



### GENERASI “Z” DAN STRATEGI MELAYANINYA

Dr. Yuli Kristyowati, M.Th.

Sekolah Tinggi Teologi Indonesia Manado

Email: [kristyowatiyuli2@gmail.com](mailto:kristyowatiyuli2@gmail.com)

#### Article History

Submitted:  
26-06-2021

Revised:  
30-06-2021

Accepted:  
30-06-2021

#### Keywords:

Generation Z;  
Service  
Strategy;  
Industrial  
Revolution 4.0;  
Artificial  
Intelligence;  
Church

#### Abstract

*Generation Z, with its own socio-historical life in the era of the industrial revolution 4.0. Generation Z has different characteristics from the previous generation. The generation who are familiar with the internet in Indonesia has a very large number, namely 75 million people from 191.9 million productive age. Because the characteristics of this generation are very different, there is a gap with other generations. A church that does not recognize Generation Z and sticks with the old ministry style will be left behind by Generation Z. Generation Z can leave the church if it is deemed that the church does not suit the style and needs of this generation. The author conducted a non-hypothetical descriptive research with a qualitative approach method. The author uses a random sampling technique to determine the respondents, namely Generation Z, who is currently in junior high school, high school and college. The instrument for collecting data is using an open questionnaire. Advances in information technology have made no significant difference in the characteristics of Generation Z anywhere. Generation Z requires spiritual ministry with creative worship designs, teaching biblical doctrines, requires support for the formation of faith and a strong mentality, being trained to face the world by utilizing AI and building personal branding to overcome the problems and challenges of the times.*

#### Abstrak

*Generasi Z dengan kehidupan sosio-sejarah tersendiri di era revolusi industri 4.0. Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dari generasi sebelumnya. Generasi yang akrab dengan internet ini di Indonesia memiliki jumlah sangat besar yakni 75 juta jiwa dari 191,9 juta usia produktif. Karena karakteristik generasi ini yang sangat berbeda, maka terjadi gap dengan generasi yang lain. Gereja yang tidak mengenal generasi Z dan tetap dengan gaya pelayanan lama, akan ditinggalkan oleh generasi Z. Generasi Z dapat meninggalkan gereja jika dianggap gereja tidak sesuai dengan gaya dan kebutuhan generasi ini. Penulis melakukan penelitian deskriptif non hipotesis dengan metode pendekatan kualitatif. Penulis menggunakan teknik random sampling untuk menetapkan responden yakni generasi Z yang sekarang duduk di bangku SMP, SMA dan perguruan tinggi. Adapun instrument pengumpulan data penulis memakai angket terbuka. Kemajuan teknologi informatika menjadikan tidak ada perbedaan yang signifikan dalam karakteristik generasi Z dimanapun. Generasi Z memerlukan pelayanan rohani dengan design ibadah yang kreatif, Pengajaran doktrin yang alkitabiah, memerlukan dukungan untuk pembentukan iman dan mental yang tangguh, dilatih menghadapi dunia dengan memanfaatkan AI dan membangun personal branding untuk mengatasi masalah dan tantangan jamannya.*

## PENDAHULUAN

Karl Mannheim yang pertama-tama memperkenalkan teori generasi dalam bukunya yang berjudul *"The Problem of Generation"* yang dikutip Gazali, menyatakan bahwa setiap manusia akan saling memengaruhi dan membentuk karakter yang cenderung sama. Ini karena manusia menghadapi dan melewati sosio-sejarah yang sama.<sup>1</sup> Jadi, para pakar membagi kelompok generasi bukan sekedar karena tahun lahir, tetapi karena pengaruh sosio-sejarah. Don Tapscott: *Grown Up Digital dalam Youarti, Jurnal fokus konseling*, membagikan demografi penduduk kepada beberapa kelompok berikut:

a. **PreBaby Boom** (lahir pada 1945 dan sebelumnya)

b. **The Baby Boom** (lahir antara 1946 – 1964)

c. **The Baby Bust** (lahir antara 1965 – 1976) – **Generasi X**

d. **The Echo of the Baby Boom** (lahir antara 1977 – 1997) – **Generasi Y**

e. **Generation Net** (lahir antara 1998 hingga 2009) – **Generasi Z**

f. **Generation Alpha** (lahir pada 2010) – **Generasi A**<sup>2</sup> Dalam Gazali, para pakar Amerika mengelompokkan generasi Z adalah yang lahir pada 1996- 2010. Yang diidentifikasi memiliki karakter menghargai keragaman, menghendaki perubahan sosial, suka berbagi dan berorientasi pada target. Generasi Z tidak cukup hanya dicirikan berdasarkan tahun lahir, melainkan juga sosio-historis yang dihadapinya. Salah satu ciri yang sangat kuat dari Generasi Z adalah akses dan ketergantungan terhadap teknologi, gadget dan pelacakan informasi secara acak. Mereka bukan generasi yang secara

tekun membaca suatu narasi melalui buku-buku cetak. Sebaliknya, mereka lebih *enjoy* terhadap informasi yang bertebaran di dunia internet, terutama yang berbentuk visual dan gambar.<sup>3</sup>

Generasi NET atau generasi Internet ini berada di era revolusi industri 4.0 atau revolusi industri dunia keempat dimana teknologi informasi telah menjadi basis dalam kehidupan manusia, maka segala hal menjadi tanpa batas (borderless) dengan penggunaan daya komputasi dan data yang tidak terbatas (unlimited), karena dipengaruhi oleh perkembangan internet dan teknologi digital yang masif sebagai tulang punggung pergerakan dan konektivitas manusia dan mesin".<sup>4</sup> Tidak dapat dipungkiri di era ini sebagian besar kehidupan memiliki ketergantungan pada internet. Teknologi merambah dalam seluruh bidang kehidupan sehari-hari, misalnya:

1. Bidang Transportasi: gojek, grab, ojek, dan lain-lain.

2. Bidang Kesehatan: halodoc

3. Bidang Pendidikan: ruang guru

4. Bidang Keuangan financial technology/ fintech: OVO, DANA,

Indonesia adalah pengguna smartphone terbesar keempat dunia setelah Cina, Amerika dan India. Jumlah pengguna aktif smartphone Indonesia mencapai lebih dari 100 juta orang.<sup>5</sup> Hampir setengah penduduk Indonesia adalah pengguna aktif Smartphone. Teknologi canggih telah membawa keterbukaan informasi, yang mengantarkan terwujudnya dunia global. Jadi, masyarakat pengguna smartphone telah terhubung pada sistem informasi global yang tanpa batas. Mengingat harga *smartphone* yang semakin terjangkau, menjadikan orang dewasa tidak perlu berpikir dua kali untuk memfasilitasi anaknya yang masih remaja dengan *smartphone*.<sup>6</sup> Fasilitas

<sup>1</sup> Hatim Gazali, *Islam Untuk Gen Z: Mengajarkan Islam, Mendidik Muslim Generasi Z: Panduan Bagi Guru PAI*, ed. Siti Kholisoh dan Khoirul Anam (Jakarta: Wahid Foundation, 2021), <https://doi.org/10.31219/osf.io/w3d7s>.

<sup>2</sup> Inta Elok Youarti and Nur Hidayah, "Perilaku Phubbing Sebagai Karakter Remaja Generasi Z," *Jurnal Fokus Konseling* Vol 4, No (2018), <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30596%2Fsnk.v1i1.3621>.

<sup>3</sup> Gazali, *Islam Untuk Gen Z: Mengajarkan Islam, Mendidik Muslim Generasi Z: Panduan Bagi Guru PAI*.

<sup>4</sup> Leni Rohida, "Pengaruh Era Revolusi Industri 4.0 Terhadap Kompetensi Sumber Daya Manusia No Title," *Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 6 (2018), <https://doi.org/10.31843/jmbi.v6i1.187>.

<sup>5</sup> Sumber: <http://www.tempo.co/read/kolom/2015/10/02/2310/raksasa-teknologi-digital-asia> <https://kominfo.go.id>, "Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia," 2015.

<sup>6</sup> Youarti and Hidayah, "Perilaku Phubbing Sebagai Karakter Remaja Generasi Z."

yang mendukung menjadikan generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda.

Permasalahan dalam gereja muncul karena gap generasi dalam gereja yang memerlukan metode pelayanan yang berbeda. Kelompok orang tua menganggap anak-anak muda (generasi Z) aneh dalam arti tidak seperti mereka. Dan Generasi Z juga menganggap gaya hidup lama sudah tidak sesuai dengan mereka. Gembala yang mempertahankan gaya pelayanan lama, maka akan ditinggalkan oleh generasi Z. Dalam pengamatan penulis didapati dalam beberapa gereja, anak-anak remaja enggan mengikuti kegiatan kebaktian gereja. Bahkan ada yang meninggalkan gereja asalnya dan mencari gereja yang menurut mereka sesuai dengan kebutuhan mereka.

Statistik menunjukkan bahwa jumlah penduduk Indonesia 2019 mencapai 267 juta jiwa. Indonesia sedang menikmati masa bonus demografi dimana usia produktif (umur 15-64) lebih besar dari usia tidak produktif, yakni lebih dari 68% dari total populasi. Bonus demografi yang dinikmati Indonesia merupakan potensi besar bagi bangsa jika sumber daya manusia (SDM) berkualitas. Namun jika generasi ini tidak ditangani dengan baik maka bukan bonus demografi tetapi bencana demografi. Oleh karena itu, kelompok muda harus ditangani dengan baik, khususnya dalam gelombang globalisasi dalam revolusi industri 4.0. Kelompok muda yang penulis maksudkan adalah generasi Z yaitu generasi yang lahir dalam rentang waktu antara tahun 1995 sampai 2010. Sensus Penduduk 2020 mengungkap lonjakan jumlah penduduk usia produktif, 15-64 tahun, dari 66,09% atau 157 juta tahun 2010 ke 70,7% atau 191,9 juta tahun 2020. Dari penduduk usia produktif sebesar itu terdapat 70,2 juta atau 25,87% usia milenial, yakni mereka yang berusia 24-39 tahun dan 75 juta generasi Z yang berusia 8-23 tahun. Penduduk usia *baby boomer*, 56-74 tahun, sekitar 11,56% atau 31,37 juta dan *pre-baby boomer*, 75 tahun ke atas sebanyak 1,87% atau 5 juta jiwa.<sup>7</sup> Generasi Z yang berjumlah 75 juta jiwa merupakan jumlah yang besar dan jika tidak mendapatkan pelayanan sesuai kebutuhannya, maka gereja akan kehilangan generasi. Oleh karena itu, generasi yang besar ini harus dilayani dengan baik agar membangun gelombang generasi yang memuliakan Tuhan.

Permasalahan yang muncul berkaitan dengan pelayanan terhadap generasi Z adalah: kesulitan tersendiri menghadapi generasi ini. Pengamatan di kabupaten Sintang didapati: kelompok remaja pemuda di kabupaten Sintang enggan mengikuti kebaktian di gereja, dan sebagian ada yang pergi mencari gereja yang menurut kelompok tersebut lebih sesuai daripada gereja yang selama ini diikuti. Hal ini ditegaskan seorang Pendeta di Sintang bahwa ditemukan remaja pemuda yang pergi ke gereja lain tanpa memberikan alasan mengapa tidak antusias mengikuti kebaktian remaja pemuda yang diadakan. Hal itu menjadi tantangan bagi berbagai gereja khususnya gereja konvensional.

Berdasarkan latar belakang masalah yang demikian itu, maka penulis tertarik untuk meneliti karakteristik generasi Z dan bagaimana metode pelayanan yang sesuai kebutuhan generasi z?

## Pembahasan Tentang Generasi Z

### Karakteristik Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang memang telah lahir di era serba canggih, era dimana internet merambah semua kalangan. Maka generasi Z disebut juga generasi NET. Generasi Z atau Gen NET sangat tergantung pada teknologi, berbakat menggunakan berbagai sarana informasi, tidak ada waktu tanpa smartphone dan selalu terhubung pada internet. Generasi Z bisa mendapat informasi apa saja dari gadget yang ada ditangannya. Generasi ini sebagian justru sudah memiliki penghasilan yang cukup besar.

