

Transformasi Paradigma Kepemimpinan Gereja dalam Komunikasi Pastoral dengan Gen Z: Sebuah Tinjauan Literatur Sistematis

Yohanes Kusika¹, Andreas Tanuwihardja²

^{1,2}Sekolah Tinggi Teologi Internasional Harvest, Tangerang

Correspondence: ykusika@gmail.com

Abstract

Gen Z, raised amid rapid digital technological development, presents significant communication challenges for church leaders. This systematic literature review analyzes effective communication strategies church leaders can use to reach and disciple Gen Z. This study uses a qualitative approach, drawing on a literature review of 47 journal articles and other academic sources on church communication, Christian leadership, and Gen Z characteristics, published between 2015 and 2026. The findings show that effective communication with Gen Z requires a paradigm shift from a hierarchical, exclusive leadership model to a relational, authentic one. Five key strategies were identified, namely, first, the kaka model, or authentic mentorship; second, phigital ecology, balancing physical and digital interaction; third, dialogic shared Christian praxis; fourth, small discipleship groups; and fifth, empowering families as a domestic church. This study concludes that church leaders need to transition from institutional program managers into relational architects to build effective communication with Gen Z in the digital era.

Keywords: Christian leadership, church communication, digital discipleship, Gen Z, pastoral strategy

Abstrak

Gen Z yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital menghadirkan tantangan komunikasi yang signifikan bagi pemimpin gereja. Tinjauan literatur sistematis ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi efektif yang dapat diterapkan pemimpin gereja untuk menjangkau dan membina Gen Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi pustaka terhadap 47 artikel jurnal dan sumber akademis yang relevan dengan topik komunikasi gereja, kepemimpinan Kristen, dan karakteristik Gen Z. Hasil kajian menunjukkan bahwa komunikasi efektif dengan Gen Z memerlukan transformasi paradigma dari model kepemimpinan hierarkis-eksklusif menuju model relasional-autentik. Strategi kunci yang teridentifikasi meliputi: pertama, model kaka (*authentic mentorship*); kedua, ekologi phigital yang menyeimbangkan interaksi fisik dan digital; ketiga, *shared Christian praxis* yang dialogis; keempat, kelompok pemuridan kecil; dan kelima, pemberdayaan keluarga sebagai "domestic church." Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemimpin gereja perlu bertransisi dari "manajer program institusional" menjadi "arsitek relasional" untuk membangun komunikasi yang efektif dengan Gen Z di era digital.

Kata Kunci: komunikasi gereja, kepemimpinan Kristen, pemuridan digital, strategi pastoral



PENDAHULUAN

Kepemimpinan Kristen di era modern menghadapi berbagai tantangan yang muncul dari perubahan kondisi sosial dan teknologi yang sangat cepat.¹ Perkembangan era digital telah memengaruhi cara gereja menjalankan pelayanan, mulai dari komunikasi, ibadah, hingga pembinaan jemaat. Transformasi digital memberikan manfaat sekaligus potensi bahaya seperti pisau bermata dua yang sering kali berbahaya jika tidak dikelola dengan bijaksana. Media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan pemimpin, jemaat, dan institusi gereja, membuka peluang pelayanan yang lebih luas, namun juga menghadirkan tekanan baru bagi para pemimpin gereja.²

Gen Z, yang lahir di era ketika internet sudah eksis, memiliki cara berpikir dan berkomunikasi yang berbeda secara fundamental dibandingkan dengan generasi sebelumnya.³ Perkembangan teknologi internet, terutama jaringan sosial digital dan perangkat seluler nirkabel, telah mengubah cara Gen Z menjalani kehidupan dalam berbagai aspek, termasuk komunikasi, relasi, dan pembentukan komunitas. Kondisi ini memiliki implikasi mendalam bagi pelayanan gereja di era digital dan menuntut pemimpin untuk mengembangkan strategi komunikasi yang adaptif namun tetap berakar pada nilai-nilai Alkitabiah.⁴

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut: Bagaimana karakteristik komunikasi Gen Z dan bagaimana implikasinya terhadap pelayanan gereja? Apa saja tantangan yang dihadapi pemimpin gereja dalam berkomunikasi dengan Gen Z? Strategi komunikasi apa yang efektif untuk membangun relasi dan pembinaan iman Gen Z? Kerangka konseptual apa yang dapat diterapkan oleh pemimpin gereja untuk komunikasi yang efektif dengan Gen Z?

Penelitian ini bertujuan untuk: menganalisis karakteristik komunikasi Gen Z dalam konteks pelayanan gereja; mengidentifikasi tantangan komunikasi yang dihadapi pemimpin gereja; merumuskan strategi komunikasi yang efektif bagi Gen Z; serta mengembangkan kerangka konseptual yang dapat menjadi panduan praktis bagi pemimpin gereja.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi literatur kepemimpinan Kristen dan komunikasi pastoral di era digital. Secara praktis, penelitian ini menawarkan panduan strategis bagi pemimpin gereja dalam membangun komunikasi yang efektif dengan Gen Z tanpa mengompromikan nilai-nilai Injil.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui metode tinjauan literatur sistematis (*systematic literature review*). Metode ini dipilih karena mampu mensintesis temuan dari berbagai studi untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang topik yang diteliti. Pendekatan ini mengikuti standar rigor akademis yang mencakup identifikasi

¹ Susilo, Arman, and Paulus Kunto Baskoro. "Tantangan Kepemimpinan Kristen di Era Disrupsi dalam Gereja Tuhan." *Ritornera-Jurnal Teologi Pentakosta Indonesia* 4, no. 2 (2024): 116–134.

² Rahayu, Yohana Fajar, and Elisa Nimbo Sumual. "Teologi Kristen dan Tantangan Etis dari Budaya Viral Challenge di Ruang Virtual." *DIDASKO: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristen* 5, no. 2 (2025): 117–128.

³ Rumondang Lumban Gaol and Resmi Hutasoit, "Media Sosial sebagai Ruang Sakral: Gereja yang Bertransformasi bagi Perkembangan Spiritualitas Generasi Z dalam Era Digital," *KENOSIS: Jurnal Kajian Teologi* 7, no. 1 (2021): 146–172, <https://doi.org/10.37196/KENOSIS.V1I1.284>.

