

Pengembangan Kurikulum Gereja Berbasis Karakter Generasi Z Dalam Pendidikan Iman Kristen

Elisabet Siregar^{1*}

Sekolah Tinggi Teologi Bethel The Way

Email: Elisabetsiregar65@yahoo.com¹

History Artikel:

Diterima 1 Februari 2026

Direvisi 7 Februari 2026

Diterima 10 Februari 2026

Tersedia online 16 Februari 2026

Abstrak

Generasi Z (lahir 1997-2012) mengalami diskoneksi kritis dari komunitas gereja, dengan hanya 14,3% membentuk pertemanan akrab melalui gereja versus 64,4% dari kampus. Meskipun 75% mengidentifikasi diri religius, hanya 16% mencari komunitas iman saat krisis, sementara 51% melaporkan kesehatan mental sebagai kekhawatiran utama. Tujuan: Penelitian ini mengkaji pengembangan kurikulum gereja berbasis karakter yang selaras dengan karakteristik Generasi Z dalam pendidikan iman Kristen. Metodologi kualitatif menggunakan tinjauan literatur komprehensif dan pendekatan fenomenologi, menganalisis karakteristik Gen Z dan praktik kurikulum gereja melalui analisis ekspositori. Hasil: Lima kebutuhan kritis Gen Z teridentifikasi komunitas peduli (33,3%), kejelasan pertumbuhan iman (15,4%), penyembahan sesuai (14,6%), kotbah relevan (14,4%), dan keterlibatan pelayanan (11,8%). Dua karakteristik utama berkonflik dengan kurikulum tradisional: pola pikir instan yang menolak pembentukan berproses panjang dan kotbah satu arah (tingkat meninggalkan gereja 59%), serta hyper-ekspresif membutuhkan komunikasi dua arah transparan (79,5% keterlibatan media sosial aktif). Gereja harus bertransformasi dari transmisi monologis ke kerangka dialogis. Format kotbah interaktif dengan sesi tanya jawab menunjukkan peningkatan keterlibatan 40%. Seminar kreatif memanfaatkan seni visual, teknologi, dan forum terbuka menangani kekhawatiran kesehatan mental sambil mempertahankan fondasi alkitabiah. Kurikulum gereja efektif harus menjadi "bahu terpercaya" menyediakan ruang aman di mana Gen Z merasa autentik didengar dan terhubung, menjembatani isu kontemporer dengan pengajaran alkitabiah melalui pendekatan relevan, praktis, inklusif yang beresonansi dengan karakteristik Gen

Kata Kunci: Generasi Z, Kurikulum Berbasis Karakter, Kurikulum Gereja, Pendidikan Iman Kristen, Pembentukan Karakter Remaja

Abstract

Generation Z (born 1997-2012) faces critical disconnection from church communities, with only 14.3% forming close friendships through church versus 64.4% from campus. Despite 75% identifying as religious, merely 16% seek faith communities during crises, while 51% report mental health as their primary concern. This research examines character-based church curriculum development aligned with Generation Z characteristics in Christian faith education. Methods Qualitative methodology employing comprehensive literature review and phenomenological approaches, analyzing Gen Z characteristics and church curriculum practices through expository analysis. Five critical Gen Z needs emerged: caring community (33.3%), faith growth clarity (15.4%), appropriate worship (14.6%), relevant sermons (14.4%), and ministry involvement (11.8%). Two primary characteristics conflict with traditional curriculum: instant-gratification mindset resisting long-process formation and one-way sermons (59% church departure rate), and hyper-expressiveness requiring transparent two-way communication (79.5% active social media engagement). Churches must transform from monological transmission to dialogical frameworks. Interactive sermon formats with Q&A sessions demonstrate 40% engagement increase. Creative seminars utilizing visual arts, technology, and open forums address mental health concerns while maintaining biblical foundations. Effective church curriculum must serve as "trusted shoulder" providing safe spaces where Gen Z feels authentically heard and connected, bridging contemporary issues with biblical teaching through relevant, practical, inclusive approaches that resonate with Gen Z's critical, universal, and responsive characteristics.

Keywords: character-based curriculum, Christian education, church curriculum development, generation Z characteristics, youth faith formation

PENDAHULUAN

Karakter yang baik dalam pergaulan menurut kekristenan haruslah menghasilkan buah yang baik. Tantangan pergaulan dalam Gen Z sekarang ini memicu pertanyaan tentang pola hubungan dalam pergaulan mereka. Tak jarang Gen Z memiliki pergaulan akrab dari komunitas gereja yang menunjukkan tingkat religiusitas lebih baik dibandingkan dengan relasi di sekolah atau teman yang sekadar berkenalan dari media sosial. Penelitian menunjukkan bahwa media sosial juga memiliki pengaruh terhadap pembentukan karakter dan prestasi generasi muda (Sihite, 2026: 238–247).