Don Tapscott menguraikan karakteristik generasi Z, sebagai berikut: "*Net Geners share "eight norms" that unify them as a generation:*

1. "*Freedom*" – *Net Geners expect and demand freedom, choice and variety in all areas of their lives. Rather than finding a job after college and holding on to it, they keep looking for the right job. They want to live and work where and when they choose.*
2. "*Customization*" – *Previous generations accepted mass-produced products. Net Geners regularly customize their purchases and even their jobs.*

<sup>7</sup> Primus Dorimulu, Berita satu.com/ekonomi "Indonesia Sedang Menikmati Bonus Demografi," 2021.

3. *"Scrutiny" – Having always been exposed to countless competing media channels, Net Geners almost instinctively scrutinize any information they encounter. They expose hoaxes quickly, and make short work of false pretenses. To communicate with Net Geners and to sell to them, you must be honest and open.*
4. *"Integrity" – Net Geners demand integrity. They expect companies to display honesty. They can forgive genuine mistakes, but not deception or harmful practices.*
5. *"Collaboration" – Members of previous generations sometimes swapped stories about work over a drink, but they did their actual work alone. Net Geners grew up collaborating; it is natural for them. Their collaboration goes beyond teamwork or social contributions, and often takes the form of co-creation (think Wikipedia).*
6. *"Entertainment" – Net Geners love to be entertained. They expect to take regular breaks from work to relax. In fact, they don't even see clear lines between work and play; they want to have fun at work. That's why Microsoft and Google put so many games online.*
7. *"Speed" – Net Geners are fluent users of texting and instant messaging, which are built on high-speed connections, so they expect everything to happen quickly. Their Internet connections and computers have become faster and faster. They want rapid answers, decisions and action. Slowness makes them bored, worried and irritated.*
8. *"Innovation" – All their lives, Net Geners have seen new products and technologies arrive in a steady stream of change. They expect change and want the best, latest toys.<sup>8</sup>*

Demikian juga Gazali, menjelaskan karakteristik Generasi Z adalah:

1. Multi-Tasking. Generasi Z ini dapat mengerjakan beberapa pekerjaan secara bersamaan, mereka bisa mengetik di laptop sembari mendengarkan lagu dari internet, mengakses media sosial melalui gawai, mencari referensi penting untuk menyelesaikan tugas, dan menonton TV.
2. Teknologi. Mereka adalah generasi yang memiliki ketergantungan yang tinggi

terhadap teknologi, terutama yang berbasis internet. Rata-rata per hari mereka bisa menghabiskan waktu 3-5 jam untuk mengakses media sosial.

3. Terbuka. Berkat media sosial tersebut, mereka adalah generasi yang terbuka terhadap hal-hal baru, mudah penasaran terhadap kebaruan termasuk mencoba hal-hal baru.
4. Audio-visual. Mereka adalah generasi yang lebih menikmati audio dan visual ketimbang teks tulisan, sehingga gambar, video, grafis dan bentuk audio-visual lainnya lebih disukai.
5. Kreatif. Banyaknya informasi yang didapatkan melalui gadget yang dimilikinya, menjadikan mereka sebagai sosok yang kreatif.
6. Inovatif. Mereka adalah sosok yang tidak puas dengan keadaan hari ini, karena itulah, mereka berusaha untuk memunculkan inovasi-inovasi yang dapat mempermudah hidupnya.
7. Kritis. Dengan teknologi di genggamannya, mereka dapat mengakses beragam informasi secara acak, sehingga menjadikan mereka kritis dalam membaca sesuatu karena sumber yang dibaca tidak pernah tunggal.
8. Kolaborasi. Di tangan mereka, era kompetisi seakan berakhir. Mereka lebih menikmati kolaborasi sesama generasi mereka untuk memecahkan masalah yang dihadapinya.<sup>9</sup>

Dengan karakteristik yang berbeda ini, maka generasi ini membutuhkan pendekatan yang berbeda pula. Remaja jaman sekarang disebut digital native, karena kecenderungan mereka untuk selalu bersentuhan dengan gawai (gadged) mereka setiap waktu. Remaja masa kini lebih bersifat skeptis dan sinis, menjunjung tinggi privasi, memiliki kemampuan multi tasking yang hebat, ketergantungan pada teknologi, pola pikir yang sangat luas dan penuh kewaspadaan. Seharusnya generasi ini lebih cerdas dibanding generasi sebelumnya, namun banyak remaja justru mengalami adiksi (kecanduan). Dampaknya kurang sosialisasi, tidak fokus, dan kompetensi sosialnya sangat kurang.<sup>10</sup> Permasalahan generasi Z menuntut sikap semua pihak untuk proaktif menyelamatkan generasi ini.

<sup>8</sup> Don Tapscott, *Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World*. (McGraw-Hill., 2008).

<sup>9</sup> Gazali, *Islam Untuk Gen Z: Mengajarkan Islam, Mendidik Muslim Generasi Z: Panduan Bagi Guru PAI*.

<sup>10</sup> Ririn Nur Febriani, "Kenali Karakter Remaja Generasi Z," *Pikiran Rakyat. Com*, Bandung, 2017.

