

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL GUNA MENGEDUKASI IMAN GEN Z

Oleh

(Regen E. Silawane & Isna Stefania)

Abstrak

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir di tengah kemajuan teknologi digital. Kehidupan mereka sangat erat dengan internet dan media sosial. Dalam konteks kekristenan, media sosial memiliki potensi besar sebagai sarana edukasi iman bagi generasi ini. Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana media sosial dapat digunakan secara strategis untuk menanamkan nilai-nilai iman Kristen kepada Gen Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dari berbagai sumber teologi dan komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang tepat dapat memperkuat pemahaman iman, membangun komunitas rohani digital, serta memperluas jangkauan pelayanan gereja.

Kata Kunci: Media Sosial, Edukasi Iman, Generasi Z, Kekristenan, Digital Ministry

Pendahuluan

Kehidupan masyarakat global saat ini tidak dapat dilepaskan dari perkembangan teknologi, khususnya dalam bidang komunikasi digital. Salah satu bentuk teknologi yang paling berpengaruh adalah media sosial, yang telah menjadi bagian integral dari kehidupan manusia modern. Media sosial bukan lagi sekadar platform hiburan atau komunikasi personal, melainkan telah berkembang menjadi sarana utama untuk memperoleh informasi, membentuk opini, dan bahkan membangun identitas pribadi dan kolektif.

Khususnya bagi Generasi Z kelompok demografis yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 media sosial memiliki peran sentral dalam kehidupan sehari-hari. Mereka adalah generasi pertama yang sejak usia dini sudah terpapar internet, ponsel pintar, dan berbagai aplikasi media sosial seperti

Instagram, TikTok, YouTube, dan lainnya. Generasi ini tumbuh dengan ritme dan dinamika digital yang sangat cepat, sehingga mereka sangat peka terhadap bentuk komunikasi visual, pendek, cepat, dan interaktif. Bagi mereka, media sosial bukan hanya alat bantu komunikasi, melainkan juga arena eksistensi dan ekspresi diri.¹

Fenomena ini menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi dunia pelayanan Kristen. Gereja dan lembaga keagamaan harus menyadari bahwa pendekatan tradisional dalam menyampaikan ajaran iman mungkin tidak lagi cukup untuk menjangkau generasi ini. Penyampaian kotbah yang hanya dilakukan di ruang ibadah fisik, buku renungan cetak, atau kelas-kelas katekisasi konvensional berisiko kurang efektif jika tidak diimbangi dengan pendekatan digital. Oleh karena itu, dibutuhkan inovasi dalam metode pewartaan dan pendidikan iman, salah satunya dengan menjadikan media sosial sebagai alat edukasi iman yang strategis dan relevan.²

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi iman bukan hanya tentang memindahkan isi ajaran ke ruang digital, tetapi juga memahami cara berpikir dan belajar dari Gen Z. Mereka lebih menyukai konten visual yang menarik, pesan-pesan yang singkat namun kuat, serta keterlibatan dalam diskusi yang bersifat dua arah. Jika gereja dapat merespons kebutuhan ini dengan kreatif dan bijaksana, maka media sosial dapat menjadi medan misi digital yang sangat potensial. Seperti yang dikemukakan oleh Winarno, "Gereja perlu hadir secara aktif di ruang-ruang digital, bukan untuk sekadar eksis, tetapi untuk menyampaikan pesan ilahi secara kontekstual."³

¹Yohanes B. Winarno, *Gereja dan Media Sosial: Misi dalam Era Digital* (Yogyakarta: Kanisius, 2020), 23.

²Jean M. Twenge, *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy* (New York: Atria Books, 2017), 45.

³Winarno, *Gereja dan Media Sosial*, 26.

Lebih jauh, gereja tidak hanya dipanggil untuk menyampaikan ajaran secara informatif, melainkan juga membentuk komunitas rohani di dunia maya. Di tengah maraknya konten sekuler yang membanjiri media sosial, kehadiran konten rohani yang membangun dan mendidik menjadi sangat penting. Edukasi iman melalui media sosial dapat dilakukan melalui berbagai bentuk seperti video pendek, renungan harian, podcast rohani, diskusi daring, dan berbagai program digital interaktif yang mampu menjangkau Gen Z di tempat mereka berada, yaitu dunia digital⁴.