Bilangan Research Center (BRC) berhasil melakukan survei terhadap 1.400 responden Gen Z Kristen yang duduk di SMP, SMA/SMK, dan perguruan tinggi di 16 kota di Indonesia, wilayah Jabodetabek, Jawa, dan luar Jawa. Salah satu pertanyaan dalam survei tersebut adalah mengenai siapa yang menjadi *best friend* mereka. Hasilnya menunjukkan bahwa 64,4% Gen Z memiliki teman akrab dari kampus/sekolah, 14,3% dari gereja, 7,7% dari tetangga, dan 3,8% dari media sosial (Bilangan Research Center, 2024: 1–12).

Dalam pemahaman Alkitab mengenai pergaulan yang baik, 1 Korintus 15:33 menekankan bahwa kebiasaan yang baik dapat dirusak oleh pergaulan yang buruk. Hal ini menjadi gambaran jelas bagi Gen Z untuk merespons kebenaran tersebut secara reflektif agar nilai-nilai didikan Kristen tidak dianggap sekadar dialogis.

Pola karakter Gen Z yang dipengaruhi oleh lingkungan pergaulan membangun perspektif tentang nilai-nilai agama yang kerap mempertanyakan kebenaran absolut. Padahal, dalam iman Kristen, kebenaran Alkitab dipahami sebagai kebenaran yang mutlak. Ajaran Alkitab tentang pembentukan karakter iman Kristiani melibatkan proses ketaatan pada Firman Tuhan, pembaruan pikiran, dan pertumbuhan rohani yang berkelanjutan. Ibrahim Boiliu menegaskan bahwa kebiasaan Gen Z cenderung sulit menghadapi proses dan lebih mengutamakan hasil yang instan (Boiliu & Siregar, 2023: 152).

Kondisi tersebut menjadi tantangan tersendiri karena karakter Gen Z yang kurang tahan terhadap proses panjang dan tekanan sering kali memicu kecemasan dan kesepian. Dalam surveinya mengenai ekspresi spiritualitas Gen Z, BRC memaparkan enam penyebab utama tekanan yang dialami generasi ini, yaitu: masa depan (37,5%), perasaan Tuhan meninggalkan mereka (18,4%), dampak kesalahan yang dilakukan (14,8%), tuntutan sekolah/pekerjaan (8,8%), penilaian orang lain (8%), dan relasi dengan orang tua (Bilangan Research Center, 2024: 1–12).

Data tersebut mengindikasikan bahwa Gen Z membutuhkan pendampingan khusus serta relasi yang mampu membangun spiritualitas agar tetap berakar pada nilai-nilai kebenaran Firman Tuhan. Dalam konteks ini, gereja memiliki peran strategis melalui pengembangan kurikulum yang relevan dengan kebutuhan Gen Z. Kurikulum menjadi acuan utama dalam membentuk sikap dan perilaku peserta didik, baik dalam konteks sekolah maupun gereja (Hermanto & Sinurat, 2022: 177). Kurikulum yang tepat akan mendukung pertumbuhan kognitif, afektif, psikomotorik, dan spiritualitas secara holistik.

Gereja melalui program-programnya harus mampu membangun relasi yang aplikatif dan menyediakan dukungan pendidikan melalui komunitas iman. Dalam survei BRC pada Juni 2024 disebutkan bahwa kebutuhan utama Gen Z dalam gereja adalah “komunitas yang baik” dengan persentase 33,3% dari 1.400 responden (Bilangan Research Center, 2024: 1–12).

Temuan ini menjadi refleksi bagi gereja: sudahkah gereja menjadi sahabat dan rumah yang aman bagi Gen Z dalam membentuk karakter iman yang konsisten? Hakikat gereja yang sehat adalah gereja yang membina seluruh jemaat, termasuk Gen Z, agar selaras dengan karakter Kristus dan mampu menggenapi panggilan sebagai “garam dan terang dunia.”

Gen Z menghadapi pertentangan antara pola pikir yang fleksibel dengan persepsi terhadap kurikulum gereja yang dianggap kaku dan dogmatis. Selain itu, tingkat kepercayaan Gen Z terhadap institusi agama juga menjadi tantangan. Laporan Springtide menunjukkan bahwa hampir 75% Gen Z menganggap dirinya religius, tetapi hanya 16% yang akan beralih ke komunitas iman saat menghadapi krisis, dan lebih dari setengahnya memiliki sedikit atau tidak ada kepercayaan pada agama (Sihite, 2026: 238–247).

Gen Z tidak hanya mencari gereja yang menuntut kepatuhan, tetapi juga komunitas yang menerima, tanpa penghakiman, dan menjadi ruang aman untuk berbagi pergumulan iman. Hal inilah yang mendorong pertanyaan penelitian: sudahkah kurikulum gereja menjadi wadah spiritual yang relevan dengan karakteristik dan kebutuhan Gen Z? Sudahkah program gereja mampu merangkul keterlibatan mereka dalam pembinaan karakter agar menjadi agen Tuhan yang terpercaya di tengah krisis iman kekristenan?