⁴ Priyono, Budi. "Pengaruh Kepemimpinan Visioner Digital dan Literasi Digital Rohani terhadap Implementasi Misi Gereja Digital: Sebuah Studi Literatur dan Kajian Alkitabiah." *Regula Fidei: Jurnal Pendidikan Agama Kristen* 10, no. 2 (2025): 231–242.

konsep, pengelompokan tema, dan sintesis konseptual. Data dikumpulkan dari berbagai basis data akademis. Analisis data dilakukan melalui analisis tematik yang mencakup tiga tahapan: identifikasi konsep kunci, pengelompokan tema berdasarkan kesamaan, dan sintesis konseptual untuk menghasilkan kerangka teoritis yang terintegrasi.⁵ Temuan dari berbagai sumber dikategorikan berdasarkan karakteristik Gen Z, tantangan komunikasi, strategi yang efektif, serta prinsip kepemimpinan.

PEMBAHASAN

Karakteristik Komunikasi Gen Z sebagai *Digital Natives*

Gen Z merupakan generasi pertama yang lahir dan tumbuh di dunia yang sepenuhnya terdigitalisasi.⁶ Berbeda dengan generasi sebelumnya yang mengalami transisi dari analog ke digital, Gen Z menghabiskan lebih dari 40 jam per minggu di platform digital, sementara hanya 1 atau 2 jam di lingkungan gereja. Kondisi ini menciptakan kesenjangan yang signifikan antara dunia yang dihuni pemimpin gereja dan dunia yang menjadi habitat alami Gen Z. Penelitian menunjukkan bahwa bagi Gen Z di Indonesia, dunia digital bukan sekadar frontier yang terpisah, melainkan “dunia elementer yang mereka huni” (*the elemental world they inhabit*).

Karakteristik *digital native* ini membentuk cara Gen Z memproses informasi, membangun relasi, dan mengekspresikan spiritualitas mereka. Mereka cenderung lebih nyaman dengan komunikasi berbasis visual, konten singkat, dan interaksi responsif secara *real-time*.⁷ Preferensi ini berbeda secara fundamental dengan model komunikasi gereja tradisional yang cenderung didaktis, monologis, dan berbasis teks yang panjang.

Gen Z mengutamakan beberapa nilai kunci dalam komunikasi, sebagaimana dirangkum pada Tabel 1 berikut.⁸

Nilai	Deskripsi	Implikasi untuk Gereja
Autentisitas	Menghargai keaslian dan kejujuran di atas kesempurnaan	Pemimpin perlu terbuka tentang pergumulan pribadi
Transparansi	Mengharapkan keterbukaan dalam komunikasi	Komunikasi gereja harus jelas dan tidak manipulatif
Relasional	Lebih menghargai relasi personal daripada otoritas formal	Perlu membangun kedekatan personal, bukan jarak hierarkis

⁵ Raming, et al. “Mitigasi Religious Trauma Syndrome Generasi Z melalui Kepemimpinan Inklusif Berbasis Pastoral.” *ELEOS: Jurnal Teologi dan Pendidikan Agama Kristen* 5, no. 2 (2026): 305–318, <https://doi.org/10.53814/eleos.v5i2.351>.

⁶ Widiutomo, Nicodemus DN. “The Effectiveness of Church Social Media in Teaching Theology to Generation Z.” *Crossroad Research Journal* 1, no. 3 (2024): 14–25, <https://doi.org/10.61402/crj.v1i3.133>.

⁷ Nurdiansyah Nurdiansyah et al., *Bisnis Digital Mindset* (Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2025), 25.

⁸ Danu, Ratna Triwurian, Anisa Rizki Sabrina, and Fairuza Arindra. “From Clicks to Connections: Understanding the Strategic Communication Needs of Gen Z Learners.” *KnE Social Sciences* 10, no. 31 (2025): 1, <https://doi.org/10.18502/kss.v10i31.20378>; Prasanna, et al. “Marketing to Gen Z: Understanding the Preferences and Behaviors of Next Generation.” *International Journal for Multidisciplinary Research* 6, no. 4 (2024): 1–8, <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i04.26612>; D. Samarasinghe, Udakotuwa Gedara Buddhika Darshani, Weeramandappa Dewyalage Niranjala Shyamali Mendis Tennakoon, and Kamal Padmasiri Thakshila Sajeewani. “Generation Z’s Response to YouTube Non-Skippable Ads: Exploring Determinants of Purchase Intention in Sri Lanka.” *Journal of Digital Marketing and Communication* 5, no. 2 (2025): 144–161, <https://doi.org/10.53623/jdmc.v5i2.799>.

Dialogis	Menginginkan komunikasi dua arah	Gereja perlu beralih dari monolog ke dialog
Visual	Lebih responsif terhadap konten visual dan singkat	Pemanfaatan media visual dalam pengajaran

Tabel 1. Nilai-nilai Komunikasi yang Diutamakan Gen Z

Gen Z sangat sensitif terhadap performativitas dan ketidakautentikan; mereka menuntut iman yang benar-benar dihidupi secara autentik.⁹ Penelitian menunjukkan bahwa 94% Gen Z menilai autentisitas sebagai faktor utama dalam membangun kepercayaan, baik terhadap merek komersial maupun pemimpin spiritual.¹⁰ Kepercayaan digital di kalangan Gen Z terbentuk melalui konsistensi antara persona *online* dan perilaku *offline*, sehingga menempatkan autentisitas sebagai indikator krusial dalam kredibilitas interpersonal.¹¹ *Self-disclosure* atau pengungkapan diri terjadi secara selektif melalui fitur kontrol audiens seperti close friends, private messages, atau akun sekunder yang memungkinkan Gen Z mengekspresikan diri secara emosional dengan rasa aman.

Pola interaksi ini memiliki implikasi yang signifikan bagi komunikasi di gereja. Pemimpin yang menunjukkan keterbukaan tentang pergumulan hidup mereka cenderung lebih dipercaya dibandingkan dengan pemimpin yang memproyeksikan citra kesempurnaan.¹² Model “Authentic Brother” bukan sosok sarjana tanpa cela, melainkan “fellow traveler” yang rendah hati dan transparan tentang kisah hidup mereka sendiri.

