



STRATEGI EVANGELISASI DIGITAL MELALUI SOSIAL TERHADAP GENERASI Z: SEBUAH PENDEKATAN KONTEKSTUAL DALAM PEWARTAAN INJIL

Triatno Matteuw,
trimatteuw200403@gmail.com
Institut Agama Kristen Negeri Manado

Jalia Christyanti Darundas,
jaliadarundas@gmail.com
Institut Agama Kristen Negeri Manado

Calvien Marzuki,
calvienmarzuki7@gmail.com
Institut Agama Kristen Negeri Manado

Correspondence:

trimatteuw200403@gmail.com

Article History:

Submitted: Juni 5,
2025

Reviewed: Juni 10,
2025

Accepted: Juni 30,
2025

Keywords: Digital evangelization, proclamation of the Gospel, generation Z, social media, contextual approach.

Copyright:

License:



Abstract

The advancement of information and communication technology has brought about significant transformations in social interaction patterns, including in the practice of Christian faith proclamation. Generation Z, as a digital-native generation, shows a strong preference for social media as the main medium for receiving information and forming religious identity. This study aims to examine digital evangelization strategies that are contextual and adaptive to the characteristics and socio-cultural dynamics of this generation. With a descriptive-qualitative approach based on literature studies, this paper highlights the importance of integrating theological values with creative and relational digital communication methods. Evangelization in the digital era is not only about the distribution of messages of faith, but also demands authentic and dialogical involvement in cyberspace. Therefore, contextual strategies are urgent in bridging the proclamation of the Gospel with the digital reality of generation Z.

Abstrak

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah menghadirkan transformasi signifikan dalam pola interaksi sosial, termasuk dalam praktik pewartaan iman Kristen. Generasi Z, sebagai generasi digital-native, menunjukkan preferensi yang kuat terhadap media sosial sebagai medium utama dalam menerima informasi dan membentuk identitas religius. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi evangelisasi digital yang kontekstual dan adaptif terhadap karakteristik serta dinamika sosial-budaya generasi tersebut. Dengan pendekatan deskriptif-kualitatif berbasis studi literatur, tulisan ini menyoroti pentingnya integrasi nilai-nilai teologis dengan metode komunikasi digital yang kreatif dan relasional. Evangelisasi di era digital bukan hanya menyangkut distribusi pesan-pesan iman, tetapi juga menuntut keterlibatan yang otentik dan dialogis dalam ruang maya. Oleh karena itu, strategi kontekstual menjadi urgensi dalam menjembatani pewartaan Injil dengan realitas digital generasi Z.

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi, khususnya media sosial, telah merevolusi cara manusia berinteraksi, membentuk identitas, dan membagikan pengalaman. Gereja dan komunitas Kristen tidak dapat mengabaikan kenyataan bahwa media sosial bukan sekadar alat komunikasi, melainkan sebuah ruang kehidupan baru di mana nilai, keyakinan, dan budaya berinteraksi secara intensif. Di tengah perubahan ini, muncul pertanyaan teologis dan praktis: bagaimana Injil dapat diwartakan secara otentik dan relevan melalui media sosial? Pertanyaan ini menuntut refleksi mendalam atas misi gereja di era digital.

Pewartaan Injil adalah tugas utama gereja yang bersumber pada amanat agung Kristus dalam Matius 28: 29-21 injil harus disampaikan kepada segala bangsa dalam konteks waktu dan budaya yang berbeda-beda (Hartono, 2018). Dalam sejarahnya, gereja telah menggunakan berbagai media untuk menyampaikan pesan keselamatan, mulai dari komunikasi lisan, tulisan, hingga media cetak dan elektronik.

Kini, media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok, Facebook, dan X (dulu Twitter) telah menjadi ruang publik digital tempat miliaran orang berkumpul. Sebagai ruang budaya baru, media sosial menjadi medan misi yang strategis, di mana nilai-nilai Kristiani dapat diperkenalkan, didiskusikan, dan dihidupi secara kreatif dan interaktif.

