

STRATEGI ADAPTASI BAHASA RETORIS DALAM KHOTBAH BAGI GENERASI MUDA DAN MEMPERTIMBANGKAN PENGGUNAAN BAHASA ANAK GEN Z

Renisa Simamora¹

¹Universitas HKBP Nommensen Medan

Email: renisasimamora488@gmail.com

Abstrak: Generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, yang merupakan generasi terbesar di dunia dengan sekitar 32% dari populasi global. Mereka tumbuh di era digital yang sangat dipengaruhi oleh teknologi dan informasi. Komunikasi Generasi Z banyak dilakukan melalui media sosial, yang mengubah cara mereka berinteraksi dengan orang lain dan mendapatkan informasi. Mereka cenderung menggunakan gaya komunikasi yang santai, seperti pesan teks dan emoji. Generasi Z dikenal memiliki pemahaman yang baik tentang teknologi dan cenderung bergantung pada media sosial. Mereka merasa perlu untuk selalu terhubung dengan informasi terbaru, dan ketidakmampuan untuk melakukannya dapat menyebabkan rasa takut kehilangan atau FOMO. Meskipun mereka mampu berkolaborasi menggunakan berbagai alat digital, penggunaan media sosial yang berlebihan bisa berdampak negatif pada kesehatan mental mereka. Oleh karena itu, penting untuk mengajarkan etika siber dan penggunaan media sosial yang bertanggung jawab kepada mereka. Karena terbiasa dengan komunikasi yang cepat, mereka membutuhkan respons yang efektif saat berinteraksi. Internet telah menjadi bagian penting dari kehidupan mereka, memfasilitasi bisnis, pendidikan, dan hiburan. Teknologi terbaru seperti 5G memungkinkan konektivitas yang lebih baik dan mendukung berbagai layanan online. Di lingkungan gereja, perbedaan generasi menjadi tantangan. Orang tua merasa Generasi Z memiliki pandangan yang berbeda dan tidak sesuai dengan praktik pelayanan konvensional. Banyak dari mereka yang meninggalkan gereja yang tidak memenuhi kebutuhan mereka. Mengingat populasi Generasi Z yang besar, penting bagi gereja untuk menciptakan lingkungan yang mendukung dan memenuhi kebutuhan mereka. Generasi Z memiliki tiga kebutuhan utama: persahabatan, pengakuan dari orang lain, dan aktualisasi diri. Mereka ingin merasakan keterhubungan, relasi sesungguhnya, dan keterlibatan dalam komunitas. Ketika mendengarkan khotbah, mereka mengharapkan pesan yang inklusif, otentik, berdampak, dan mengedepankan hubungan antarumat. Jika khotbah tidak memenuhi harapan tersebut, maka mereka tidak akan tertarik untuk mendengarkannya.

Kata kunci: Bahasa Retoris, Generasi Z, Strategi Khotbah.

Abstract: Generation Z, born between 1997 and 2012, is the largest generation in the world, accounting for approximately 32% of the global population. They grew up in a digital age heavily influenced by technology and information. Generation Z communicates largely through social media, changing the way they interact with others and obtain information. They tend to use casual communication styles, such as text messages and emojis. Generation Z is known for their strong technological savvy and a tendency to rely heavily on social media. They feel the

need to stay connected with the latest information, and the inability to do so can lead to a fear of missing out, or FOMO. While they are capable of collaborating using various digital tools, excessive social media use can negatively impact their mental health. Therefore, it is important to teach them cyber etiquette and responsible social media use. Accustomed to rapid communication, they need effective responses when interacting. The internet has become an essential part of their lives, facilitating business, education, and entertainment. Newer technologies like 5G enable better connectivity and support a variety of online services. In the church environment, generational differences pose a challenge. Parents feel that Generation Z has different views and does not align with conventional ministry practices. Many of them leave churches that don't meet their needs. Given the large population of Generation Z, it's crucial for churches to create an environment that supports and meets their needs. Generation Z has three primary needs: friendship, recognition from others, and self-actualization. They desire a sense of connection, genuine relationships, and community involvement. When listening to a sermon, they expect a message that is inclusive, authentic, impactful, and prioritizes relationships between believers. If the sermon doesn't meet these expectations, they won't be interested in listening..