Ragam Tantangan Komunikasi Pemimpin Gereja dengan Gen Z

Kesenjangan Generasi dan Budaya Komunikasi

Era modern ditandai oleh hadirnya beberapa generasi yang hidup dan melayani dalam satu komunitas gereja, dari Baby Boomers, Gen X, Milenial, Gen Z, hingga Gen Alpha.¹³ Setiap generasi memiliki cara berpikir, pola komunikasi, serta harapan yang berbeda terhadap kepemimpinan. Generasi muda cenderung menghargai kepemimpinan yang terbuka, autentik, mudah diakses, serta bersedia berdialog, sementara pola kepemimpinan yang menekankan hierarki dan otoritas formal sering kali dipandang kurang relevan oleh Gen Z.

Dalam banyak budaya tradisional di Indonesia, seperti pada suku Lani, hubungan dengan figur ayah ditandai oleh dinamika “berjalan di belakang” (*walk behind*), di mana pemuda harus secara diam-diam tunduk pada otoritas.¹⁴ Model ini menciptakan ketidaksetaraan status yang membuat Gen Z merasa tidak didengar dan tidak diterima. Kondisi ini menuntut pemimpin Kristen untuk mampu membangun komunikasi lintas generasi tanpa mengorbankan nilai-nilai Alkitab.¹⁵

⁹ Stefanus Adi Wijaya, *Mendengar yang Transformatif: Pendampingan Pastoral Berbasis Naratif dan Spiritualitas Kontemplatif bagi Generasi Alpha dan Z* (Elementa Media Literasi, 2026), 172.

¹⁰ Prasanna, et al. “Marketing to Gen Z.”

¹¹ Vilma Dewi Anggraeni, “Trust Merek di Era AI: Mediasi Niat Beli Generasi Z dan Virtual Influencer,” *Jurnal Lentera Bisnis* 15, no. 1 (2026): 979–990.

¹² Susilo and Baskoro, “Tantangan Kepemimpinan Kristen.”

¹³ Abdiel Anugrah Lahagu, “Gap Generasi dan Peran Gereja: Analisis tentang Pelayanan Pastoral sebagai Solusi di GKKA, JKI, dan Persekutuan Doa di Surabaya,” *SKENOO: Jurnal Teologi dan Pendidikan Agama Kristen* 6, no. 1 (2026): 54–75.

¹⁴ Suzen Hartaty Rotoea Tobing, “Mangongkal Holi sebagai Wahana Identitas Batak Toba Diaspora di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek)” (tesis, Universitas Indonesia, 2024).

¹⁵ Felicia Irawaty and Arif Wicaksono, “Pola Coaching terhadap Generasi Z Berdasarkan Matius 17:5,” *Sanctum Domine: Jurnal Teologi* 14, no. 1 (2024): 175–196.

Digitalisasi dan Budaya Performa

Transformasi digital telah mengubah cara gereja berkomunikasi dengan jemaat. Penggunaan media sosial, platform digital, dan layanan ibadah daring membuka peluang yang lebih luas untuk menjangkau masyarakat. Namun, media sosial juga secara tidak langsung membentuk budaya yang menempatkan popularitas sebagai ukuran keberhasilan. Jumlah pengikut, tayangan, dan tingkat interaksi sering dipandang sebagai indikator keberhasilan pemimpin, sehingga pelayanan berpotensi bergeser dari proses pemuridan menjadi pencitraan pribadi.

Tekanan budaya digital ini mendorong munculnya kepemimpinan yang berorientasi pada kinerja.¹⁶ Keberhasilan pelayanan sering diukur melalui indikator kuantitatif, seperti jumlah pengikut, tingkat keterlibatan, dan tingkat eksposur konten. Akibatnya, fokus kepemimpinan dapat bergeser dari hal rohani menuju pencapaian hasil yang terlihat, dan pemimpin berisiko membangun identitas berdasarkan respons publik, bukan pada panggilan dan relasi dengan Tuhan.

Krisis Integritas dan Kepercayaan

Gereja, seperti dunia pada umumnya, mengalami penurunan kualitas dan integritas dalam kepemimpinan.¹⁷ Dalam beberapa tahun terakhir, berbagai kasus penyalahgunaan wewenang dan pelanggaran moral telah mengikis kepercayaan Gen Z terhadap para pemimpin rohani. *Religious Trauma Syndrome* (RTS) di kalangan Gen Z telah muncul sebagai isu multidimensional yang krusial dalam gereja kontemporer, umumnya dipicu oleh model kepemimpinan hierarkis-eksklusif yang menimbulkan luka psikospiritual.¹⁸

Krisis integritas ini diperkuat oleh budaya digital, di mana kesalahan pemimpin mudah terekspos dan sering kali direspons dengan penghakiman instan atau budaya pembatalan.¹⁹ Kondisi ini menciptakan tekanan tambahan bagi pemimpin sekaligus skeptisisme di kalangan Gen Z terhadap otoritas rohani.

Burnout dan Tekanan Pelayanan

Kompleksitas pelayanan di era modern meningkatkan risiko kelelahan fisik, emosional, dan spiritual bagi para pemimpin gereja. Tuntutan untuk selalu hadir bagi jemaat, mengelola organisasi, memimpin ibadah, berkhotbah, memberikan konseling, serta tetap aktif di media digital menciptakan tekanan yang besar. *Burnout* di kalangan pemimpin gereja ditandai oleh kombinasi kelelahan emosional, sikap sinis terhadap pelayanan, serta perasaan tidak efektif secara spiritual maupun sosial.²⁰

Kondisi ini menunjukkan bahwa pelayanan tidak hanya membutuhkan kemampuan bekerja keras, tetapi juga kemampuan untuk hidup bergantung pada anugerah Allah serta membangun komunitas yang saling mendukung. Pemimpin yang mengalami *burnout* akan kesulitan membangun komunikasi autentik dan relasional dengan Gen Z.