## **Tantangan Generasi Z**

Revolusi industri 4.0 yang menitikberatkan pada pola digitalisasi dan otomasi disemua aspek kehidupan manusia, membawa dunia dalam pergerakan yang sangat cepat dengan berbagai perubahan yang sangat cepat. Generasi Z menghadapi tantangan perubahan yang sangat cepat tersebut. Gaya hidup baru yang serba internet, memungkinkan tantangan ini terjadi, yakni:

### **1. Tantangan Perubahan**

Generasi z hidup dalam era revolusi industri 4.0 dengan perubahan serba cepat dalam segala bidang. Setiap saat menghadapi perubahan, prediksi begitu cepat menjadi kedaluwarsa. Berbagai penemuan teknologi canggih menyediakan berbagai fasilitas untuk mengatasi kesulitan hidup sehari-hari agar semua lebih mudah. Pengalihan tenaga kerja manusia ke tenaga robot yang dirancang untuk efisiensi kerja dan pengendalian biaya produksi akan menyebabkan banyaknya peluang kerja yang tertutup. Kondisi ini sudah mulai terasa pada saat ini yang sudah mulai dibaca oleh generasi Z. Era revolusi industri 4.0 era teknologi serba canggih memfasilitasi kehidupan dengan berbagai kemudahan. Era ini membuat pergerakan dalam segala hal sangat cepat, dimana satu kemajuan akan disusul lagi dengan kemajuan baru dan begitu seterusnya. Teknologi terus bergerak maju untuk mengatasi berbagai kesulitan untuk menemukan yang lebih mudah dan lebih baik. Teknologi canggih terus berkembang dan membuat teknologi yang terdahulu segera ditinggalkan. Salah satu ciri era revolusi industri 4.0 adalah perubahan yang sangat cepat dalam segala bidang.

Perkembangan yang sangat cepat ini menuntut kualitas manusia yang juga dapat cepat mengikuti perkembangan, cepat beradaptasi dengan segala perkembangan baru agar terhindar dari ketinggalan dan depresi. Kondisi dunia yang stabil tidak ditemui di era ini, digantikan dunia yang berubah sangat cepat. Para pelaku bisnis dan dunia pendidikan harus memahami kondisi ini dan dapat membaca kebutuhan generasi ini dalam beberapa waktu di depan. Inilah tantangan generasi dan tantangan dunia pendidikan yang

harus menghasilkan manusia pembelajar. Oleh karena itu para pendidik harus siap meninggalkan pola pendidikan jadoel, dan pendidik siap menjadi manusia pembelajar, harus menerima, beradaptasi, dan mengikuti perubahan jaman. Siswa harus diajar untuk mampu memecahkan masalah, beradaptasi, kolaborasi, kepemimpinan dan kreatifitas serta inovasi. Pendidikan nantinya akan kembali pada hal-hal kemanusiaan mendasar seperti melatih soal rasa, berpikir kreatifitas, sikap kritis, kolaborasi, mengetahui benar salah dan karakter. Pendidik harus menciptakan manusia pesaing industri 4.0 yang sangat ketat.<sup>11</sup> Selain dalam dunia pendidikan, dalam dunia pelayanan rohani juga memerlukan metode baru. Era ini dibutuhkan mental pelayan Tuhan yang cepat menyesuaikan diri dengan perubahan, tidak cepat puas dengan keadaan tetapi terus berusaha mencari tahu dan berinovasi.

### **2. Tantangan pluralisme agama**

Indonesia adalah negara dengan pluralitas agama yang hidup berdampingan dengan rukun dibawah payung Pancasila dimana setiap orang menjalankan ibadah sesuai agama yang dianut. Pluralitas tidak menjadi masalah, tetapi pluralisme (paham yang menganggap semua agama sama dalam arti memiliki plus dan minusnya masing-masing) akan mengaburkan doktrin dan pengajaran. Dengan alasan toleransi berkembang sikap inklusifis yakni sikap Kristen yang mengakui pernyataan Allah yang final dalam Kristus/ percaya keselamatan dalam Yesus Kristus, tetapi juga mengakui adanya keselamatan pada agama-agama lain. Bahkan ada pemimpin organisasi gereja yang memberi pernyataan secara terang tentang paham tersebut. Ini adalah tantangan generasi Z jika gereja tidak memberikan pengajaran Alkitab dengan benar.

Karakteristik generasi Z mendukung terciptanya pluralisme agama yang subur. Oleh karena pelayanan yang menjangkau bidang ini sangat diperlukan. Tantangan ini memerlukan jawaban doktrin alkitabiah.

### **3. Tantangan Sulitnya mencari pekerjaan**

Era teknologi canggih dengan AI (kecerdasan buatan) yang bertebaran dipakai dalam seluruh bidang kehidupan didukung internet memfasilitasi semakin cepatnya

<sup>11</sup> Kompasiana, <https://www.geogle.com>.  
Tantangan Generasi Milenial dan revolusi industri 4.0

perkembangan teknologi. Generasi Z diperhadapkan pada pilihan disrupting atau disrupted. Pilihan untuk bertarung memanfaatkan AI dapat memunculkan peluang, namun yang tidak akan menjadi pecundang karena sulitnya mencari pekerjaan.

Profesi atau pekerjaan mereka (anak-anak generasi z yang sekarang duduk di Sekolah dasar) adalah pekerjaan yang belum ada pada masa lalu, misalnya: Youtuber, gamer profesional, dropshiper online shop dan profesi-profesi lain yang berkaitan dengan kemajuan teknologi. Reza Oktovian seorang youtuber dan gamer berpenghasilan 5,6 miliar/ tahun, demikian juga Atta Halilintar yang sukses dengan chanel youtube nya. Jadi, diperkirakan 65% dari siswa Sekolah Dasar sekarang, akan memiliki pekerjaan yang belum ada sekarang. Berdasarkan penelitian McKinsey Global Institute pada 46 negara di seluruh dunia, ditemukan bahwa lebih dari 800 juta pekerjaan akan tergantikan oleh adanya automasi.<sup>12</sup>

Jadi, kemajuan teknologi merupakan peluang baru, namun juga tantangan tersendiri yang menuntut sikap positif untuk memenangkannya.

#### 4. Generasi Z dan Personal Branding

Di era teknologi 4.0 dimana semua serba teknologi canggih kompetensi yang diperlukan bukan IQ semata karena itu hanya bersaing dengan mesin. Artificial Intelligence (AI) atau disebut kecerdasan buatan yang terus dikembangkan untuk membantu pekerjaan manusia, kini bertebaran dan diterapkan diberbagai bidang kehidupan. Oleh karena itu dalam membangun generasi Z perlu mengembangkan keunikan setiap orang yang tidak dimiliki oleh mesin yaitu Kecerdasan majemuk. Membangun sosial branding diperlukan kualitas diri.