METODE

Metode penelitian yang dipakai dalam riset ini adalah kualitatif dengan mengkaji berbagai literatur primer dan didukung dengan pendekatan fenomenologi. Strategi penelitian berfokus pada pengumpulan informasi yang berasal dari permasalahan karakter generasi Z juga kurikulum gereja lalu mengumpulkan informasi tentang relevansi keduanya secara ekspositori. Dengan demikian penelitian ini memaparkan dan mengkaji permasalahan pokok dan unsur-unsur yang mendukung data yang objektif terkait isu yang dibahas berdasarkan Analisa yang mendalam dari peneliti.

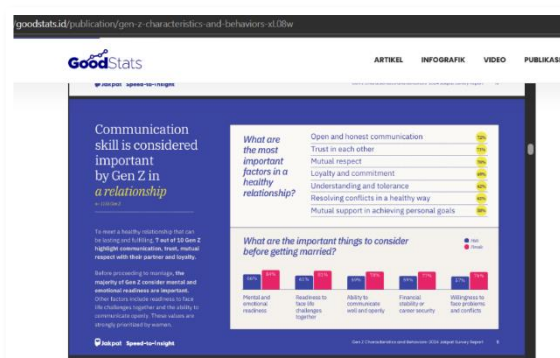
HASIL DAN PEMBAHASAN

Gen Z si butuh ‘*Bahu*’ lain.

Kalau kita berbicara tentang karakter gen Z yang paling sering menjadi ikon paling kontras adalah gen Z merupakan kelompok yang lahir dan hidup berdampingan bersama di era kepesatan dari perkembangan teknologi digital sehingga gen Z sering sekali dilabeli dengan nama panggilan ‘*digital native*’. Namun itu hanya 1 dari sekian banyak karakter gen Z yang sudah banyak berhasil diteliti oleh para penulis-penulis terdahulu atau bahkan ahli pakar psikologis diluar sana. Identitas yang khas dari generasi ini mencakup pemahaman yang kritis ketika berada di tengah kehidupan sosialnya atau bermasyarakat, fokus pada keaslian, dan cenderung memiliki prinsip terhadap sikap yang ‘*open minded*’ akan keberagaman. Hanya

saja dibalik itu, sebagai tambahan dari sikap positif diatas, tentu ada beberapa hal yang menjadi corak khas negative juga dari gen Z ini yaitu rentan terhadap tekanan sosial juga kecemasan efek dari paparan digital yang memakan waktu cukup banyak (Rohmad, 2012). Generasi yang mudah gelisah ini mencerminkan tentang pribadi yang sebenarnya membutuhkan seorang sosok yang ‘bisa’ diberi kepercayaan walau hanya untuk sekedar berbagi beban emosional.

Hal ini senada dengan survey yang telah dilakukan oleh GoodStats Jakpat Survey Report di 6-9 Desember 2024 pada 1155 responden gen Z terkait karakteristik dan perilaku gen Z di Indonesia, dengan hasil 72% dari seluruh responden sepakat memberi suara bahwa generasi ini membutuhkan komunikasi yang bisa dipercayai juga terbuka (BPS).



Gambar 1. Komunikasi yang dianggap penting oleh Gen Z dikutip dari Jakpat

Itu artinya gen Z ternyata membutuhkan ‘bahu lain’ terpercaya yang benar-benar bisa menjadi sandaran untuk menyalurkan juga berbagi rasa demi mengurangi kecemasan pada situasi yang sedang dihadapi dan yang ‘akan’.

Gangguan kecemasan pada gen Z ini menjadi hal yang sering sekali dijumpai pada generasi ini. World Health Organization (WHO) melaporkan angka persentase 4.1% remaja berusia 10-14 tahun serta 5,3% remaja usia 15-19 tahun terkena gangguan kecemasan (World Helath Organization,2025). Ini yang menjadi tantangan bagi kesehatan mental gen Z. dalam publikasi oleh IDN Media, mengenai Indonesia gen Z information setidaknya terdapat 51 persen dari gen Z dengan masalah kesehatan mental menjadi salah satu kekhawatiran utama mereka. Hal ini yang memicu gen Z mungkin lebih membutuhkan ‘bahu’ yang lain untuk penenang sebagai bagian dari cara generasi ini mendapat penanganan demi mengurangi beban mental ditengah konflik iman Kristen. Disamping itu faktanya menurut laporan di 2022 oleh Indonesia National Adolescent Mental Health Survey, sekitar 1 dari 20 remaja yang berada pada fase usia 10-17 tahun positif dengan diagnosa gangguan mental di 12 bulan terakhir (Sihite,2018).

Melihat angka presentasi diatas, penulis mengajak pembaca melihat secara jelas bahwa ternyata gen Z membutuhkan bahu lain untuk bisa sekedar ‘deep talk’. Komunikasi yang dibangun harapannya bisa memenuhi kebutuhan gen Z akan sebuah percakapan mendalam karena mampu menciptakan ikatan autentik yang tidak bisa ditiru melalui relasi yang didapat secara virtual. Relasi yang dibangun secara virtual sering kali dianggap kurang memenuhi ekspektasi kita sebagai manusia karena adanya proses tatap muka juga physical touch menjadi obat yang solutif. Kehadiran ‘bahu lain’ menjadi stigma tersendiri sebagai

dukungan mutualisme yang bisa meredakan kecemasan dan tekanan karena adanya dialog logis interpersonal dua arah dengan pertukaran informasi, gagasan, perasaan dan juga pandangan. Judy C. Pearson, dkk (2011) : Komunikasi interpersonal sebagai proses yang menggunakan pesan-pesan untuk mencapai kesamaan makna antara-paling tidak-antara dua orang dalam sebuah situasi yang memungkinkan adanya kesempatan yang sama bagi pembicara dan pendengar.