¹⁶ Reva Novianti et al., "Urgensi Learning Organization dengan Peran Kepemimpinan Digital dan Penerapannya sebagai Budaya Organisasi," *Jurnal Usaha* 5, no. 1 (2024): 8–19.

¹⁷ Bina Mardiaty Lase, Selviawati Selviawati, and Hikman Sirait, "Integritas dan Moralitas dalam Kepemimpinan Kristen: Upaya Gereja Membangun Spiritualitas Kepemimpinan Kristen," *EPIGRAPHE: Jurnal Teologi dan Pelayanan Kristiani* 9, no. 1 (2025): 103–112.

¹⁸ Rambing et al., "Mitigasi Religious Trauma Syndrome."

¹⁹ Endah Pratiwi, *The True Leader Saat Integritas Bicara Lebih Keras dari Kata-Kata* (Madani Kreatif Publisher, 2026), 90-91.

²⁰ Malni Fitri Matasak, "Burnout Syndrome: Analisis Peran Konseling Pastoral dalam Pencegahan dan Pengelolaan Syndrome Burnout pada Pendeta," *Jurnal Didakhe* 3, no. 1 (2025): 53–74.

Strategi Komunikasi Efektif dengan Gen Z

Beberapa strategi komunikasi telah terbukti efektif dalam menjangkau dan membina Gen Z. Fokus harus bergeser dari manajemen program institusional menuju “arsitek relasional” (*relational architects*).

Model Kaka: Authentic Mentorship

Gen Z saat ini, khususnya di Indonesia, menghargai autentisitas relasional di atas doktrin abstrak atau kekuasaan institusional. Model Kaka (“Kakak” atau *Big Brother*) merupakan pendekatan mentorship yang menekankan transisi dari “Otoritas Hierarkis” menuju “Persaudaraan Autentik” dan “Persahabatan Hangat.”

Elemen	Implementasi	Dampak
Mengurangi “Power Distance”	Berjalan bersama, bukan di depan atau belakang	Gen Z merasa lebih percaya diri berbagi pergumulan
Prioritas Autentisitas Relasional	Pemimpin sebagai “fellow traveler” yang jujur	Membangun jembatan relasional untuk menyampaikan kebenaran
Strategi “Stay, Play, Walk, and Talk”	Hadir di dunia keseharian Gen Z	Kepemimpinan rohani menjadi “suara hidup” yang relevan
Pengorbanan untuk Memimpin	Mengingat nama, ulang tahun, hadir saat krisis	Gen Z tergerak oleh perhatian personal

Tabel 2. Elemen Kunci Model Kaka dalam Komunikasi dengan Gen Z

Pemimpin yang menerapkan model ini bertindak sebagai “authentic brothers” yang “stay, play, walk, and talk” dengan pemuda dalam kehidupan sehari-hari mereka, bukan hanya berkhotbah dari mimbar. Model ini menggantikan dinamika “berjalan di belakang” dengan pendekatan “berjalan bersama” (*walk together*) yang mereduksi ketidaksetaraan status.

Ekologi Phigital: Keseimbangan Fisik dan Digital

Bagi Gen Z Indonesia, dunia digital bukan frontier yang terpisah; ia adalah dunia yang terdiri dari elemen-elemen yang mereka huni. Strategi “phigital” (*physical + digital*) mengakui realitas ini dengan memandang platform digital sebagai “networked spiritual infrastruktur.” Gereja perlu bergerak melampaui sekadar *streaming* ibadah untuk memberdayakan pemuda sebagai “misionaris digital” yang menciptakan dan menyebarkan konten keagamaan dalam gaya mereka sendiri melalui TikTok, Instagram, dan platform lainnya.

Penelitian menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang sakral dan alat untuk menghadirkan gereja yang berjejaring serta membangun dan membina hubungan dengan Gen Z dalam kasih Kristus.²¹ Namun, kehidupan nyata atau tatap muka tetap penting; kedua dimensi tersebut harus digunakan secara seimbang. Penggunaan ruang *online* untuk konektivitas harian harus diseimbangkan dengan pertemuan fisik untuk “kedalaman sakramental.”

Shared Christian Praxis: Dari Monolog ke Dialog

Instruksi didaktis tradisional (ceramah) sering gagal menjembatani kesenjangan antara doktrin abstrak dan “realitas kacau yang visceral” dari kehidupan Gen Z.²² Model *shared Christian praxis* menawarkan pendekatan komunikasi yang mengikuti siklus lima gerak-

²¹ Gaol dan Hutasoit, “Media Sosial sebagai Ruang Sakral.”

²² Muhammad Zidni Ilman Nafi’a et al., “Dilema Pembelajaran Inovatif bagi Generasi Z: Antara Kecerdasan Digital dan Kerentanan Moral,” *Literasi Nusantara* (2025), 17.

an: menamai pengalaman hidup (seperti video viral atau konflik personal); merefleksikannya secara kritis; melibatkan narasi Alkitab; berdialog bersama; dan berkomitmen pada “respons yang dihidupi.”

Pendekatan ini dimulai dari “lived story” pemuda, video viral, pergumulan di sekolah, dan tekanan dari media sosial, lalu dihubungkan dengan narasi Alkitab. Hasilnya, Gen Z diberikan agensi, ditransformasi dari konsumen pasif informasi menjadi “misionaris digital” yang aktif dan berkolaborasi dalam formasi spiritual mereka sendiri.

Kelompok Pemuridan "Slender" (1-12 Orang)

Pelayanan massal kehilangan generasi muda karena sering dipersepsikan sebagai membosankan atau kurang memiliki komunitas.²³ Transisi dari program skala besar ke ukuran kelompok kecil (1-12 orang) memastikan hubungan berkualitas tinggi, mengurangi kebosanan, dan memungkinkan setiap anggota memberikan umpan balik serta mengajukan pertanyaan.