Kecerdasan IQ bukanlah kecerdasan satu-satunya, tetapi ada kecerdasan lain yang dimiliki setiap orang yang dianugerahkan Tuhan yang dapat dioptimalkan untuk mencapai kesuksesan. Mengandalkan kecerdasan Intelegensi (IQ) untuk mencapai kesuksesan seseorang bukanlah jaminan.

Generasi Z sangat peduli terhadap Life style (gaya hidup) yang ditandai dengan gemarnya terus mengikuti perkembangan trend telepon

seluler, pakaian, skin care, dan make up. Memiliki handphone tercanggih, gaya pakaian terkini, skin care dan makeup terkenal merupakan suatu kebanggaan tersendiri. Sebagian besar lebih mengutamakan pada pakaian dan telepon, namun kelompok generasi Z yang sedang kuliah/ kelompok mahasiswa menandai life style dengan Iphone, pakaian, dan juga skin care serta make up terkenal di dunia. Generasi ini terus melakukan update informasi melalui gadget mereka. Tuntutan untuk branding merupakan tantangan tersendiri bagi generasi z.

#### Metode Penelitian

Penulis melakukan penelitian deskriptif non hipotesis dengan metode pendekatan kualitatif. Penulis menggunakan teknik random sampling untuk menetapkan responden yakni generasi Z yang sekarang duduk di bangku SMP, SMA dan perguruan tinggi dari beberapa kabupaten yang berjumlah 150 orang. Adapun instrument pengumpulan data penulis memakai angket terbuka dimana responden memberikan jawaban tertulis sesuai fakta.

#### Hasil Penelitian

Bertolak dari karakteristik generasi Z dan tantangan yang dihadapi, maka penulis melakukan penelitian untuk menemukan strategi pelayanan yang tepat yang menjangkau kebutuhan generasi Z. Berdasarkan penelitian kepada 150 generasi z di beberapa tempat yaitu Kalimantan barat (kabupaten Sintang dan kabupaten Melawi, Sekadau, Sanggau) dan mahasiswa di Manado, penulis mendapatkan hasil sebagai berikut:

##### 1. Smartphone bagi Generasi Z

Apakah Anda memiliki telepon seluler android pribadi? Jawaban yang didapatkan adalah 100 % respondent memiliki telepon seluler pribadi. Orang tua sebagian besar memberikan telepon seluler ketika anak duduk di bangku Sekolah Menengah Atas (SMA), sebagian diberikan ketika anak duduk di bangku SMP dan sedikit yang membeli sendiri dari hasil kerjanya. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z tidak

<sup>12</sup> "Generasi Millennial Dan Tantangan Revolusi Industri 4.0," *Kompasiana*, 2019.

asing terhadap gadget, dan orang tua mendukung untuk pengadaan fasilitas tersebut.

Mengenai kemampuan dalam mengoperasikan android, “Siapa yang mengajarkan Anda memakai berbagai fasilitas yang ada di android”? Hampir semua menjawab “belajar sendiri”. Hanya beberapa anak saja yang menyatakan bahwa mereka belajar dari teman. Generasi z mampu mengoperasikan gadget dengan sendirinya seolah-olah berbakat tentang segala sesuatu menyangkut teknologi canggih. Generasi ini selalu terhubung dengan internet. Sebagian besar terhubung dengan internet minimal 10 jam setiap hari, sebagaimana jawaban responden menyatakan bahwa hampir tidak terlepas dari internet kecuali tidur. Jika tanpa telepon seluler, maka hidup terasa kurang lengkap. Bahkan hampir seluruh aktivitas generasi ini terkait dengan teknologi canggih. Maka jika mengalami gangguan teknologi, akan terhambat banyak aktivitas penting mereka.

Generasi z menggunakan gadget untuk mendapat informasi tentang apa saja yang diperlukan. Informasi melalui sosial media tidak semua mendatangkan dampak positif bagi penggunaannya, namun kadang kala justru membawa masalah baru bagi seseorang. Sosial media bisa membuat stres tersendiri bagi generasi z karena berbagai postingan yang dapat menantang, menuntut diri menjadi semakin lebih agar status sosial menjadi setara dalam pergaulan. Pada umumnya generasi ini menganggap penting branding. Adapun lifestyle ditandai dengan kualitas gadget, pakaian, skin care dan make up. Kondisi demikian cukup menambah tekanan sebagian generasi z.

## 2. Kerohanian

Generasi Z hidup dengan fasilitas teknologi canggih, banyak hal dapat dilakukan secara online, misalnya: belajar, belanja, pertemuan, juga ibadah. Namun tetap memerlukan fellowship. Sekalipun bisa ibadah online, generasi z tetap memerlukan ibadah bersama secara on site. Setiap orang sebagai makhluk sosial mendambakan persekutuan dengan Allah dan persekutuan dengan sesama. Persekutuan ibadah merupakan kebutuhan setiap orang percaya.

Generasi Z peduli perkara rohani sekalipun cenderung toleransi tinggi. Pernyataan mengenai ibadah, generasi ini bisa mengikuti ibadah online namun lebih puas dengan ibadah on site. Namun tidak tertarik dengan ibadah yang

kaku, akan membuat mengantuk dan bosan. Sebaiknya Ibadah harus didesain dengan baik, dari sisi waktu perlu efisiensi waktu agar tidak bertele-tele, acara ibadah yang kreatif, khotbah yang berkualitas, melibatkan generasi Z untuk aktif dan berkembang.

Generasi Z tahun 2021 berusia 11- 26 tahun yakni sedang duduk di bangku SMP, SMA, Perguruan Tinggi dan sebagian mulai bekerja. Apapun status yang dimiliki, mereka pada dasarnya adalah generasi yang memiliki potensi besar, namun juga kompetisi yang cukup berat juga. Generasi Z sebagai pemegang estafet kepemimpinan di era baru ini, mereka akan memberi warna baru pada kehidupan ini dengan kehidupan serba teknologi canggih. Generasi yang lahir dan hidup di era teknologi canggih ini mengalami tekanan kemajuan teknologi yang serba cepat berubah. Kerohanian harus dibangun di atas pengajaran yang benar dan menarik.