Kesempatan inilah yang menjadi sifat komunikasi sehingga dirasa generasi Z lebih baik daripada solusi yang hanya didapat secara virtual. Jika bukan dengan sandaran yang terlihat didepan mata dan juga sosok yang bisa disentuh, beban mental hanya akan memicu peningkatan beban emosional ditengah tantangan gen Z yang penuh tekanan dan tingkat stress yang tinggi. Karena sosok yang hanya bisa di temui di media social tidaklah sepenuhnya menjadi sosok yang mungkin solutif bagi beberapa orang. Alasannya adalah interaksi yang kita dapat dari hasil tatap muka akan memberikan efek kedalaman emosional yang tidak bisa didapat melalui tatapan virtual. Dibalik itu komunikasi yang didapatkan melalui pertemuan langsung bisa meminimalisirkan kesalahpahaman yang mungkin saja bisa terjadi pada komunikasi virtual. Namun perlu kita ketahui baik sosok nyata ataupun virtual ini belum tentu memiliki tehnik komunikasi secara verbal yang baik (Kristen Duta, 1979).

Pernah terpikir oleh kita kenapa bagi sebagian pengalaman orang-orang pernah melakukan pembicaraan walau hanya kepada boneka atau bahkan berbicara pada ‘tembok’. Karena nyatanya bahu virtual sekalipun tidak sanggup mengurangi beban emosional itu. Kedengaran tidak asing lagi karena mungkin kita sendiri pernah melakukannya.

Ini bukan gejala sakit jiwa. *Self-talk* bukanlah sebuah penyakit. *Self-talk* menjadi salah satu kebiasaan yang pernah kita lakukan demi mengobati sedikit rasa mudahnya generasi ini cemas hingga berhasil memicu kesehatan mental gen Z hingga diangka 51%. Tidak ada yang perlu dipertanyakan atau disalahkan terhadap pola gen Z lebih yang melakukan *self-talk*. Faktanya semua generasi hampir pernah melakukan ini (Astamar, 2025) Yang membedakan hanya durasi waktu yang kita habiskan untuk melakukan ritual itu. Namun perlu kita sadari kalau berbicara sendiri pada tembok sudah jelas kita tidak akan bisa mendapat komunikasi dua arah dikarenakan tembok bukanlah manusia, melainkan sebuah bangunan yang terdiri dari beban tanah, batuan, dan air. Sudah jelas tembok tidak bisa berbicara atau bahkan memberi pelukan. Moment ini menjadi gambaran yang sangatlah jelas, kita semua sebenarnya butuh bahu lain bukan hanya gen Z. Pertanyaannya sudahkan bahu lain ada? Jika sudah ada apakah bahu lain itu tepat sehingga gen Z bisa percaya membangun komunikasi yang tulus demi mengurangi beban emosional yang kapan saja bisa menghampiri?

Gen Z di mata Kurikulum Gereja

Kesanggupan Gereja dalam memberikan branding terbaik kepada gen Z terletak pada kemampuan gereja untuk mampu menyampaikan point-point mengenai iman kekristenan khususnya melalui program atau kurikulum gereja yang sanggup memenuhi kebutuhan spiritualitas berbasis karakter gen Z. ini yang menjadi sudut pandang dari pihak gereja yang

menimbulkan stigma terhadap karakter gen Z. Seperti yang kita tahu generasi yang lahir di era tahun 1997 hingga 2012 memiliki banyak karakter-karakter yang dianggap bertolak belakang dengan kurikulum gereja (Sitomarang, 2023)

1. Gen Z si generasi ‘mi instan bercita rasa digital’

Kita semua sepakat jika mi instan dalam proses memasaknya tidak memakan waktu banyak seperti saat kita ingin menggoreng 1 buah ikan ketika hendak ingin memberi perut makan. Padahal, 1 buah mi instan dan 1 buah ikan memiliki sebuah kesamaan yaitu ‘sebuah makanan’ yang bisa dicampur oleh nasi untuk kita santap dan mengenyangkan perut kita. Namun dibalik kesamaan hasil dari kedua makanan itu ternyata ada 2 buah proses yang berbeda. Mi instan tergolong sebuah makanan yang memiliki proses memasak hingga kematangannya yang bisa digapai hanya dalam waktu kurang lebih 5mentu saja. Berbeda dengan ikan. IDN Times dalam kutipannya di halaman websitenya mengenai lamanya waktu ideal untuk memasak ikan fillet tipis cukup 3–5 menit, ikan utuh kecil sekitar 10–12 menit, dan ikan utuh besar bisa 15–25 menit (Jannes, 2025).