Kemajuan teknologi digital telah memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam hal praktik keagamaan khususnya di kalangan Generasi Z. Kelompok generasi ini, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dibesarkan dalam lingkungan yang sangat lekat dengan perkembangan teknologi digital. Sejak usia dini, mereka sudah terbiasa menggunakan internet, media sosial, dan perangkat pintar, yang secara langsung memengaruhi cara mereka dalam berkomunikasi, mengakses pengetahuan, dan memahami realitas di sekitarnya.

Menurut Subowo Generasi Z menunjukkan kecenderungan yang khas, yakni memiliki inisiatif tinggi dalam mencari informasi secara mandiri melalui media digital, serta lebih menyukai bentuk konten yang interaktif dan berbasis visual (Subowo, 2021).

Di samping itu, paparan terhadap berbagai perspektif global melalui media digital membuat mereka lebih terbuka terhadap keragaman budaya, gender, dan pandangan politik dibanding generasi sebelumnya. Identitas digital mereka banyak dibentuk oleh media sosial, yang berperan sebagai sarana ekspresi diri dan interaksi sosial yang luas. Namun demikian, tingginya arus informasi menuntut Generasi Z untuk memiliki kemampuan berpikir kritis dalam memilah dan mengevaluasi validitas informasi yang diterima (Khoirunisa & Oktavia, 2025). Generasi Z memiliki kapasitas yang signifikan untuk mendorong perluasan misiologi dalam konteks era Society 5.0. Daya adaptasi yang kuat terhadap kemajuan teknologi, serta kemampuan untuk secara kreatif mengoptimalkan berbagai

platform digital, menjadikan Gen Z sebagai aktor strategis dalam menjalankan dan menyebarluaskan Amanat Agung (Gulo, 2023).

B. Metode Penelitian

Untuk mencapai tujuan penelitian ini, peneliti menerapkan metode kualitatif dengan metode studi kasus sebagai pendekatan utama. Penelitian ini akan menggali secara mendalam strategi evangelisasi digital yang efektif dalam menjangkau Generasi Z melalui media sosial di konteks tertentu. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, analisis mendalam dengan para pelaku evangelisasi digital dan Generasi Z yang aktif di media sosial, serta analisis dokumen buku dan jurnal serta konten-konten digital yang digunakan dalam proses evangelisasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola, tema, dan strategi yang relevan dalam konteks pewartaan Injil kepada Generasi Z. Kredibilitas temuan penelitian akan diperkuat melalui triangulasi data dari berbagai sumber. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang strategi evangelisasi digital yang efektif dan kontekstual bagi Generasi Z, serta memberikan rekomendasi praktis bagi para pelayan gereja dan pekerja misi dalam memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan Injil.

C. Pembahasan

1. Profil Generasi Z: Karakteristik dan pola pikir

Generasi Z, atau yang sering disebut sebagai Gen Z merupakan kelompok demografis yang lahir antara 1995 - 2012 Mereka adalah generasi pertama yang tumbuh dalam lingkungan yang sepenuhnya digital, di mana internet, media sosial, dan teknologi seluler menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari (Dimas & Sasono, 2025). Keunikan Gen Z terletak pada cara mereka berinteraksi dengan informasi, membangun relasi sosial, dan membentuk identitas diri dalam dunia yang semakin global dan cepat berubah. Digital natives adalah salah satu karakteristik dari Gen Z dimana mereka hidup sejak awal dalam dunia virtual (White, 2017).

Gen Z dikenal sebagai generasi yang sangat beragam secara budaya dan lebih terbuka terhadap perbedaan. Paparan terhadap berbagai nilai, pandangan, dan budaya melalui media digital menjadikan mereka cenderung lebih inklusif dan toleran. Di sisi lain, mereka juga menghadapi tekanan identitas karena harus menavigasi antara nilai-nilai tradisional yang diwariskan dan tuntutan modernitas yang berkembang sangat cepat.