Pada umumnya generasi z menginginkan ibadah dengan design yang sesuai kebutuhan generasi ini. berdasarkan pernyataan dari responden, generasi ini memerlukan ibadah yang kreatif, fulband, dengan waktu maksimal 1,5 jam, firman Tuhan disampaikan dengan baik. Ibadah yang dikelola dengan baik dan kreatif, serta pengajaran yang benar merupakan kebutuhan jaman ini.

Generasi Z sebagian meninggalkan gerejanya yang lama dan mencari gereja yang care dengan kebutuhan generasi ini. Beberapa remaja mengatakan bahwa gereja yang diharapkan adalah gereja yang melibatkan mereka dan mempersiapkan menghadapi masa depan.

## 3. Tantangan yang paling dicemaskan

Generasi z hidup dalam era revolusi industri 4.0 dengan perubahan serba cepat dalam segala bidang. Setiap saat menghadapi perubahan, prediksi begitu cepat menjadi kedaluwarsa. Berbagai penemuan teknologi canggih menyediakan berbagai fasilitas untuk mengatasi kesulitan hidup sehari-hari agar semua lebih mudah. Pengalihan tenaga kerja manusia ke tenaga robot yang dirancang untuk efisiensi kerja dan pengendalian biaya produksi akan menyebabkan banyaknya peluang kerja yang tertutup. Kondisi ini sudah mulai terasa pada saat ini yang sudah mulai dibaca oleh generasi Z. Dalam penelitian penulis, ditemukan 98% responden menyatakan bahwa hal yang dicemaskan adalah sulitnya mencari pekerjaan.

Tekanan yang sekaligus tantangan masa depan generasi Z ini menuntut sikap positif untuk mengatasinya agar tidak berdampak negatif. Kemajuan teknologi robotik mendatangkan kecemasan tersendiri. Disisi lain generasi ini tidak menyukai pekerjaan yang kaku.

### **Strategi Melayani Generasi Z**

Setiap generasi memiliki cirinya sendiri yang menandai setiap angkatan dan membedakan dengan generasi lainnya. Setiap pemegang kepentingan perlu mempelajari setiap ciri dan kecenderungan setiap generasi agar dapat memberikan pelayanan yang merangkul semua generasi. Gap antar generasi dapat menjadi permasalahan yang serius dalam masyarakat jika tidak dijumpai. Tuhan memiliki rencana untuk setiap orang dan juga setiap generasi. Generasi Z adalah generasi yang lahir di era teknologi canggih dengan AI (kecerdasan buatan) yang bertebaran dipakai dalam seluruh bidang kehidupan didukung internet memfasilitasi semakin cepatnya perkembangan teknologi. Dengan demikian, generasi Z tentu sangat berbeda dan akan membawa warna baru dalam sistem kehidupan. Mengabaikan generasi bukanlah pilihan sikap yang bijak, karena bisa berdampak loss generation.

Di dalam Kristus tidak ada diskriminasi, bahkan Roh Kudus dapat memakai seluruh generasi untuk kemuliaan Tuhan. Yoel menubuatkan sebagaimana dikutip Lukas dalam Kisah Rasul 2: 17 “Akan terjadi pada hari-hari terakhir – demikianlah firman Allah – bahwa Aku akan mencurahkan Roh Ku ke atas semua manusia; maka anak-anakmu laki-laki dan perempuan akan bernubuat, dan teruna-terunamu akan mendapat penglihatan-penglihatan, dan orang-orangmu yang tua akan mendapat mimpi.” Jadi penting untuk memenangkan generasi Z untuk kemuliaan Tuhan. Membawa generasi Z beribadah dan menghormati Tuhan sangat penting untuk kerohaniannya, sebagaimana hasil penelitian Hutagalung: “anggota gereja yang berusia 15-25 tahun di Gereja Advent Medan dan sekitarnya. Hasil pengujian hipotesis membuktikan, berdoa secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh membaca Alkitab, berdoa secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh

hormat kepada kebaktian, dan membaca Alkitab secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh hormat kepada kebaktian.”<sup>13</sup>

Generasi Z memerlukan pelayanan yang bukan saja desain ibadahnya tetapi juga kualitas ibadah dan pengajarannya.

### **1. Design Ibadah Kreatif yang menjangkau lintas generasi**

Generasi Z memiliki kebutuhan pelayanan yang berbeda dari kelompok generasi lainnya. Generasi Z akan memilih gereja yang memenuhi tuntutan kebutuhan mereka. Generasi ini rela pergi lebih jauh untuk mendapatkan gereja yang dianggap lebih care terhadap mereka. Gereja beranggotakan beberapa generasi. Minimal Generasi X, generasi Y (milenial), dan generasi Z (Gen Net), serta generasi Alpha yang sekarang dimasa Sekolah Minggu.

Sebagaimana hasil penelitian penulis bahwa generasi Z memiliki kebutuhan gereja yang care terhadap mereka yakni gereja yang fullband, fleksibel, kreatif, waktu efisien, melibatkan untuk aktif. Kebutuhan generasi Z ini merupakan pekerjaan baru bagi pelayan gereja. Disisi lain, kebutuhan generasi Z belum tentu kebutuhan generasi lainnya, atau bahkan justru ada generasi yang alergi terhadap corak ibadah generasi Z.

Gereja harus bersikap bijaksana terhadap semua generasi untuk memberikan pelayanan rohani yang care terhadap masing-masing generasi. Gap antar generasi harus dijelaskan dan dijumpai agar semua generasi mendapat pelayanan rohani sesuai kebutuhan masing-masing. Gereja yang melayani semua jemaat dan menjangkau semua generasi merupakan gereja idaman di era ini.