Kecepatan waktu yang dibutuhkan mi instan ini menjadi sebuah atribut yang menempel begitu dalam di jubah generasi Z sebagai karakter yang dianggap ‘instan’ se instan “mi instan” pada umumnya. Alasannya tak lain dan tak asing adalah generasi yang dikenal sebagai digital native ini memberikan dampak pada pola karakter mereka dilihat dari lifestyle yang begitu ketergantungan pada teknologi instan dan multitasking. Hal ini didukung oleh survey yang dilakukan Jakpat terhadap Laporan gen Z Characteristics and Behaviors yang dirilis pada Desember 2024 lalu dengan hasil :



Gambar 2: Kegiatan yang dihabiskan oleh Gen Z dikutip dari survey Jakpat

Survey di atas menunjukkan angka yang lumayan fantastis. Nyata dan bukan lagi menjadi hal asing di pikiran dan telinga kita yang mungkin lahir dari generasi berbeda. Hal itu dipicu karena generasi Z tumbuh di era digital yang eksis dengan segala sesuatu serba cepat dan mudah sehingga sangat mampu dan terlalu mudah untuk membentuk pola pikir dimana membutuhkan hasil juga harus instan tanpa perlu pusing memikirkan proses nan riweh atau ‘panjang dan ribet’, terpesona dengan hal-hal yang berbau praktis juga golongan dengan tipe ‘bosanan’

Pola pikir instan gen Z ini tentu memiliki efek samping seperti kurangnya berpikir kritis juga candu terhadap jalan pintas sehingga mudah bosan jika dianggap tidak selaras dengan pemikiran gen Z (Masinambow, 2022) Tak jarang akan banyak hal yang dianggap

tidak selaras oleh gen Z yang akhirnya membentuk karakter seperti mudahnya mengalami penurunan dalam emosionalnya juga sikap acuh terhadap didikan yang murni akibat efek samping dari tekanan pikiran satu ke pikiran lainnya atau ‘over-thinker’.

Iniilah yang dianggap gereja sebagai kebiasaan yang bertolak belakang dengan kebutuhan gereja yang membangun kurikulum gereja berdasarkan alkitabiah sehingga didalamnya mampu membentuk iman juga gaya karakter kekristenan secara integrasi agar bisa memenuhi kelengkapan pemahaman. Gereja menganggap keinstanan gen Z ini mempengaruhi pembentukan pola pikir yang mengadaptasi nilai iman Kristen dari kotbah hanya ‘sebentar’ atau pasif. Kepasifan yang dianggap gen Z juga kurangnya kemungkinan dialog mempengaruhi sikap saat menerima didikan karena dianggap membatasi kebebasan dalam berargumen atau hanya sekedar bertanya untuk memenuhi Hasrat keingintahuan terhap kebenaran yang didapat atau bahkan merasa terasin dari gereja. Ini seakan membatasi kontras gen Z untuk bisa menopang nilai-nilai agama Kristen agar bisa masuk dan menjadi refleksi kritis dengan baik karena dianggap tidak ada ruang juga akses yang mengantarkan pada jawaban untuk bisa melihat agama Kristen secara personal.

Lawrence O Richard seorang ahli pendidikan Kristen yang juga seorang penulis buku “Creative Bible Teaching” mengemukakan pendapatnya jika kurikulum gereja berbasis Alkitab harus menggunakan pendekatan ‘induktif’ dimana siswa aktif dalam terlibat dalam eksplorasi teks Alkitab, bukan hanya mendengar ceramah saja. Pendapat Lawrence yang lain juga mengkritik bahwa kurikulum yang efektif harus mempertimbangkan konteks budaya modern untuk menjaga relevansi juga menghindari pendekatan yang kaku agar tidak terasa usang.

Melihat perbandingan dua perspektif antara karakter gen Z terhadap kurikulum gereja, Kinnaman dalam bukunya Faith for Exiles mengutarakan jika generasi Z ingin terlibat dalam percakapan bukan hanya mendengarkan namun juga perlu menyisipkan tanya jawab ditengah kotbah yang memungkinkan mereka untuk mengakses kebenaran secara langsung juga memenuhi kebutuhan mereka akan koneksi autentik. Selaras dengan penelitian Barna yang menunjukkan angka persentase 59% gen Z meninggalkan gereja karena kurangnya dialog dan sesi tanya jawab yang bisa menjadi jembatan untuk hal tersebut. Berbeda dengan survey yang telah dilakukan oleh Nieuwhof pada jemaat gerejanya yang berhasil mengalami peningkatan sebanyak 40% setelah menerapkan format tersebut yang juga dituangkan dalam bukunya berjudul Didn’t See It Coming (2018). Dalam buku itu Nieuwhof menjelaskan jika Generasi Z tidak puas dengan kotbah satu arah.