Sebagai generasi yang dibesarkan dalam era informasi, Gen Z memiliki kapasitas tinggi dalam mengakses, memilah, dan menyaring data. Pola pikir kritis ini juga tercermin dalam kecenderungan mereka untuk menuntut keaslian dan transparansi, baik dari institusi, media, maupun figur publik. Mereka tidak mudah terpengaruh oleh propaganda, melainkan lebih menghargai narasi yang

relevan, kontekstual, dan menyentuh pengalaman nyata. Dalam hal spiritualitas dan nilai hidup, Gen Z memperlihatkan spektrum yang luas. Sebagian besar dari mereka tidak mengikuti pola keberagamaan tradisional secara kaku, namun tetap menunjukkan minat terhadap pencarian makna hidup. Religiusitas bagi Gen Z lebih bersifat personal, reflektif, dan tidak selalu berwujud dalam ritual formal. Mereka lebih menyukai ekspresi iman yang otentik, kontekstual, dan berkaitan langsung dengan isu-isu sosial seperti keadilan, lingkungan, dan empati antar sesama.

Di satu sisi, Gen Z memiliki keunggulan berupa daya adaptasi teknologi yang tinggi, kreativitas dalam memecahkan masalah, serta kemampuan berjejaring secara global. Namun di sisi lain, mereka juga rentan terhadap krisis identitas, kecemasan sosial, dan ketergantungan digital. Tantangan besar yang dihadapi Gen Z bukan hanya pada tingkat teknologis, tetapi juga dalam membangun makna hidup yang utuh di tengah dunia yang serba cepat dan serba instan.

2. Media Sosial Sebagai Media Pewartaan Injil Kontemporer

Dalam konteks perkembangan teknologi informasi yang pesat, media sosial telah menjadi salah satu sarana komunikasi yang sangat efektif dan efisien. Gereja sebagai institusi yang memiliki misi utama untuk mewartakan Injil dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat pewartaan. Hal ini sejalan dengan Amanat Agung Kristus yang menegaskan pentingnya menjadikan semua bangsa murid-Nya tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu (Matius 28:19). Oleh karena itu, media sosial menjadi konteks baru yang strategis bagi Gereja dalam menyebarkan kabar baik Kerajaan Allah di era modern ini (Sihotang, 2024).

Media sosial menawarkan berbagai platform seperti Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp, TikTok, dan Twitter yang dapat dimanfaatkan untuk menyebarkan pesan Injil secara luas dan cepat. Keunggulan media sosial terletak pada kemudahan akses, kecepatan penyebaran informasi, serta interaktivitas yang memungkinkan dialog dan pembentukan komunitas iman secara virtual. Contohnya, penginjil dapat membagikan artikel inspiratif, khotbah singkat, renungan harian, dan kesaksian melalui berbagai format konten seperti teks, video, dan audio. Selain itu, fitur live streaming memungkinkan pelaksanaan ibadah dan kegiatan rohani secara daring yang dapat diakses oleh umat di berbagai lokasi. Pemanfaatan media sosial juga memberikan peluang bagi Gereja untuk membangun paguyuban online yang saling mendukung secara rohani dan sosial. Grup atau forum online dapat menjadi wadah bagi umat untuk berinteraksi, saling mendoakan, dan berbagi pengalaman iman, sehingga memperkuat jaringan komunitas Gereja di era digital.

3. Dinamika Misi Digital: Tantangan Dan Peluang

Perkembangan teknologi digital telah merevolusi cara manusia berinteraksi, berpikir, dan hidup

beriman. Dunia maya bukan lagi sekadar ruang informasi, tetapi telah menjadi habitat eksistensial, khususnya bagi generasi muda yang dikenal sebagai digital native. Gereja, sebagai komunitas pewarta Sabda Allah, diundang untuk hadir secara aktif dan relevan dalam dunia ini. Evangelisasi digital bukan lagi alternatif, melainkan keniscayaan dalam konteks misi Gereja partikular yang misioner.

Salah satu peluang terbesar dari era digital adalah luasnya jangkauan yang dapat dicapai oleh pesan Injil. Melalui media sosial, podcast, situs web, dan platform video seperti YouTube, Instagram, atau TikTok, Gereja dapat menjangkau orang-orang dari berbagai latar belakang budaya dan geografis secara instan. Pewartaan tidak lagi terbatas oleh ruang fisik, melainkan terbuka dalam skala global. Pendekatan seperti Digital Incarnational Ministry menjadi relevan di mana pelayan-pelayan Gereja masuk dan berbaur dalam komunitas digital untuk menghadirkan Injil secara kontekstual dan bermakna.