### **2. Membangun Mental Petarung**

Setiap orang itu adalah cerdas, itu merupakan kebenaran, dan kecerdasan masing-masing orang beragam. Pada umumnya masyarakat mengukur kecerdasan seseorang dengan IQ (Intelligence Quotient). IQ point merupakan ukuran kemampuan dalam hal berpikir, memecahkan masalah dan kemampuan menyesuaikan diri dengan keadaan yang baru. IQ digolongkan menjadi 4: kecerdasan rata-rata

<sup>13</sup> Stimson Hutagalung, Rolyana Ferinia, “Menjelajahi Spiritualitas Milenial: Apakah Membaca Alkitab, Berdoa, Dan Menghormati Acara Di Gereja

Menurun?” Vol 2, No (2020), <https://doi.org/https://doi.org/10.47131/jtb.v2i2.50>.

dengan angka IQ 90-109, diatas rata- rata dengan angka IQ 110- 119, cerdas dengan angka IQ 120-129, jenius dengan angka IQ diatas 130. Kebanyakan orang berpikir bahwa kesuksesan seseorang ditentukan oleh keberhasilannya di sekolah. Namun teori tersebut tidak selamanya benar, dan sangat sedikit bukti menyatakan bahwa anak yang cerdas di sekolah menjadi yang lebih sukses dari yang lain. Misalnya Bill Gates (pemilik Microsoft), Tiger Wood (juara dunia golf termuda) adalah sekian dari ribuan orang yang dianggap tidak berhasil di sekolah tetapi sangat berhasil.<sup>14</sup> Jadi, teori kesuksesan ditentukan oleh keberhasilan di sekolah, ternyata tidak selalu benar.

Dr. Howard Gardner telah meneliti bahwa ada kecerdasan lain yang tidak dapat diukur dengan menggunakan tes IQ standar. Penelitian terhadap kemampuan, kompetensi dan keterampilan yang digunakan seluruh dunia dan disusun menjadi 8 kecerdasan dasar yang mencakup berbagai jenis kecerdasan yang kemudian disebut kecerdasan majemuk (Multiple Intelligence). Dikemudian hari ditambah menjadi 9 kecerdasan majemuk, yakni: kecerdasan verbal-linguistic, Kecerdasan logis-matematis, kecerdasan spasial- visual, kecerdasan jasmani, kecerdasan musical, kecerdasan intrapersonal, interpersonal, naturalis, , dan kecerdasan eksistensial.<sup>15</sup>

Gereja melayani kerohanian dan juga membentuk mental Kristiani yang tangguh. Dengan percaya bahwa Tuhan yang menciptakan manusia dengan ciri yang unik dalam tiap- tiap pribadi (Maz. 139:14) dan Tuhan juga memiliki rencana untuk setiap pribadi yakni masa depan yang penuh harapan (Yer. 29:11), generasi Z dibimbing menemukan keunikan pribadinya, menemukan kecerdasan majemuk, dan dengan iman kepada Firman Tuhan, setiap generasi Z maju mengembangkan diri untuk tujuan ilahi atas hidupnya.

### 3. Membimbing Memanfaatkan AI

AI singkatan dari *Artificial Intelligence* atau kecerdasan buatan, adalah simulasi kecerdasan manusia yang dimesinkan. AI adalah sistem komputerisasi kecerdasan manusia dalam mesin, untuk berpikir seperti halnya manusia agar dapat menyelesaikan pekerjaan manusia. AI terus mengalami perkembangan semakin cerdas. AI

memerlukan data, pengalaman menyelesaikan masalah, namun keunggulannya adalah sistem ini terus mengupgreet kecerdasannya karena dapat mencari data dari mana saja, dapat belajar sendiri tanpa diperintah manusia yakni melalui pengalaman ketika dipakai manusia. AI akan selalu semakin cerdas, dan tidak akan semakin baik.

AI bukan benda asing, tetapi bertebaran di sekeliling kita yakni computer, smartphone. Beberapa contoh penerapan AI adalah Facebook, Rekomendasi E-commerce, dan Asisten Virtual. Facebook dapat mengenali wajah orang, ketika belanja di E-commerce ada produk yang direkomendasi untuk anda, Asisten virtual seperti google asisten, siri yang dapat mencatat agenda, mengirim pesan, dapat mengetahui apa yang anda sukai dan apa yang dapat anda lakukan sesuai tingkat pemakaian anda sebagai pengguna. Bahkan AI sekarang sudah dapat menghasilkan seni (lukisan) misalnya.

AI tidak selalu negatif karena dapat mengambil peran manusia. Adanya AI memang ada beberapa pekerjaan yang diambil alih dari manusia, tetapi generasi Z tidak harus pesimis, tetapi harus bijak memanfaatkan AI untuk mempercepat menyelesaikan pekerjaan. Generasi Z dipersiapkan untuk dapat memanfaatkan AI dengan bijaksana untuk menghadapi tantangan zamannya. Perkembangan teknologi 4.0 sangat pesat karena semua terhubung dengan internet. Google dapat mengumpulkan data, menganalisa, menyimpulkan dan memutuskan. Misal: geogle akan merekomendasikan tentang sesuatu tentang kita berdasarkan data tentang kita. Era ini semua dapat dikontrol teknologi, sensor internet mendeteksi suara, gerak, suhu, dll. Mobil dapat beroperasi sesuai keinginan pengguna dengan tanpa sopir, bisa berjalan, bahkan parkir dengan tepat.

Gereja mengikuti perkembangan jaman tanpa terbawa arus jaman, tetapi dapat memanfaatkan fasilitas yang disediakan Tuhan dalam AI. Generasi Z didorong untuk berinovasi memanfaatkan AI dengan iman akan janji- janji Tuhan.

### 4. Mengembangkan *Personal branding*

Kajian tentang pembentukan citra pada diri seseorang mulai menjadi topik penting pada

<sup>14</sup> Compassion, *Panduan Mengasah Potensi Diri*, n.d.

