *Kilat.Com*, 2022. <https://www.kilat.com/tren/pr-8445660970/duh-berikut-5-masalah-mental-yang-sering-dialami-gen-z>.
- Wau, Hasanema. "Pertumbuhan Gereja Lokal Melalui Proses Pemuridan Hasanema." *Predical Verbum: Jurnal Teologi Dan Misi* 3, no. 1 (2023).
- Wibowo, Hamid Sakti. *Teknologi Informasi Dan Komunikasi Untuk Mahasiswa*. Tiram Media, 2023.
- Yeremia. *GEREJA DAN GENERASI Z : MISI DIALOGIS PADA RUANG*. no. 1 (2023).
- Yuniarti, Novi. "Sekilas Tentang Misi." *YLSA Dan SABDA*, 2008. https://misi.sabda.org/sekilas_tentang_misi.