Selain itu, terdapat hambatan etis dan teknis dalam evangelisasi digital. Isu-isu seperti privasi data, manipulasi algoritma, penyebaran hoaks, dan disinformasi merupakan ancaman nyata. Dalam konteks ini, muncul kebutuhan akan Etika Evangelisasi Digital, yang menuntut Gereja agar pewartaan tidak hanya kreatif, tetapi juga menghargai martabat pribadi, kebebasan, dan integritas komunikasi digital. Tantangan lainnya adalah berkembangnya ruang debat yang terbuka dan sering kali agresif, yang menuntut kehadiran Cyber-Apologetics yaitu kemampuan untuk membela iman secara cerdas, dialogis, dan berbasis kasih dalam dunia maya (Zulkarnain, 2024).

Meskipun demikian, dunia digital tetap menjadi ladang misi yang sangat menjanjikan. Peluang kreatif terbuka lebar bagi Gereja untuk melibatkan kaum muda sebagai mitra misioner. Mereka tidak hanya menjadi target pewartaan, tetapi juga agen pewarta yang aktif. Dengan bimbingan dan literasi media yang tepat, generasi muda mampu menciptakan konten-konten injili yang segar, atraktif, dan menginspirasi dari vlog reflektif, video pendek yang memuat nilai-nilai Kristiani, hingga ruang doa daring dan komunitas iman digital. Inilah bentuk baru dari misi evangelisasi: menghadirkan Kristus di tengah jaringan algoritma dan narasi global.

Dokumen Petunjuk untuk Katekese menekankan bahwa media digital bukan sekadar sarana komunikasi, tetapi merupakan ruang budaya baru. Karena itu, evangelisasi tidak hanya berbicara tentang kehadiran Gereja di media sosial, tetapi tentang membangun komunitas rohani yang otentik di dalamnya. Gereja partikular melalui uskup, imam, dan umat ditantang untuk menjadi saksi yang berani, kreatif, dan setia dalam pewartaan Injil di dunia digital yang sekuler dan kompleks ini.

Dengan demikian, tantangan evangelisasi digital mengandung panggilan profetik: bukan untuk mundur, tetapi untuk terlibat secara kreatif dan transformatif. Dunia digital adalah ladang penginjilan yang luas, tempat Gereja dapat menyampaikan harapan, membela kebenaran, dan membentuk

komunitas kasih. Evangelisasi tidak hanya tentang kehadiran pesan, tetapi juga tentang membangun relasi, menciptakan pertemuan, dan menjadi tanda kehadiran Kristus di tengah realitas digital masa kini (Putranto.,et al., 2023).

Evangelisasi di dunia digital menghadapi sejumlah tantangan signifikan. Salah satu tantangan utamanya adalah perubahan budaya komunikasi umat beriman yang kini beralih ke ruang digital yang serba cepat, interaktif, dan kadang dangkal. Gereja partikular dituntut untuk keluar dari paradigma lama bahwa misi hanya dilakukan secara fisik di wilayah-wilayah yang belum terjangkau oleh Injil. Dalam konteks era digital, pewartaan iman perlu mengarah ke dunia maya di mana persekutuan umat juga terbentuk secara virtual. Namun, perubahan paradigma ini seringkali tidak mudah diterima karena sebagian pihak masih memegang pemahaman tradisional mengenai misi Gereja.

Tantangan lain datang dari kompleksitas dunia digital itu sendiri. Sarana komunikasi berbasis internet menghadirkan arus informasi yang sangat deras, termasuk penyebaran ide-ide sekularisme dan ateisme yang dapat melemahkan iman umat. Dalam ruang digital, Gereja tidak hanya berhadapan dengan umat beriman, tetapi juga dengan kelompok non-religius atau bahkan anti-agama yang kritis terhadap ajaran Gereja. Karena itu, evangelisasi digital menuntut pendekatan yang relevan, dialogis, dan memesonakan agar mampu menyampaikan warta keselamatan tanpa ditolak sejak awal.

Di balik berbagai tantangan tersebut, dunia digital juga menawarkan peluang luar biasa bagi misi evangelisasi Gereja partikular. Pertama, teknologi digital membuka akses luas tanpa batas geografis. Gereja dapat menjangkau umat di berbagai tempat sekaligus, tanpa terikat ruang dan waktu. Media sosial seperti YouTube, TikTok, dan Instagram menjadi ladang baru untuk pewartaan, penggembalaan, dan pengudusan umat secara kreatif dan menarik, sesuai dengan gaya hidup masyarakat digital.