<sup>15</sup> Compassion.

diskursus populer dan akademis sejak sepuluh tahun terakhir (Jacobson, 2020). Konsep ini dikenal dengan *personal branding* yang secara terminologi digunakan pada era modern tetapi secara praktis telah lama digunakan semenjak adanya interaksi manusia dan masyarakat (Scheidt, Gelhard, & Henseler, 2020). Setiap orang melakukan aktivitas membentuk ‘merek diri’ secara individu, walaupun tidak dilakukan secara sistematis. *Personal branding* mulai dikaji secara ilmiah ketika digunakan secara luas dan menjadi fenomena terutama di kalangan selebriti dan pemanfaatan media sosial.

Pembentukan *branding* pada kalangan selebriti telah dimulai dari Andy Warhol seorang seniman yang terkenal dengan karya dan personalitasnya. Kemudian, Goethe penulis dari Jerman juga berhasil membentuk *personal branding* dan membedakan diri dengan penulis lainnya. Sedangkan untuk pemanfaatan media sosial, hadirnya Web 2.0 yang memungkinkan setiap orang menjadi kreator (*user generated content*) dapat membuka peluang untuk menunjukkan dirinya secara daring (Labrecque, Markos, & Milne, 2011). Teknologi Web 2.0 yang lebih canggih dari generasi sebelumnya memungkinkan terlibat dalam jaringan yang lebih luas seperti Instagram, Facebook, Youtube, Twitter dan sebagainya.<sup>16</sup>

Menurut Omojola (2008) untuk keberhasilan *personal branding*, seseorang harus memiliki kepribadian yang autentik. Kepribadian autentik berarti memahami kekurangan dan kelebihan secara personal, serta memahami kualitas diri seperti kreativitas, dinamis atau mudah bergaul. Dengan memahami kualitas dan tipe kepribadian memungkinkan untuk menempatkan posisi diantara kompetitor sekaligus memberikan panduan untuk mengalahkan kompetitor tersebut. Selain autentik, keberhasilan *personal branding* juga terkait dengan konsistensi. Tanpa konsistensi *personal branding* tidak berhasil. Atribut pada seseorang perlu disampaikan secara konsisten dan jelas. Sehingga branding yang ada pada persona dapat dibedakan antara satu dengan yang lain.<sup>17</sup>

Personal branding yang akan membuat seorang pribadi menarik, dibangun oleh iman, mental dan kemampuan mengembangkan

kecerdasan majemuk yang dimiliki. Tantangan kesulitan mencari kerja akan teratasi dengan personal branding yang dibangun pada generasi Z untuk meraih karier di masa depan.

## Kesimpulan

Generasi Z atau generasi internet disebut juga generasi natif, lahir di era serba teknologi canggih. Dalam revolusi industri 4.0 ini, tantangan generasi ini sangat berbeda dengan generasi sebelumnya, oleh karena itu diperlukan strategi pelayanan yang berbeda. Generasi Z memerlukan pelayanan rohani dengan doktrin yang Alkitabiah dalam design ibadah yang kreatif, juga memerlukan dukungan untuk pembentukan iman dan mental yang tangguh, dilatih menghadapi dunia dengan memanfaatkan AI dan membangun personal branding untuk mengatasi masalah dan tantangan jaman. Generasi Z yang tangguh dalam iman akan membangun bangsa yang kuat bagi Tuhan. Dari hasil penelitian ini, disadari perlu dibuat kajian lanjutan tentang Gereja yang diperlukan oleh generasi Z.

## Kepustakaan

- Compassion. *Panduan Mengasah Potensi Diri*, n.d.
- Dorimulu, Primus. “Indonesia Sedang Menikmati Bonus Demografi.” <https://www.beritasatu.com/ekonomi/740489/Indonesia-Sedang-Menikmati-Bonus-Demografi>, 2021.
- Febriani, Ririn Nur. “Kenali Karakter Remaja Generasi Z.” *Pikiran Rakyat Com Bandung*, 2017.
- Gazali, Hatim, *Islam Untuk Gen Z: Mengajarkan Islam, Mendidik Muslim Generasi Z: Panduan Bagi Guru PAI*. Edited by Siti Kholisoh dan Khoirul Anam. Jakarta: Wahid Foundation, 2021. <https://doi.org/10.31219/osf.io/w3d7s>.
- “Generasi Millennial Dan Tantangan Revolusi Industri 4.0.” *Kompasiana*, 2019.

<sup>16</sup> Sumaryono Sumaryono(1), Mail Niken Febrina Ernungtyas(2\*), and Mail Guntur Freddy Prisanto(3), “Strategi Personal Branding Dalam Pemenangan Pemilu Legislatif,” *Komunikasi Dan Kajian Media* Vol 5, No (2021),

<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31002/jkkm.v5i1.3304>.

<sup>17</sup> Sumaryono(1), Ernungtyas(2\*), and Prisanto(3).

<https://kominfo.go.id>, Sumber:

<http://www.tempo.co/read/kolom/2015/10/02/2310/raksasa-teknologi-digital-asia>.  
“Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia,” 2015.

Hutagalung, Stimson Rolyana Ferinia.

“Menjelajahi Spiritualitas Milenial: Apakah Membaca Alkitab, Berdoa, Dan Menghormati Acara Di Gereja Menurun?”  
Vol 2, No (2020).  
<https://doi.org/https://doi.org/10.47131/jtb.v2i2.50>.

Rohida, Leni. “Pengaruh Era Revolusi Industri 4.0 Terhadap Kompetensi Sumber Daya Manusia No Title.” *Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 6 (2018). <https://doi.org/10.31843/jmbi.v6i1.187>.

Sumaryono(1), Sumaryono, Mail Niken Febrina Ernungtyas(2\*), and Mail Guntur Freddy Prisanto(3). “Strategi Personal Branding Dalam Pemenangan Pemilu Legislatif.” *Komunikasi Dan Kajian Media* Vol 5, No (2021).  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31002/jkkm.v5i1.3304>.

*Tapscott, Don, Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World.*  
McGraw-Hill., 2008.

Youarti, Inta Elok, and Nur Hidayah. “Perilaku Phubbing Sebagai Karakter Remaja Generasi Z.” *Jurnal Fokus Konseling* Vol 4, No (2018).  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30596%2Fsnk.v1i1.3621>.