Penelitian menunjukkan bahwa kelompok kecil yang berfungsi sebagai “rumah kedua” sangat efektif bagi pemuda, terutama mereka yang tinggal di pusat urban, jauh dari keluarga, dan menghadapi “eksplorasi identitas.”²⁴ Keluarga altar sebagai komunitas kelompok kecil yang dirancang untuk menumbuhkan iman dan keterlibatan rohani remaja terbukti mampu membangun komunitas yang relasional dan reflektif.²⁵

Pemberdayaan "Domestic Church"

Banyak pemuda menghabiskan waktu jauh lebih lama di rumah daripada di gereja. Pemimpin harus menggeser fokus dari program berbasis gereja ke pemberdayaan keluarga. Keluarga adalah konteks yang paling konsisten dan autentik untuk pembentukan iman. Strategi ini melibatkan reposisi orang tua sebagai “kurator eksplorasi spiritual,” alih-alih sekadar instruktur.

Gereja perlu memperluas perannya menjadi pembekalan strategis bagi orang tua, melatih mereka memimpin diskusi Alkitab yang dialogis, serta memodelkan iman yang autentik di dalam rumah. Nilai-nilai budaya Indonesia seperti gotong royong (kerja sama) dan kerukunan keluarga (harmoni keluarga) dapat dimanfaatkan sebagai fondasi pemuridan berbasis rumah, alih-alih diperlakukan sebagai hambatan.

Komunitas Pemberdayaan Inklusif

Di kota-kota dengan populasi majemuk, pemuda menghadapi “disonansi budaya” dan lingkungan yang berisiko tinggi (narkoba, tekanan sosial). Gereja perlu membangun “Komunitas Inklusif” yang memberikan penerimaan penuh tanpa memandang suku, warna kulit, atau latar belakang. Strategi ini juga melibatkan pengembangan peran gereja untuk mencakup layanan pemberdayaan, menyediakan pelatihan keterampilan hidup seperti multimedia, musik, bahasa asing, dan manajemen konflik.

²³ Syani Bombongan Rante Salu, *Teologi PAK & Implementasi bagi Generasi Z: Integrasi Fondasi Biblika, Psikologi Perkembangan, Pedagogis dan Strategi Digital di Era Disrupsi* (PT Revormasi Jangkar Philosophia, 2026).

²⁴ Alfons Renaldo Tampanawas and Samuel Selanno, “Lebih dari Sekadar Kumpul: Pembinaan Kristiani dalam Persekutuan Mengukir Identitas Pemuda,” *KARDIA: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani* 3, no. 2 (2025): 89–104.

²⁵ M. B. A. Soediro dan J. N. S. Juntak, “Peran Family Altar dalam Perkembangan Iman Remaja Pemuda di Gereja Bethany Pasar Legi Surakarta,” *ACADEMIA: Jurnal Inovasi Riset Akademik* (2025), <https://doi.org/10.51878/academia.v5i2.6227>.

Fondasi Teologis: Prinsip Kepemimpinan Kristen

Kepemimpinan Kristen yang sehat harus berakar pada Injil, bukan pada pencapaian eksternal. Enam prinsip kepemimpinan dalam buku *Lead* karya Paul David Tripp menawarkan kerangka yang relevan untuk menghadapi tantangan di era digital.²⁶

Prinsip	Deskripsi	Relevansi untuk Gen Z
<i>Achievement</i>	Keberhasilan diukur bukan oleh pencapaian eksternal, melainkan kesetiaan	Menggeser fokus dari metrik kuantitatif ke kualitas relasi
<i>Gospel</i>	Injil sebagai fondasi utama identitas dan praktik kepemimpinan	Kerendahan hati dan ketergantungan pada anugerah, bukan kesempurnaan
<i>Limits</i>	Keterbatasan adalah bagian dari desain Allah	Menghindari burnout, membangun ritme pelayanan sehat
<i>Balance</i>	Kualitas pelayanan ditentukan oleh kedalaman kehidupan rohani	Pelayanan lahir dari persekutuan dengan Allah, bukan aktivitas semata
<i>Restoration</i>	Fokus pada pemulihan pribadi, bukan penjagaan reputasi	Membebaskan pemimpin dari tekanan tampil sempurna
<i>Longevity</i>	Ketahanan jangka panjang melalui komunitas dan disiplin rohani	Membangun untuk keberlangsungan, bukan pencapaian instan

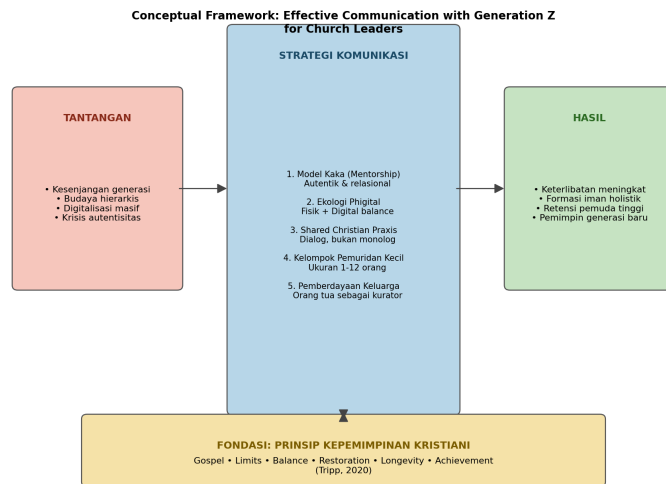
Tabel 3. Enam Prinsip Kepemimpinan Tripp dan Relevansinya untuk Komunikasi dengan Gen Z

Implikasi praktis dari prinsip-prinsip tersebut dapat dirumuskan dalam tiga langkah utama. Pertama, *reground*, yaitu, pemimpin Kristen perlu membangun kembali identitas berbasis Injil yang dibangun dari kesadaran tentang siapa dirinya di hadapan Tuhan. Kepemimpinan dibangun bukan oleh pencapaian dan produktivitas, melainkan oleh anugerah Allah. Kedua, *relation*, yaitu menyoroti bahwa budaya digital sering menciptakan kepemimpinan yang terisolasi dan hanya berorientasi pada audiens digital, bukan relasi nyata. Pemimpin Kristen seharusnya hidup dalam komunitas yang terbuka, memulihkan, dan saling membangun, dengan mentor yang menegur dan membimbing. Ketiga, *reorder*, yaitu era digital dengan aliran informasi yang aktif menuntut kecepatan dan kontinuitas pelayanan tanpa henti, yang sering kali mengabaikan keterbatasan manusia. Pemimpin perlu menata ulang ritme hidup dan pelayanan agar tercipta keseimbangan antara pelayanan, keluarga, dan relasi dengan Tuhan.²⁷

²⁶ Paul David Tripp, *Lead: 12 Gospel Principles for Leadership in the Church* (Wheaton, IL: Crossway, 2020), 45.