Namun demikian, tantangan yang dihadapi tidaklah kecil. Selain harus bersaing dengan konten-konten viral yang lebih menarik secara visual, edukasi iman di media sosial juga harus menghadapi risiko pemahaman teologi yang dangkal, penyebaran ajaran yang tidak terverifikasi, serta potensi distraksi yang tinggi. Oleh karena itu, gereja harus memiliki pemahaman teologis yang kuat serta keterampilan digital yang mumpuni dalam menyusun strategi edukasi iman yang efektif.

Dalam kerangka inilah penelitian ini disusun, dengan tujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan secara optimal untuk mendidik iman generasi Z. Dengan mengkaji karakteristik Gen Z, fungsi media sosial dalam pendidikan iman, serta strategi dan tantangan penggunaannya, tulisan ini diharapkan memberikan kontribusi bagi pelayanan gereja dalam menghadapi era digital secara kontekstual dan relevan.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan **metode kualitatif deskriptif** dengan pendekatan **studi pustaka** (*library research*). Metode ini dipilih karena sesuai

⁴Mark Forrester, *Digital Ministry: Contextualizing the Gospel in Online Culture* (Nashville: Abingdon Press, 2019), 55.

dengan tujuan penelitian, yaitu untuk memahami secara mendalam fenomena sosial-kultural yang berkaitan dengan pemanfaatan media sosial dalam konteks edukasi iman Kristen kepada Generasi Z. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali data secara komprehensif melalui penelaahan teori, konsep, serta praktik yang telah dilakukan sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. KARAKTERISTIK GEN Z DALAM ERA DIGITAL

Generasi Z, atau sering disebut sebagai **iGeneration**, adalah kelompok generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Mereka tumbuh di tengah ledakan teknologi digital dan tidak pernah mengalami dunia tanpa internet. Kondisi ini membentuk cara berpikir, berinteraksi, serta cara mereka menyerap informasi secara unik dan berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Dalam konteks pelayanan dan pendidikan iman Kristen, memahami karakteristik Gen Z menjadi sangat penting agar pendekatan yang digunakan dapat relevan dan efektif.

a. Digital Native Sejati

Gen Z adalah **digital native sejati**, artinya mereka tidak hanya menggunakan teknologi sebagai alat bantu, melainkan telah menjadi bagian dari kehidupan mereka sejak kecil. Mereka terbiasa dengan multitasking digital menonton video sambil membuka media sosial dan mengerjakan tugas sekaligus. Hal ini menciptakan gaya hidup yang sangat cepat dan dinamis. Sebagai akibatnya, perhatian mereka terhadap satu konten sangat singkat (sekitar 8 detik).⁵ Oleh karena itu, penyampaian informasi, termasuk pesan iman, harus dirancang dengan ringkas, menarik, dan cepat dimengerti.

⁵Jean M. Twenge, *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy* (New York: Atria Books, 2017), 67.

b. Gaya Belajar Visual dan Interaktif

Berbeda dari generasi sebelumnya yang lebih menyukai pembelajaran teks atau ceramah panjang, Gen Z lebih menyukai **pembelajaran berbasis visual dan pengalaman langsung**. Mereka tertarik pada video pendek, infografik, ilustrasi, animasi, dan media interaktif. Ini menunjukkan bahwa metode pengajaran tradisional perlu diadaptasi ke dalam bentuk-bentuk media yang mereka konsumsi sehari-hari, seperti video YouTube, TikTok, Reels Instagram, atau podcast.⁶

Dalam konteks pendidikan iman, ini berarti gereja dan lembaga Kristen perlu menggunakan pendekatan yang sesuai, seperti menyampaikan pesan firman Tuhan melalui konten grafis menarik, narasi video pendek, serta menyediakan ruang dialog interaktif melalui media sosial. Konten yang bersifat pasif dan monoton tidak akan mampu menarik perhatian Gen Z dalam jangka panjang.

c. Haus Akan Keaslian dan Keterbukaan

Gen Z memiliki kepekaan tinggi terhadap **keaslian (authenticity)**. Mereka sangat menghargai pemimpin atau influencer yang menunjukkan kehidupan nyata dan apa adanya, bukan yang dibuat-buat atau terkesan munafik. Dalam hal iman, mereka lebih tertarik mendengar kesaksian hidup yang jujur dan personal daripada ajaran dogmatis yang terlalu teoritis³. Hal ini membuka peluang besar bagi gereja untuk menyampaikan pesan iman melalui kisah nyata, konten reflektif, atau vlog keseharian yang memperlihatkan bagaimana iman Kristen dihidupi dalam realitas sehari-hari.