Dengan demikian, tantangan dan peluang evangelisasi di dunia digital saling melengkapi. Gereja partikular tidak hanya harus menyadari perubahan zaman ini, tetapi juga berani meresponsnya dengan strategi yang tepat. Gereja harus tetap menjadi saksi keselamatan dan sumber pertobatan di tengah dunia maya yang semakin kompleks. Sebagaimana pesan Kristus kepada para rasul untukewartakan Injil ke seluruh dunia, kini perintah itu meluas ke dunia digital, tempat umat beriman masa kini hidup dan berinteraksi (Raioan, 2023).

4. Model Strategi Pewartaan Injil dalam Dunia Digital

1. Memulai dari Konten yang Relevan dan Ringan

Strategi pertama adalah menyajikan konten yang sesuai dengan gaya komunikasi Generasi Zsingkat, visual, dan menyentuh kehidupan sehari-hari. Alih-alih membagikan teks panjang dan teologis yang sulit dipahami, mulailah dengan kutipan Alkitab, refleksi harian, atau cerita inspiratif yang dikemas dalam bentuk video pendek, carousel Instagram, atau infografis. Format ini lebih mudah

dicerna dan menarik perhatian, terutama di platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube Shorts.

2. Gunakan Bahasa yang Jujur, Akrab, dan Tidak Menghakimi

Dalam membagikan Injil, gunakan gaya bahasa yang otentik, penuh kasih, dan tidak menggurui. Generasi Z sangat peka terhadap kesan "memaksa" atau "menghakimi". Oleh karena itu, gunakan bahasa yang ramah dan empatik, seolah-olah sedang berbicara dengan sahabat. Jangan takut menunjukkan keraguan, proses iman, dan perjuangan pribadi kejujuran adalah nilai penting di kalangan Gen Z yang bisa menjadi pintu masuk ke diskusi rohani yang lebih dalam.

3. Konsisten dan Autentik dalam Kehadiran Digital

Strategi selanjutnya adalah membangun kehadiran yang konsisten di media sosial. Tidak harus selalu membagikan ayat atau renungan, tapi bisa juga melalui tindakan kasih nyata seperti konten tentang kepedulian sosial, pengampunan, atau keadilan yang dikaitkan dengan nilai-nilai Injil. Konten ini dapat menunjukkan bahwa iman bukan sekadar teori, tetapi nyata dalam kehidupan sehari-hari. Konsistensi ini membantu membentuk citra digital yang berdampak dan memberi kesaksian secara tidak langsung.

4. Bangun Interaksi, Bukan Hanya Informasi

Media sosial bukan hanya saluran satu arah. Gunakan fitur interaktif seperti kolom komentar, polling, sesi Q&A, atau live streaming untuk menjalin dialog. Pendekatan ini membuat pesan Injil lebih hidup karena memungkinkan generasi Z mengajukan pertanyaan, berdiskusi, atau sekadar merasa terlibat. Interaksi ini penting agar pesan kabar baik tidak berhenti di layar, tetapi berlanjut dalam hubungan yang membangun.

5. Kolaborasi dan Komunitas Digital

Salah satu kekuatan Generasi Z adalah kemampuan berjejaring lintas komunitas. Gunakan ini untuk membentuk komunitas daring yang fokus pada pertumbuhan iman bisa melalui grup WhatsApp, Discord, atau Instagram Group Chat. Kolaborasi dengan content creator Kristen lain juga bisa memperluas jangkauan misi digital. Misiologi tidak harus dijalankan sendiri; justru dalam kolaborasi, Injil bisa menjangkau lebih banyak orang (Hendrawan, 2024).

5. Kontekstualisasi Injil Dalam Budaya Digital Generasi Z

Perkembangan teknologi dan sistem komunikasi modern turut mendorong penyebaran informasi secara lebih cepat dan efisien kepada masyarakat. Hal ini mempermudah meluasnya penggunaan bahasa gaul di berbagai kalangan. Platform media sosial seperti X (sebelumnya Twitter), Instagram, TikTok, dan YouTube turut berperan dalam memperluas pemakaian bahasa gaul, khususnya di kalangan generasi Z. Secara umum, bahasa ini paling banyak digunakan oleh anak-anak muda yang termasuk dalam kelompok usia Gen-Z. sebab itu perluh bagi kita melihat konteks Gen-Z dalam mengabarkan Injil dalam lingkup media sosial (Fakrina, 2024).