²⁷ Yogi Mahendra, "Transisi Kepemimpinan Pastoral Menuju Emeritasi dan Dinamika *Family Enterprise* dalam Gereja-Gereja Pentakostal di Indonesia," *KURIOS* 10, no. 3 (2024): 783–793.

Kerangka Konseptual Komunikasi Efektif



Gambar 1. Kerangka Konseptual Komunikasi Efektif dengan Gen Z untuk Pemimpin Gereja

Berdasarkan temuan penelitian Tripp, kerangka konseptual komunikasi efektif dengan Gen Z dapat dirumuskan sebagaimana tercantum pada Tabel 4 berikut.²⁸

Dimensi	Dari	Menuju
Gaya Kepemimpinan	Hierarkis-Eksklusif	Autentik-Inklusif
Model Komunikasi	Monolog didaktis	Dialog berbasis pengalaman
Ruang Pelayanan	Gereja-sentris	Phigital (Fisik + Digital)
Fokus Program	Massal dan institusional	Kelompok kecil dan relasional
Peran Pemimpin	Manajer program	Arsitek relasional
Locus Pemuridan	Gereja saja	Keluarga sebagai “domestic church”
Orientasi Hasil	Kuantitatif (jumlah, popularitas)	Kualitatif (kedalaman iman, karakter)

Tabel 4. Kerangka implementasi komunikasi efektif dengan Gen Z

Kerangka ini menekankan bahwa transformasi komunikasi bukan sekadar perubahan teknis atau metodologis, melainkan transformasi paradigma kepemimpinan yang berakar pada Injil. Pemimpin gereja yang ingin berkomunikasi secara efektif dengan Gen Z perlu memahami bahwa perbedaan karakteristik antargenerasi bukanlah ancaman bagi gereja.

Integrasi Temuan dengan Konteks Indonesia

Temuan penelitian ini sangat relevan dengan konteks gereja di Indonesia yang menghadapi tantangan yang unik. Karakteristik masyarakat Indonesia yang kolektivistik, dengan nilai-nilai seperti gotong royong dan kerukunan keluarga, dapat menjadi kekuatan dalam membangun model pemuridan yang kontekstual.²⁹ Alih-alih memandang nilai-nilai budaya sebagai hambatan, gereja dapat memanfaatkannya sebagai fondasi pendekatan pastoral yang relevan.

²⁸ Tripp, *Lead*.

²⁹ Joshua Tuerah et al., “Spiritualitas Komunal Nusantara: Model Konseling Pastoral Berbasis Gotong Royong,” *LIMMUD: Jurnal Ilmu Keagamaan dan Sosial Humaniora* 2, no. 1 (2025): 16–27.

Penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan pastoral yang didasarkan pada ke-relaan, integritas, dan keteladanan merupakan fondasi teologis yang kokoh bagi pelayanan gereja.³⁰ Analisis terhadap karakteristik spiritualitas Gen Z di era post-truth menunjukkan perlunya model kepemimpinan pastoral yang dialogis, autentik, dan kontekstual untuk menjawab skeptisisme serta dinamika digital generasi ini. Integrasi prinsip alkitabiah dengan strategi pendidikan dan pelayanan pastoral yang adaptif terbukti relevan dalam memperkuat spiritualitas Gen Z.

Gereja perlu segera merancang ulang program pastoral pemuda untuk mengintegrasikan media digital dan metode komunikasi yang lebih kontemporer.³¹ Pelayanan pastoral yang efektif untuk Gen Z harus berfokus pada upaya pendidikan yang berkelanjutan dan disesuaikan dengan gaya hidup digital mereka, termasuk penggunaan platform digital, konseling berbasis media sosial, serta gaya komunikasi yang relasional dan fleksibel. Pembentukan karakter Kristiani Gen Z paling efektif ketika pendidikan iman tidak berhenti pada transfer doktrin, tetapi dilakukan secara holistik dengan mengintegrasikan dimensi kognitif, afektif, dan praksis.³² Pendekatan berbasis pengalaman dan komunitas, melalui persekutuan kecil, pelayanan sosial, dan pelayanan digital partisipatif, secara signifikan memperkuat pembentukan karakter Kristiani.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diakui. Pertama, sebagai tinjauan literatur, penelitian ini tidak mengumpulkan data primer secara langsung dari Gen Z di Indonesia. Kedua, mayoritas literatur yang dikaji berasal dari konteks Protestan, sehingga generalisasi ke denominasi lain perlu dilakukan dengan saksama. Ketiga, dinamika teknologi yang sangat cepat berubah dapat membuat beberapa temuan menjadi kurang relevan dalam waktu singkat. Penelitian masa depan dapat diarahkan untuk: pertama, studi empiris dengan desain longitudinal untuk mengukur efektivitas strategi komunikasi; kedua, perbandingan lintas denominasi dan lintas budaya, ketiga, pengembangan instrumen evaluasi untuk mengukur kualitas komunikasi gereja dengan Gen Z; dan keempat, eksplorasi dampak jangka panjang digitalisasi gereja terhadap formasi iman.

KESIMPULAN

Tinjauan literatur sistematis ini menegaskan bahwa transformasi komunikasi gereja dalam menjangkau Gen Z bukan sekadar strategi pemasaran religius, melainkan keharusan teologis dan pastoral. Gen Z, sebagai generasi digital native pertama yang tumbuh sepenuhnya di dunia yang telah terdigitalisasi, memiliki karakteristik komunikasi yang khas, yaitu mengutamakan autentisitas, transparansi, dan komunikasi dua arah, serta lebih responsif terhadap konten visual dan interaktif dibandingkan model komunikasi didaktis tradisional.