d. Kritis dan Independen

Gen Z tumbuh di era informasi yang melimpah. Mereka terbiasa membandingkan berbagai sumber sebelum mempercayai sesuatu. Karena itu,

⁶Mark Forrester, *Digital Ministry: Contextualizing the Gospel in Online Culture* (Nashville: Abingdon Press, 2019), 82.

mereka cenderung kritis dan tidak mudah menerima otoritas secara mutlak. Dalam hal iman, mereka tidak akan mudah menerima ajaran rohani tanpa argumentasi yang masuk akal dan sesuai dengan nilai-nilai yang mereka yakini. Oleh karena itu, pendekatan edukasi iman kepada Gen Z harus rasional, terbuka terhadap pertanyaan, serta siap berdialog dan memberikan ruang refleksi.⁷

A. Sosial namun Individualistik

Meskipun terlihat aktif di media sosial dan menyukai interaksi digital, Gen Z juga menunjukkan gejala **individualisme digital**. Mereka membangun komunitas secara daring, tetapi pada saat yang sama bisa merasa kesepian dalam kehidupan nyata. Mereka sering kali merasa lebih nyaman membagikan pikiran dan perasaan melalui pesan pribadi atau status di media sosial daripada berbicara langsung dengan orang lain. Ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi gereja untuk **membangun komunitas rohani online** yang inklusif, aman, dan memperhatikan kebutuhan emosional Gen Z.⁸

B. Peduli Isu Sosial dan Keadilan

Gen Z dikenal sebagai generasi yang memiliki kepedulian tinggi terhadap **isu-isu sosial, lingkungan, keadilan, dan kesetaraan**. Mereka tidak hanya tertarik pada ajaran moral, tetapi ingin melihat bagaimana iman Kristen berperan nyata dalam menjawab permasalahan dunia. Oleh karena itu, edukasi iman yang efektif untuk mereka harus mengaitkan pesan Injil dengan tindakan sosial yang relevan, seperti pelayanan sosial, advokasi kemanusiaan, dan kampanye lingkungan hidup. Hal ini menjadikan mereka lebih tertarik untuk

⁷Barna Group, *Gen Z: The Culture, Beliefs and Motivations Shaping the Next Generation* (California: Barna Group, 2018), 33.

⁸Roy B. Zuck, *Teaching as Jesus Taught* (Grand Rapids: Baker, 1995), 172.

ikut terlibat dalam pelayanan jika dirasakan menyentuh realitas yang mereka pedulikan.⁹

Dengan memahami karakteristik-karakteristik ini, maka gereja atau komunitas Kristen dapat menyusun pendekatan yang lebih kontekstual dan bermakna. Edukasi iman tidak lagi sekadar mentransmisikan informasi teologis, tetapi harus mampu membentuk pemahaman yang aplikatif, kritis, dan transformatif sesuai dengan kebutuhan zaman digital yang sedang dihadapi Gen Z.¹⁰

C. Fungsi Media Sosial Dalam Pendidikan Iman

Perkembangan teknologi komunikasi, khususnya media sosial, telah membawa perubahan besar dalam berbagai bidang, termasuk dalam kehidupan beragama dan pendidikan iman. Media sosial tidak hanya menjadi ruang interaksi sosial, tetapi juga dapat difungsikan sebagai **media edukatif yang transformatif**, termasuk dalam mendidik iman umat, khususnya Generasi Z yang sangat akrab dengan teknologi digital.

a. Sarana Pewartaan Injil Dan Firman Tuhan

Media sosial telah menjadi sarana yang sangat efektif untuk menyampaikan firman Tuhan dalam berbagai format. Melalui platform seperti **Instagram, TikTok, YouTube, dan podcast**, banyak gereja dan komunitas Kristen mulai mentransformasi cara mereka mengajar. Mereka menyampaikan konten teologis dalam bentuk yang lebih singkat, visual, dan mudah dicerna. Misalnya, renungan harian dalam bentuk video 1 menit, kutipan ayat yang dikemas dengan desain grafis menarik, atau potongan khotbah yang diposting dalam bentuk reels dan shorts.