Semakin tinggi kualitas dan daya tarik konten eksklusif yang dipublikasikan, maka semakin besar pula kemungkinan meningkatnya keterlibatan audiens terhadap akun media sosial seorang kreator. Anak muda, khususnya generasi Z, cenderung memiliki preferensi terhadap konten yang bersifat visual, interaktif, dan inovatif. Ketertarikan mereka sering kali dipengaruhi oleh aspek estetika, hiburan, serta relevansi dengan kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, konten yang dirancang dengan pendekatan kreatif dan menarik secara emosional akan lebih mudah menjangkau dan mempertahankan perhatian mereka. Dalam konteks ini, kualitas dan eksklusivitas konten menjadi faktor penentu dalam membangun koneksi dan loyalitas dari audiens muda (Budiarti, 2022).

Pendekatan kontekstual dalam pelaksanaan misi merujuk pada upaya memahami dan menyesuaikan pelayanan Injil dengan latar belakang budaya, sosial, serta realitas setempat tempat misi dilakukan. Menurut Tomatala, pendekatan ini bersumber dari prinsip-prinsip Alkitab yang bersifat universal dan relevan dalam berbagai konteks. Pandangan ini menegaskan bahwa kontekstualisasi bukan sekadar proses menjadikan pesan Injil sebagai sesuatu yang "lokal" atau "pribumi", melainkan mengkomunikasikannya tanpa kehilangan esensi yang tetap.

Pelayanan misi yang kontekstual menjadi krusial agar pesan dan tindakan misi dapat diterima dan dimaknai oleh masyarakat penerima. Seperti dicontohkan dalam Matius 9:35–36, Yesus melaksanakan misi yang holistik, menjawab kebutuhan rohani sekaligus merespons penderitaan sosial seperti kemiskinan, penindasan, dan diskriminasi. Misi-Nya lahir dari belas kasih terhadap mereka yang kehilangan arah dan tidak mendapat perhatian.

Dalam konteks Generasi Z yang hidup dalam lanskap digital, penyusunan strategi misi yang kontekstual menjadi sangat relevan dan mendesak. Kehadiran teknologi yang membentuk pola pikir dan komunikasi mereka menuntut pendekatan yang mampu berbicara dalam bahasa mereka. Oleh karena itu, strategi misi perlu dirancang secara cermat agar dapat memberikan pengaruh nyata dalam kehidupan mereka. Menjangkau Generasi Z melalui strategi misi kontekstual berarti menggabungkan prinsip misi yang bersifat universal dengan pemahaman terhadap latar budaya dan lingkungan digital yang mereka hidupi. Strategi ini harus responsif terhadap realitas kehidupan mereka yang sangat visual, interaktif, dan cepat berubah. Hal ini mencerminkan pentingnya pendekatan misi yang mampu merespons keberagaman budaya serta dinamika teknologi yang membentuk cara berpikir dan berinteraksi generasi ini (Suwin, 2024).

6. Transformasi Digital: Praktik Penginjilan oleh Kaum Mudah

Perubahan yang ditimbulkan oleh kemajuan teknologi digital telah memberi dampak yang sangat signifikan dalam hampir seluruh aspek kehidupan manusia modern. Transformasi ini tidak hanya terbatas pada sektor ekonomi, pendidikan, dan komunikasi, tetapi juga merambah ke ranah yang lebih personal dan mendalam, yakni spiritualitas dan penghayatan iman seseorang. Dalam konteks ini,

munculnya Generasi Z yakni mereka yang lahir kurang lebih antara tahun 1995 hingga 2010 menandai babak baru dalam cara umat manusia menjalani kehidupan religius di era digital (Sarlota & Sambo, 2025).