Ini menjadi semakin kontras bagi pembaca dengan tidak memberikan perspektif negative terhadap karakter keinstanan gen Z yang dirasa tidak relevan dengan kurikulum gereja dalam pengajarannya pada bentuk praktik kotbah satu arah. Tidak menyalahkan pihak manapun tetapi fakta ini seakan menguraikan sebuah perbaikan dari dua sisi. Secara naluriah karakter gen Z yang serba instan, mudah bosan dan cara berpikir yang kritis tidak bisa kita hapus begitu saja namun pada akhirnya gen Z tak luput dari pemikiran yang menganggap pola kurikulum gereja dalam berkotbah sering sekali kurang diintegrasikan topiknya dalam keseharian hidup gen Z, juga tidak semua gereja menyanggupi ruang diskusi sebagai bagian

dari kotbah saat berlangsung. Karena ini menjadi bagian dari hubungan sehat yang seharusnya dibangun melalui ruang kotbah untuk bisa menyentuh kedalaman emosional gen Z yang aplikatif sehingga mendorong perubahan pikiran lalu merapihkan karakter gen Z yang mungkin perlu diperbaiki karena dirasa tidak relevan dengan pengajaran Alkitab yang didapat dalam sesi kotbah tersebut.

Adanya kepercayaan yang dibangun melalui sesi terbuka untuk sekedar berargumen menjadi landasan bagi generasi Z untuk merasa didengar, turut andil didalamnya, juga bebas berpendapat. Ini menunjang kebutuhan gen Z yang sifatnya menyukai kolaboratif juga progresif yang bisa mengantarkan rasa percaya yang lebih dalam terhadap nilai didikan iman Kristen. Karena sejatinya kurikulum gereja melalui kotbah yang baik mampu menjadikan kotbah sebagai ‘bahu’ terdekat yang bisa merangkul beban emosional gen Z yang bisa saja datang dari kediamannya membawa segala hiruk-pikuk beban kehidupan dan berusaha mengurangnya melalui pembaharuan akal yang didapat ketika mendapat akses pada pintu diskusi yang disediakan gereja. Akhirnya tak jarang gen Z meninggalkan gereja karena dianggap kurang mampu bahkan ada yang tidak mampu menerima karakter gen Z yang dianggap instan ini (efek tekanan social) ternyata menginginkan respon real-time plus interaktif bertolak belakang dengan system kurikulum gereja yang mungkin masih saja dirasa ‘monolog’ dan dianggap sebagai literatur yang membosankan untuk gen Z.

2. Gen Z ‘hyper of expression’ tapi si paling universalism

Sebutan lain untuk si gen Z yang super duper progresif adalah si paling hyper dalam berekspresi. Ini ditandai dengan begitu tajam nya cara dalam menyuarakan pendapatnya hingga kebebasan menuangkan bentuk emosi serta ketertarikan dalam mendengar konten-konten menarik yang didapat melalui platform digital. Entah apapun itu bentuk media sosialnya yang pasti gen Z merasa ini tidak membosankan sehingga berhasil menarik hati agar tetap konsisten mempercayai sumber ‘curhatan’ orang lain di setiap platform media social sebagai kebutuhan gen Z yang sangat hyper dalam kebebasan mengadopsi informasi melalui apa yang didengar tentunya.

Banyak fenomena diluar sana terlebih didalam semua konten-konten pada media social, melalui apa yang gen Z dengar juga dirasa menambah edukasi akan membawa gen Z untuk bebas berasumsi, bebas bertindak, tanpa takut diadili gereja karena sifatnya tidak terlihat. Terbukti melalui survey yang dilakukan Departemen of Journalism pihak Universitas Multimedia Nusantara mengenai pola gen Z dalam menggunakan media social , dengan hasil :

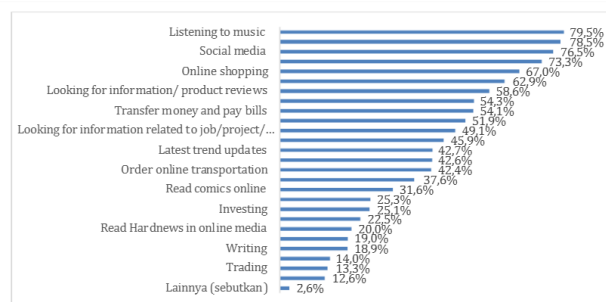


Figure 5. Activities carried out digitally.
Source: Author's analysis (2023)

Gambar 3: Universitas Multimedia Nusantara Survey 'aktivitas gen Z dalam media sosialnya'.

79.5% gen Z menduduki nilai persentase tertinggi yang mendapati gen Z dengan karakternya yang superable menjadi pengguna aktif media social yang sangat menyukai hal – hal menarik melalui apa yang didengar.

Sebuah fakta yang lumayan menarik juga ,jika gen Z ternyata lebih peduli pada lingkungan sekitar daripada diri sendiri. Terlihat dari bagan diagram yang didapat melalui

Patterns of media and social media use in generation z in Indonesia - doi: 10.25139/jsk.v7i1. 5230
Evita, N.