⁹Twenge, *iGen*, hlm. 91

¹⁰Barna Group, *Gen Z*, hlm. 56.

Bentuk-bentuk konten ini memungkinkan pesan iman disampaikan kepada Gen Z **secara cepat dan berulang**, sesuai dengan gaya konsumsi media mereka. Format ini bukan sekadar pendek secara durasi, tetapi juga dirancang dengan narasi yang kuat dan estetika yang relevan dengan selera visual Gen Z. Penelitian oleh Barna Group mencatat bahwa lebih dari 70% remaja Kristen di Amerika pernah menonton konten rohani melalui media sosial sebagai bagian dari pertumbuhan iman mereka.¹¹

b. Meningkatkan Keterlibatan Dan Interaksi

Salah satu keunggulan utama media sosial adalah kemampuannya menciptakan **interaksi dua arah**. Dalam konteks pendidikan iman, hal ini menjadi sangat penting karena Gen Z tidak hanya ingin menjadi penerima informasi, tetapi juga ingin terlibat dalam prosesnya. Media sosial memungkinkan mereka **bertanya, berdiskusi, memberi tanggapan**, bahkan berbagi pandangan rohaninya secara langsung kepada komunitas online.

Komentar di bawah video khotbah, Q&A melalui fitur live streaming, polling dan kuis di Instagram Stories, serta ruang diskusi di Telegram atau Discord, adalah contoh keterlibatan digital yang efektif. Interaksi ini membuat pendidikan iman tidak lagi bersifat satu arah seperti dalam kelas tradisional, tetapi menjadi pengalaman kolektif yang membangun komunitas rohani secara daring.¹²

c. Memperluas Akses dan Jangkauan

Dengan media sosial, pesan-pesan iman Kristen tidak lagi terbatas pada ruang ibadah fisik atau lingkungan lokal. Konten rohani dapat menjangkau audiens yang lebih luas, lintas kota, negara, bahkan lintas denominasi. Hal ini memberi peluang besar bagi gereja atau komunitas

¹¹Barna Group, *Gen Z: The Culture, Beliefs and Motivations Shaping the Next Generation* (California: Barna Group, 2018), 62.

¹²Roy B. Zuck, *Teaching as Jesus Taught* (Grand Rapids: Baker Books, 1995), 180.

pelayanan untuk **memperluas dampak pelayanan** dan menjangkau mereka yang mungkin sebelumnya tidak terjangkau secara fisik termasuk mereka yang tinggal di daerah terpencil, sedang kuliah di luar kota, atau bahkan yang belum pernah ke gereja sekalipun.

Keunggulan ini menjadikan media sosial sebagai sarana **misi digital** yang kuat dan relevan di zaman ini. Seperti dikatakan oleh Mark Forrester, "The Church must no longer see online as secondary. It must be treated as a real mission field with real people seeking real faith."¹³

d. Penyampaian Ajaran secara Kontekstual

Media sosial memberi fleksibilitas bagi gereja untuk menyampaikan ajaran iman **secara kontekstual dan kreatif**. Gen Z membutuhkan cara penyampaian yang menghubungkan ajaran Alkitab dengan realitas hidup mereka, seperti isu kesehatan mental, lingkungan, keadilan sosial, relasi pertemanan, hingga kecanduan digital. Konten edukasi iman melalui media sosial dapat dikaitkan langsung dengan topik-topik ini melalui pendekatan naratif, reflektif, atau bahkan humor yang relevan.

Podcast Kristen, misalnya, sering mengangkat topik-topik kehidupan sehari-hari dan membahasnya dari perspektif iman. TikTok dan Instagram Reels digunakan untuk menyampaikan pesan moral melalui storytelling atau drama singkat. Kreativitas ini membuka ruang bagi Gen Z untuk melihat bahwa iman Kristen bukan hanya ajaran kuno, tetapi juga **jawaban atas tantangan hidup modern**.¹⁴

e. Menjadi Ruang Kesaksian dan Inspirasi

Selain untuk penyampaian doktrin atau pengajaran, media sosial juga berfungsi sebagai **ruang kesaksian iman dan inspirasi rohani**. Testimoni

¹³ Mark Forrester, *Digital Ministry: Contextualizing the Gospel in Online Culture* (Nashville: Abingdon Press, 2019), 111.