Dalam menjangkau Gen Z, pemimpin gereja menghadapi sejumlah tantangan signifikan, yaitu kesenjangan generasi dalam gaya komunikasi, budaya performa yang didorong oleh media sosial, krisis integritas dan kepercayaan akibat penyalahgunaan otoritas,

³⁰ Aftur, Riska, Roni Kurniawan, dan Haryadi Sarjono, "Kepemimpinan Pastoral yang Autentik dalam Membentuk Spiritualitas Gen Z di Era Post-Truth: Kajian 1 Petrus 5: 2–3," *HARVESTER: Jurnal Teologi dan Kepemimpinan Kristen* 11.1 (2026): 98–114, <https://doi.org/10.52104/harvester.v11i1.427>.

³¹ Yolinus Fajar Dachi et al., "Strategi Pelayanan Pastoral bagi Generasi Z Menurut Amsal 22:6," *THEOSEBIA: Journal of Theology, Christian Religious Education and Psychospiritual* 2, no. 1 (2025): 29–41, <https://doi.org/10.70420/theosebia.v2i1.123>.

³² Aussie Femy Tangdilintin, "Integrasi Teologi Garam dan Terang, Budaya Tongkonan, dan Sosialisasi Digital dalam Pembinaan Generasi Z di Gereja Toraja," *HARVESTER: Jurnal Teologi dan Kepemimpinan Kristen* 10, no. 2 (2025): 146–154, <https://doi.org/10.52104/harvester.v10i2.294>.

serta risiko burnout akibat tuntutan pelayanan yang terus-menerus. Model kepemimpinan yang bersifat hierarkis dan eksklusif terbukti kurang efektif, bahkan berpotensi menimbulkan trauma religius di kalangan generasi muda.

Untuk menjawab tantangan tersebut, penelitian ini mengidentifikasi lima strategi komunikasi yang efektif, yaitu: (1) Model kaka atau *authentic mentorship* yang mengurangi jarak kekuasaan antara pemimpin dan generasi muda; (2) ekologi phigital yang menyeimbangkan interaksi fisik dan digital secara proporsional; (3) *shared christian praxis* yang menggeser pendekatan dari monolog menuju dialog berbasis pengalaman hidup; (4) kelompok pemuridan kecil berjumlah satu sampai dua belas orang yang memungkinkan relasi personal dan umpan balik berkualitas; dan (5) pemberdayaan keluarga sebagai gereja domestik, tempat formasi iman paling konsisten dan autentik berlangsung.

Kelima strategi tersebut perlu berpijak pada fondasi teologis yang kokoh, yaitu prinsip kepemimpinan Kristen yang berakar pada Injil dan tidak bergantung pada pencapaian eksternal. Prinsip ini mencakup kesadaran akan keterbatasan manusia, keseimbangan antara pelayanan dan kehidupan rohani, keterbukaan terhadap pemulihan, serta komitmen membangun komunitas yang saling menguatkan. Implikasi praktisnya dirumuskan melalui tiga langkah utama, yaitu reground atau membangun kembali identitas berbasis Injil, relation atau menghidupi komunitas yang saling membangun, dan reorder atau menata ulang ritme pelayanan agar tidak mengabaikan keterbatasan manusiawi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi gereja dengan Gen Z bertumpu pada perubahan paradigma kepemimpinan, dari pemimpin sebagai manajer program institusional menjadi arsitek relasional yang membangun kedekatan personal, autentik, dan berkelanjutan. Dengan mengadopsi pendekatan ini secara holistik, gereja memiliki peluang untuk beralih dari institusi yang dipandang kurang relevan menjadi ruang yang aman dan bermakna bagi eksplorasi spiritual Gen Z, tanpa mengorbankan kebenaran Injil. Penelitian lanjutan yang bersifat empiris dan longitudinal tetap diperlukan untuk menguji efektivitas strategi ini dalam konteks sosial budaya Indonesia yang terus berkembang.

REFERENSI

- Aftur, Riska, Roni Kurniawan, dan Haryadi Sarjono. "Kepemimpinan Pastoral yang Autentik dalam Membentuk Spiritualitas Gen Z di Era Post-Truth: Kajian 1 Petrus 5:2–3." *HARVESTER: Jurnal Teologi dan Kepemimpinan Kristen* 11, no. 1 (2026): 98–114. <https://doi.org/10.52104/harvester.v11i1.427>.
- Anggraeni, Vilma Dewi. "Trust Merek di Era AI: Mediasi Niat Beli Generasi Z dan Virtual Influencer." *Jurnal Lentera Bisnis* 15, no. 1 (2026): 979–990.
- Dachi, Yolinus Fajar, et al. "Strategi Pelayanan Pastoral bagi Generasi Z Menurut Amsal 22:6." *THEOSEBIA: Journal of Theology, Christian Religious Education and Psychospiritual* 2, no. 1 (2025): 29–41. <https://doi.org/10.70420/theosebia.v2i1.123>.
- Danu, Ratna Triwurian, Anisa Rizki Sabrina, and Fairuza Arindra. "From Clicks to Connections: Understanding the Strategic Communication Needs of Gen Z Learners." *KnE Social Sciences* 10, no. 31 (2025): 1. <https://doi.org/10.18502/kss.v10i31.20378>.
- Gaol, Rumondang Lumban, and Resmi Hutasoit. "Media Sosial sebagai Ruang Sakral: Gereja yang Bertransformasi bagi Perkembangan Spiritualitas Generasi Z dalam Era Digital." *KENOSIS: Jurnal Kajian Teologi* 7, no. 1 (2021): 146–172. <https://doi.org/10.37196/KENOSIS.V1I1.284>.
- Irawaty, Felicia, and Arif Wicaksono. "Pola Coaching terhadap Generasi Z Berdasarkan Matius 17:5." *Sanctum Domine: Jurnal Teologi* 14, no. 1 (2024): 175–196.