Generasi ini adalah kelompok pertama yang tumbuh besar dalam lingkungan yang sudah sejak awal terhubung secara digital. Mereka tidak mengenal dunia tanpa internet, ponsel pintar, maupun media sosial. Oleh karena itu, cara pandang, gaya hidup, serta cara mereka memahami dan menjalani nilai-nilai keagamaan juga dipengaruhi oleh kedekatan mereka dengan teknologi. Akses yang luas terhadap informasi digital membuat mereka terbiasa mencari pengetahuan secara mandiri, termasuk dalam hal-hal yang berkaitan dengan iman dan spiritualitas.

Berbagai platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan podcast rohani kini menjadi saluran utama untuk membentuk pemahaman mereka terhadap nilai-nilai keagamaan. Selain itu, Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang memiliki kesadaran sosial tinggi, sensitif terhadap isu-isu keadilan, lingkungan, dan keberagaman. Mereka tidak sekadar mengonsumsi informasi, tetapi juga aktif menyuarakan pendapat serta mendorong perubahan sosial, sering kali melalui saluran digital.

Dalam konteks spiritualitas, ini menciptakan suatu pola baru, di mana iman tidak lagi dijalani hanya secara personal dan ritualistik, tetapi juga menjadi sarana untuk membangun komunitas, memperjuangkan nilai-nilai kebaikan, dan menyuarakan keadilan sosial. Lebih jauh lagi, penggunaan teknologi oleh generasi ini bukan hanya bersifat fungsional, melainkan juga identitasional. Artinya, melalui kehadiran mereka di dunia digital, mereka membentuk citra diri, menjalin relasi, dan menghidupi nilai-nilai rohani. Penghayatan iman bagi mereka tidak lagi terbatas pada gedung gereja atau liturgi formal, tetapi juga berlangsung di ruang-ruang digital: dalam unggahan media sosial, dalam komunitas daring, dan dalam bentuk-bentuk ekspresi spiritual yang lebih kontekstual dan kreatif. Perubahan ini tentu membawa tantangan tersendiri bagi Kekristenan.

Gereja dan komunitas Kristen dituntut untuk tidak hanya memahami karakteristik Generasi Z, tetapi juga menyesuaikan pendekatan pelayanan, pengajaran, dan pembinaan iman agar tetap relevan. Namun di sisi lain, ini juga merupakan peluang besar bagi Kekristenan untuk menyatakan Injil secara kontekstual tanpa kehilangan esensi atau inti ajarannya. Sepanjang sejarah, spiritualitas Kristen memang selalu berkembang sesuai konteks zaman, sambil tetap berakar pada kebenaran yang tidak berubah. Oleh karena itu, merespons dinamika spiritual Generasi Z bukan berarti berkompromi terhadap iman, melainkan justru memperlihatkan daya hidup dan kelenturan iman Kristen dalam menghadapi zaman yang terus berubah.

Kesimpulan

Perkembangan teknologi digital yang begitu cepat telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia menjalani kehidupan, termasuk dalam hal spiritualitas, terutama di kalangan Generasi Z. Sebagai generasi yang tumbuh dalam lingkungan digital, Gen Z menunjukkan karakteristik khas seperti sikap kritis, keterbukaan, dan kecenderungan untuk refleksi diri. Mereka cenderung menghayati iman secara pribadi, otentik, dan relevan dengan realitas sehari-hari, serta tidak selalu terikat pada bentuk-bentuk keagamaan yang konvensional. Ruang digital yang dinamis dan interaktif menjadi wadah baru bagi mereka dalam mencari dan mengekspresikan makna iman.

Dalam situasi ini, kehadiran Gereja di media sosial dan platform digital menjadi sangat penting. Pelayanan dan pewartaan kini tidak cukup dilakukan di ruang-ruang fisik, tetapi juga harus merambah dunia maya dengan pendekatan yang kontekstual dan kreatif. Untuk menjangkau Gen Z secara efektif, pewartaan harus memanfaatkan gaya komunikasi mereka: konten yang ringkas, visual menarik, partisipatif, serta menggunakan bahasa yang inklusif dan tidak menghakimi. Selain itu, melibatkan generasi muda sebagai agen utama dalam misi digital memberi peluang besar untuk membentuk komunitas iman yang relevan dan hidup. Tentu saja, tantangan-tantangan seperti penyebaran informasi palsu dan perubahan pola komunikasi yang cepat tak dapat dihindari. Namun, hal ini justru menuntut Gereja untuk mengembangkan pola pewartaan yang inovatif, komunikatif, dan sesuai konteks tanpa mengorbankan nilai-nilai Injil. Diperlukan strategi yang adaptif, kolaboratif, dan bermuara pada etika agar pesan keselamatan tetap sampai dan bermakna bagi generasi masa kini.