¹⁴ Yohanes B. Winarno, *Gereja dan Media Sosial: Misi dalam Era Digital* (Yogyakarta: Kanisius, 2020), 57.

dari tokoh muda Kristen, cerita pertobatan, pengalaman pelayanan, serta sharing kehidupan pribadi yang dikaitkan dengan pertolongan Tuhan menjadi sangat kuat dalam membangun iman sesama pengguna, terutama mereka yang mengalami pergumulan.

Kesaksian ini memiliki kekuatan yang besar karena biasanya bersifat otentik dan personal, sesuai dengan karakteristik Gen Z yang menghargai keaslian. Mereka lebih tersentuh oleh cerita nyata dibandingkan teori-teori panjang yang normatif.¹⁵ Dengan cara ini, media sosial berfungsi sebagai platform yang memberdayakan setiap orang percaya untuk menjadi saksi iman di tengah dunia digital.

D. Strategi Pemanfaatan Media Sosial oleh Pelayanan Kristen

Beberapa strategi penting yang dapat diterapkan adalah:

- a. Kreativitas Visual: Gunakan desain grafis menarik, video pendek, dan storytelling.
- b. Konsistensi Konten: Publikasi teratur membuat audiens tetap terhubung.
- c. Interaksi Aktif: Menanggapi komentar, pertanyaan, dan membangun komunitas online.
- d. Kolaborasi dengan Influencer Kristen: Menggandeng figur yang berpengaruh di kalangan Gen Z untuk menyampaikan pesan iman.
- e. Pemanfaatan Platform yang Tepat: TikTok dan Instagram Reels sangat efektif untuk menjangkau Gen Z.¹⁶

¹⁵Twenge, *Gen*, hlm. 118.

¹⁶Roy B. Zuck, *Teaching as Jesus Taught* (Grand Rapids: Baker, 1995), 167.

E. Tantangan dan Solusi

Beberapa tantangan dalam pemanfaatan media sosial untuk edukasi iman adalah:

- Konten yang dangkal: Banyak konten kekristenan hanya bersifat motivasional, tanpa kedalaman teologi.
- Distraksi digital: Gen Z mudah terdistraksi oleh berbagai jenis konten viral.

Solusi yang dapat dilakukan:

- 1) Pelatihan digital ministry untuk hamba Tuhan dan pemuda.
- 2) Kolaborasi antar gereja dan komunitas Kristen untuk menciptakan konten yang berkualitas dan teologis.
- 3) Penerapan prinsip teologi kontekstual dalam produksi konten.¹⁷

Daftar Pustaka

- Forrester, Mark. (2019). *Digital Ministry: Contextualizing the Gospel in Online Culture*. Nashville: Abingdon Press.
- Groome, Thomas H. (1980). *Christian Religious Education*. San Francisco: Harper & Row.
- Twenge, Jean M. (2017). *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy*. New York: Atria Books.
- Winarno, Yohanes B. (2020). *Gereja dan Media Sosial: Misi dalam Era Digital*. Yogyakarta: Kanisius.
- Zuck, Roy B. (1995). *Teaching as Jesus Taught*. Grand Rapids: Baker Books,
- B. Winarno, Yohanes, (2020). *Gereja dan Media Sosial: Misi dalam Era Digital*, Yogyakarta: Kanisius.
- Barna Group, (2018). *Gen Z: The Culture, Beliefs and Motivations Shaping the Next Generation* California: Barna Group.

¹⁷Forrester, *Digital Ministry*, hlm. 103.

Jean M. Twenge, (2017). *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy*, New York: Atria Books.

Daftar Pustaka

- Fortester, Mark. (2019). *Digital Ministry: Contextualizing the Gospel in Online Culture*. Nashville: Abingdon Press.
- Grooms, Thomas H. (1980). *Christian Religious Education*. San Francisco: Harper & Row.
- Twenge, Jean M. (2017). *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy*. New York: Atria Books.
- Winarno, Yohanes B. (2020). *Gereja dan Media Sosial: Misi dalam Era Digital*. Yogyakarta: Kanisius.
- Zack, Roy B. (1992). *Teaching as Jesus Taught*. Grand Rapids: Baker Books.
- B. Winarno, Yohanes. (2020). *Gereja dan Media Sosial: Misi dalam Era Digital*. Yogyakarta: Kanisius.
- Barna Group. (2018). *Gen Z: The Culture, Beliefs and Motivations Shaping the Next Generation*. California: Barna Group.