- Lahagu, Abdiel Anugrah. "Gap Generasi dan Peran Gereja: Analisis tentang Pelayanan Pastoral sebagai Solusi di GKKA, JKI, dan Persekutuan Doa di Surabaya." *SKENOO: Jurnal Teologi dan Pendidikan Agama Kristen* 6, no. 1 (2026): 54–75.
- Lase, Bina Mardiaty, Selviawati Selviawati, and Hikman Sirait. "Integritas dan Moralitas dalam Kepemimpinan Kristen: Upaya Gereja Membangun Spiritualitas Kepemimpinan Kristen." *EPIGRAPHE: Jurnal Teologi dan Pelayanan Kristiani* 9, no. 1 (2025): 103–112.
- Mahendra, Yogi. "Transisi Kepemimpinan Pastoral Menuju Emeritasi dan Dinamika *Family Enterprise* dalam Gereja-Gereja Pentakostal di Indonesia." *KURIOS* 10, no. 3 (2024): 783–793.
- Matasak, Malni Fitri. "Burnout Syndrome: Analisis Peran Konseling Pastoral dalam Pencegahan dan Pengelolaan Syndrome Burnout pada Pendeta." *Jurnal Didakhe* 3, no. 1 (2025): 53–74.
- Nafi'a, Muhammad Zidni Ilman, et al. "Dilema Pembelajaran Inovatif bagi Generasi Z: Antara Kecerdasan Digital dan Kerentanan Moral." *Literasi Nusantara* (2025).
- Novianti, Reva, et al. "Urgensi Learning Organization dengan Peran Kepemimpinan Digital dan Penerapannya sebagai Budaya Organisasi." *Jurnal Usaha* 5, no. 1 (2024): 8–19.
- Nurdiansyah, Nurdiansyah, et al. *Bisnis Digital Mindset*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah, 2025.
- Prasanna, Matsa, and A. Lakshmi Priyanka. "Marketing to Gen Z: Understanding the Preferences and Behaviors of Next Generation." *International Journal for Multidisciplinary Research* 6, no. 4 (2024): 1–8.
<https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i04.26612>.
- Pratiwi, Endah. *The True Leader Saat Integritas Bicara Lebih Keras dari Kata-Kata*. Madani Kreatif Publisher, 2026.
- Priyono, Budi. "Pengaruh Kepemimpinan Visioner Digital dan Literasi Digital Rohani terhadap Implementasi Misi Gereja Digital: Sebuah Studi Literatur dan Kajian Alkitabiah." *Regula Fidei: Jurnal Pendidikan Agama Kristen* 10, no. 2 (2025): 231–242.
- Rahayu, Yohana Fajar, and Elisa Nimbo Sumual. "Teologi Kristen dan Tantangan Etis dari Budaya Viral Challenge di Ruang Virtual." *DIDASKO: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristen* 5, no. 2 (2025): 117–128.
- Rambling, Royke J., Herda Hasibuan, and Ronal Sibuea. "Mitigasi Religious Trauma Syndrome Generasi Z melalui Kepemimpinan Inklusif Berbasis Pastoral." *ELEOS: Jurnal Teologi dan Pendidikan Agama Kristen* 5, no. 2 (2026): 305–318.
<https://doi.org/10.53814/eleos.v5i2.351>.
- Salu, Syani Bombongan Rante. *Teologi PAK & Implementasi bagi Generasi Z: Integrasi Fondasi Biblikal, Psikologi Perkembangan, Pedagogis dan Strategi Digital di Era Disrupsi*. PT Revormasi Jangkar Philosophia, 2026.
- Samarasinghe, Udakotuwa Gedarage Buddhika Darshani, Weeramandappa Dewayalage Niranjala Shyamali Mendis Tennakoon, and Kamal Padmasiri Thakshila Sajeewani. "Generation Z's Response to YouTube Non-Skippable Ads: Exploring Determinants of Purchase Intention in Sri Lanka." *Journal of Digital Marketing and Communication* 5, no. 2 (2025): 144–161.
<https://doi.org/10.53623/jdmc.v5i2.799>.
- Soediro, M. B. A., dan J. N. S. Juntak. "Peran *Family Altar* dalam Perkembangan Iman Remaja Pemuda di Gereja Bethany Pasar Legi Surakarta." *ACADEMIA: Jurnal Inovasi Riset Akademik* (2025). <https://doi.org/10.51878/academia.v5i2.6227>.
- Susilo, Arman, and Paulus Kunto Baskoro. "Tantangan Kepemimpinan Kristen di Era Disrupsi dalam Gereja Tuhan." *Ritornela-Jurnal Teologi Pentakosta Indonesia* 4, no. 2 (2024): 116–134.

- Tangdilintin, Aussie Femy. "Integrasi Teologi Garam dan Terang, Budaya Tongkonan, dan Sosialisasi Digital dalam Pembinaan Generasi Z di Gereja Toraja." *HARVESTER: Jurnal Teologi dan Kepemimpinan Kristen* 10, no. 2 (2025): 146–154. <https://doi.org/10.52104/harvester.v10i2.294>.
- Tampenawas, Alfons Renaldo, and Semuel Selanno. "Lebih dari Sekadar Kumpul: Pembinaan Kristiani dalam Persekutuan Mengukir Identitas Pemuda." *KARDIA: Jurnal Teologi dan Pendidikan Kristiani* 3, no. 2 (2025): 89–104.
- Tobing, Suzen Hartaty Rotoea. "Mangongkal Holi sebagai Wahana Identitas Batak Toba Diaspora di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek)." Tesis, Universitas Indonesia, 2024.
- Tripp, Paul David. *Lead: 12 Gospel Principles for Leadership in the Church*. Wheaton, IL: Crossway, 2020.
- Tuerah, Joshua, et al. "Spiritualitas Komunal Nusantara: Model Konseling Pastoral Berbasis Gotong Royong." *LIMMUD: Jurnal Ilmu Keagamaan dan Sosial Humaniora* 2, no. 1 (2025): 16–27.
- Widiutomo, Nicodemus DN. "The Effectiveness of Church Social Media in Teaching Theology to Generation Z." *Crossroad Research Journal* 1, no. 3 (2024): 14–25. <https://doi.org/10.61402/crj.v1i3.133>.
- Wijaya, Stefanus Adi. *Mendengar yang Transformatif: Pendampingan Pastoral Berbasis Naratif dan Spiritualitas Kontemplatif bagi Generasi Alpha dan Z*. Elementa Media Literasi, 2026.