Dengan demikian, evangelisasi di era digital bukan lagi opsi tambahan, melainkan bagian penting dari tugas misioner Gereja. Dunia digital adalah ladang baru pelayanan yang menuntut kehadiran yang aktif, penuh kasih, dan strategis dari umat beriman. Melalui keterlibatan yang tulus dan bijak di ruang digital, Gereja dapat mewujudkan perintah Kristus untuk membawa kabar sukacita kepada semua orang, termasuk mereka yang hidup dan berinteraksi di dunia virtual.

Referensi

- A.T, Subowo, 'Membangun Spiritualitas Digital Bagi Generasi Z. DUNAMIS', *Teologi Dan Pendidikan Kristiani*, 5.2 (2021)
- Budiarti, N.F, 'Preferensi Gen Z Terhadap Kemajuan Teknologi Pada Aplikasi TikTok Dan Youtube', *Ilmu-Ilmu Sosial*, 1 (2022)
- C. Putranto, SJ, dkk, *Katekese Berlayar Di Dunia Digital: Studi Dokumen Petunjuk Untuk Katekese 2020 Dan Kontekstualisasinya Bagi Gereja Indonesia* (2023)
- Fakrina, Triaftida, 'EKSISTENSI PENGGUNAAN BAHASA GAUL PADA MEDIA SOSIAL X YANG MEMPENGARUHI GAYA BAHASA GEN-Z', *Ilmiah Pendidikan Dasar*, 8.3 (2023)
- Hartono, Handreas, 'Mengaktualisasikan Amanat Agung Matius 28: 19-20 Dalam Konteks Era Digital', *Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen*, 4.2 (2018)
- Hendrawan, A.Y, *Strategi Keluarga Dalam Mengatasi Fear of Missing Out (FOMO) Pada Generasi Z Melalui Pemuridan Dengan Pendekatan Psikologi Dan Spiritualitas Yang Berpusat Pada Injil* (2024)
- R.P, Gulo, '4. Peran Generasi Z Dalam Mengekspansi Misiologi Di Era Society 5.0.', *Teologi Dan Pendidikan Kristen*, 2.1 (2023)
- Raioan, A.Z, 'Peran Gereja Partikular Dalam Konteks Misi Evangelisasi Di Era Digital', *Kateketik Dan Pastoral*, 8.1 (2023)
- Ramadhani Oktavia, & Khoirunisa Khoirunisa., 'Generasi Z Dan Teknologi : Gaya Hidup Generasi Z Di Era Digital', *PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL (JUPENDIS)*, 3.1 (2025)
- Sambo, Sarlota Tini & Puang, 'SPIRITUALITAS KEKRISTENAN GEN Z: Perubahan Pola Penghayatan Iman Pada Generasi Digital', *Humaniora, Sosial Dan Bisnis*, 3.5 (2025)
- Sasono, Dimas & Esti Regina, 'Pemanfaatan Teknologi Digital Bagi Efektivitas Penginjilan Dan Pemuridan Generasi- Z', *Of Christian Religion Education*, 4.2 (2025)
- Sihotang, 'Media Sosial Sebagai Sarana Dalam Pewartaan Injil Di Zaman Modern', *Ilmu Kateketik Pastoral Teologi, Pendidikan, Antropologi, Dan Budaya*, 7.1 (2024)
- Suwin, 'Embangun Strategi Misi Kontekstual Bagi Generasi Z: Memanfaatkan Teknologi Informasi Dan Komunikasi', *Sekolah Tinggi Teologi Sintang*, 2.2 (2024)
- WHITE, J.E, 2. *Meet Generation Z: Understanding and Reaching the New Post-Christian World* (2017)
- Zulkarnain, Dr dan Sinaga A.V, *Gereja Sebagai Ruang Bersama: Sebuah Perspektif Teologi Kristen* (2024)