Figure 2. Generation Z's life values
Source: Author's analysis (2023)

Table 1. Results of the Generation Z life value survey

Value	Self-enhancement			Openness to change	Self-transcendence			Conservation		
Sub Value	Power	Achievement	Hedonism	Stimulation	Self-direction	Universalism	Benevolence	Tradition	Conformity	Security
Baseline (mean)	5,72	7,22	4,73	7,23	7,54	8,03	8,04	6,79	7,77	7,76

Source: Author's analysis (2023)

Gambar 4: Universitas Multimedia Nusantara survey (nilai-nilai kehidupan gen Z di Indonesia)

Survey diatas menunjukkan angka di titik (8.03) berhasil mengindikasikan sikap gen Z yang universalism serta kebajikan lebih tinggi daripada angka kekuasaan (5.72) juga hedonism di angka (4.73). Sikap universalisme ini tentunya membentuk gen Z yang mudah beradaptasi dengan model keberagaman komunikasinya melalui komunitas yang bisa dibangun secara online. Gen Z begitu mudah berinteraksi dengan siapa saja tanpa ada batasan waktu,usia,jabatan,pemikiran,kasta bahkan lintas negara yang turut menjadi nilai pintu pembuka bagi gen Z dalam membangun komunitas secara 'world wide'.

Ini seakan menjadi gambaran jelas yang bisa menjadi 'bujukan' ramah bagi melalui pola karakter gen Z yang universalism sehingga melalui gen Z yang 'universalism' dengan mengedepankan keberagaman untuk mampu menjangkau jemat-jemaat lain yang mungkin merasa asing dan tidak memiliki komunitas gereja yang tepat. Sikap gen Z yang komunikatif juga kolaboratif memungkinkan melalui pola seminar yang bisa didengar banyak orang,

disamping itu tehnik mouth to mouth yang bisa dilakukan gen Z memikat angkatan se generasi nya untuk mau datang ke gereja nya karena merasa cocok dan terhubung dengan gereja karena dirasa selaras pola karakter gen Z yang terbuka,transparan,digital native,juga peduli dengan isu-isu terupdated.

Melalui pola seminar bisa dimanfaatkan gereja untuk melibatkan gen Z demi upaya membentuk kesepadanan karakter dengan didikan iman Kristen, memiliki kesinambungan melalui pendekatan,pengembangan keterampilan,juga menjadi komunitas yang solid ditengah-tengah arus gen Z dengan bermacam-macam karakter yang mampu meningkatkan rasa royalitas gen Z sehingga merasa gereja benar-benar mampu menjadi ‘bahu’ yang aman untuk bisa menerima gen Z dengan semua sikap dan kepribadian gen Z.

Melalui seminar, mendukung salah satu hal yang sangat disukai gen Z melalui penelitian yang dilakukan Departemen Jurnalistik (Universitas Multimedia Nusantara) karena, kegiatan yang kreatif dengan menggunakan seni visual juga music serta teknologi yang dimanfaatkan untuk menjadi jembatan cara penyampaian pesan didikan iman Kristiani menjadi sangat menarik dan disukai gen Z. pendekatan terbuka ini menggunakan tehnik komunikasi yang bisa membangun rasa kepemilikan juga partisipasi yang besar sehingga mendukung fakta survey oleh BRC bahwa gen Z menginginkan komunikasi yang terbuka dan tranpsaran. Dengan pola pendekatan dari seminar ini akan membangun pemikiran gen Z bahwa dirinya ternyata diperhatikan dan disayang oleh gereja.

Fenomena dunia sekarang ini kejam dan mengerikan,hingga gereja melalui kurikulumnya dalam praktisi program gereja seharusnya mampu membentengi hal negative yang bertolak belakang pada didikan iman Kristen. Sehingga generasi Z bisa belajar konsisten untuk berani membatasi diri melalui pikiran dan tindakan penyelewengan akibat kebebasan gen Z dalam berseluncur di semua platform media social.

Kebebasan gen Z ini bukan hanya berdampak pada pola berpikir,namun faktanya kevokalan gen Z dalam berliterasi dan membangun komunikasi yang toleran pada siapa saja, mampu menambah jumlah pertemanan yang mungkin saja jika gereja sadari, ini bisa menjadi hal baik yang mampu menjangkau jiwa-jiwa baru asal gen Z merasa sikap hyper of expression ini bisa tertuang dengan jelas melalui wadah yang disuguhkan gereja dalam program kurikulum gereja. Cara ini mampu meningkatkan kepercayaan gen Z pada gereja karena dianggap relevan juga aplikatif sehingga mungkin akan berhasil membentuk karakter yang berlandaskan firman Tuhan sehingga gen Z merasa kurikulum gereja menjadi ‘bahu’ yang aman tempat gen Z untuk menuangkan aspirasi tanpa perlu judgement.

Keseriusan gereja menyikapi karakter gen Z yang hyper of expression ini bisa diwujudkan melalui pengembangan kurikulum gereja pada bentuk demonstrasi dalam forum edukatif terbuka dengan pembahasan relevan terhadap isu kekinian tentunya masih dalam koridor didikan kristiani. Pendekatan ini tentunya bisa menjadi nilai plus bagi generasi Z karena bisa membangun bonding yang tulus disamping menjangkau jiwa gen Z yang merasa dilibatkan oleh gereja juga mengurangi kesenjangan pola pikir antar generasi. Keterlibatan ini yang membawa gen Z percaya akan system kurikulum gereja mampu beresonansi pada nilai

karakter gen Z. John H Westerhof III mengemukakan pendapatnya tentang kurikulum gereja sudah seharusnya bisa menjadi fasilitator terhadap nilai pendidikan iman, bukan hanya sekedar berbagi pengetahuan, namun praktik nyata dalam pengalaman komunitas untuk bisa membangun identitas Kristen yang tahan lama.

SIMPULAN

Didikan iman Kristen harus mampu menjadi jembatan yang hidup, bukan sekedar proses transfer ilmu, melainkan pembentukan karakter yang memungkinkan jemaat—termasuk generasi Z—menerapkannya secara konsisten dalam menghadapi isu-isu kontemporer tanpa keluar dari koridor kebenaran Tuhan. Di tengah maraknya berbagai fenomena yang berpotensi merusak pola pikir dan karakter Gen Z, pendekatan yang tepat dan selaras dengan karakter mereka justru dapat menjadi daya tarik tersendiri. Pengembangan kurikulum gereja yang kontekstual, relevan, dan empatik akan menumbuhkan rasa diperhatikan serta menghadirkan gereja sebagai “bahu teraman” yang mampu mengurangi beban emosional akibat tekanan hidup yang mereka alami.

Berdasarkan survei Bilangan Research Center (BRC) mengenai ekspresi spiritualitas Gen Z tahun 2024, terdapat lima hal utama yang diharapkan generasi ini dari gereja. Sebanyak 33,3% menginginkan komunitas yang hangat dan peduli; 15,4% membutuhkan kejelasan pertumbuhan iman di gereja; 14,6% mengharapakan suasana pujian dan penyembahan yang sesuai dengan preferensi mereka; 14,4% menginginkan khotbah yang relevan dan mudah dimengerti; serta 11,8% berharap dilibatkan dalam pelayanan. Data ini menunjukkan bahwa pengembangan kurikulum gereja seharusnya mempertimbangkan karakter Gen Z yang kritis, praktis, universal, dan responsif agar mampu menjangkau jiwa-jiwa baru sekaligus mempertahankan jemaat yang sudah ada.

Dalam konteks tersebut, khotbah yang menyediakan ruang dialog dan kesempatan untuk bertanya menjadi kebutuhan penting bagi Gen Z. Pola komunikasi dua arah akan membangun kepercayaan dan rasa keterhubungan dengan gereja. Selain itu, seminar atau forum diskusi yang dilakukan secara konsisten dalam komunitas gereja dapat menjadi ruang bersama bagi Gen Z untuk merasa didengar, diterima, dan dipahami. Pendekatan kurikulum yang demikian akan membangun bonding yang tulus serta memenuhi kebutuhan mereka akan komunikasi yang jujur dan terbuka.

Pada akhirnya, gereja harus menjadi rumah yang lembut dan inklusif—ruang aman yang memberi rasa memiliki bagi generasi Z. Gereja yang relevan dengan isu-isu terkini, serta mampu menghargai keunggulan pengetahuan dan sisi praktis Gen Z, akan menjadi dukungan emosional dan spiritual yang autentik. Dengan demikian, gereja bukan hanya menjadi institusi keagamaan, tetapi juga komunitas yang membentuk karakter iman yang kokoh dan konsisten di tengah tantangan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Arastamar, Stak, Grimenawa Jayapura, Kristen Dalam, and Menjawab Tantangan. “Imitatio Christo” 1 (2025). <https://doi.org/10.63536/imitatiochri>.
- Bilangan Research Center. “Ekspresi Spiritualitas Generasi Z,” 2024, 1–12.
- Duta, Kristen, and Wacana Email. “Media Sosial Sebagai Sarana Pendidikan Kristiani: Suatu Upaya Untuk Mendidik Generasi Z,” 1979.
- Jakpat. “Gen Z Refers to People Born from 1997 to 2012. This Generation Is Growing up with Technology, Global Events, and a Strong Sense of Individuality. Learning about Gen Z Is

Important Because They Are Shaping the Future Economy and Society. By Understanding,” 2024.

No Title, 2025.

Sihite, Donita Winda. “Journal of Golden Generation Education PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PRESTASI Donita Winda Sihite” 2, no. 1 (2026): 238–47.

Situmorang, Sari Asi. “Sari Asi Situmorang” 3 (2023): 99–111. <https://doi.org/10.55199/jd.v3i2.80>.

Springtide Research Institute. “No Title,” 2023.

Teologi, Jurnal, Agama Kristen, and Jannes Eduard Sirait. “Dari Trauma Ke Transendensi : Sebuah Pendekatan Teologis Terhadap Literasi Kesehatan Mental Dalam Kurikulum Pendidikan Kristiani Generasi Digital” 11, no. 3 (2025): 877–87.

Tinggi, Sekolah, Teologi Transformasi, and Yornan Masinambow. “Dekonstruksi Pendidikan Agama Kristen Bagi Generasi Z Pendahuluan Memajukan Manusia Lewat Pendidikan Merupakan Impian Bagi Setiap Orang Baik Secara” 0642 (2022): 112–23. <https://doi.org/10.53674/teleios.v2i2.50>.