Keywords: *Rhetorical Language, Generation Z, Sermon Strategy.*

PENDAHULUAN

Generasi Z adalah orang-orang yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, memiliki karakteristik dan dinamika yang berbeda dari generasi sebelumnya. Adaptabilitas mereka terhadap teknologi adalah karakteristik yang paling menonjol. Di era informasi yang berkembang pesat di tempat Generasi Z berkembang. (Sekolah Tinggi Teologi Immanuel Sintang Kal-bar, 2024) Generasi Z diperkirakan mencapai sekitar 32% dari populasi global pada tahun 2020, menjadikannya sebagai generasi terbesar di dunia saat ini. (Sekolah Tinggi Teologi Immanuel Sintang Kal-bar, 2024)

Era digital adalah periode di mana teknologi digital dan informasi menjadi sangat penting dan mendominasi berbagai aspek kehidupan manusia. Ini dimulai dengan pertumbuhan pesat teknologi digital pada 1980-an dan terus berkembang dengan cepat seiring waktu. (Margareta & Lie, 2023) Perkembangan teknologi yang pesat dalam beberapa tahun terakhir telah membawa dampak yang signifikan pada berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk pada Pekabaran Injil. (Margareta & Lie, 2023)

Pertumbuhan media sosial telah memiliki dampak yang signifikan terhadap cara Generasi Z berkomunikasi dan menjalin hubungan sosial. Media sosial membuat orang cenderung menggunakan pola komunikasi yang lebih santai, sering kali menggunakan pesan

teks, emoji, dan konten visual. Selain itu, media sosial memungkinkan orang untuk mengakses berbagai informasi dan opini, yang memungkinkan mereka untuk terlibat dalam diskusi online dan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang dunia di sekitar mereka. Oleh karena itu, kesadaran akan peran media sosial dalam mengubah cara Gen Z berkomunikasi dan berinteraksi sosial semakin meningkat seiring dengan pemahaman dinamika hubungan mereka. (Ahmad et al., 2024)

Generasi Z, adalah istilah yang ditujukan kepada generasi yang lahir antara tahun 1996 sampai 2010. Secara kuantitatif, generasi ini mendominasi populasi dunia saat ini dengan mencakup sekitar 32% atau diperkirakan sekitar dua miliar dari populasi global.¹ Di Amerika Serikat, James Emery White mengungkapkan bahwa jumlah mereka sekarang mencapai 25,9%(Adolph, 2025). Generasi Z dianggap haus teknologi dan memiliki pemahaman yang kuat tentang teknologi. Generasi Z dibentuk oleh teknologi, yang membantu mereka berpikir, berkomunikasi, membentuk komunitas, dan menjadi sumber pembelajaran. Generasi Z juga dipengaruhi oleh media sosial. Jika mereka tidak mengakses informasi terbaru, mereka bahkan akan menjadi ketergantungan dan mengalami ketakutan kehilangan atau FOMO. (Halim, 2024)

Gen Z menggunakan teknologi, gaya hidup memiliki keuntungan karena paparan media sosial yang luas dan kesadaran moral tentang masalah lingkungan dan etika. Generasi Z dikenal memiliki Meskipun kemampuan teknologi yang luar biasa. Mereka dapat berkolaborasi dan berkomunikasi dengan baik dengan berbagai perangkat dan aplikasi digital. Survei Deloitte menunjukkan bahwa 83% generasi Z merasa nyaman menggunakan teknologi untuk menyelesaikan tugas sehari-hari. Meskipun Generasi Z memiliki potensi yang luar biasa untuk memanfaatkan teknologi, mereka juga menghadapi masalah, seperti konsekuensi negatif dari penggunaan media sosial yang berlebihan. Menurut penelitian, keterikatan yang kuat dengan media sosial dapat berdampak pada kesehatan mental dan karakter seseorang. Akibatnya, sangat penting untuk mengajarkan Generasi Z tentang etika siber dan penggunaan media sosial yang bertanggung jawab, sehingga mereka dapat memahami dampak dari tindakan mereka di internet dan membangun komunitas yang aman dan etis. (Sekolah Tinggi Teologi Immanuel Sintang Kal-bar, 2024)

Karena generasi ini terbiasa dengan interaksi yang lebih instan dan cepat, seperti pesan teks, obrolan online, dan media sosial lainnya, mereka menghadapi tantangan dalam

berkomunikasi karena mereka perlu mendapatkan informasi dan pesan dengan cepat. Oleh karena itu, menjadi bagian penting dari kehidupan. Akibatnya, sangat penting untuk merespon dengan cepat dan efektif saat berkomunikasi dengan Gen Z. Sumber informasi lain yang lebih responsif digunakan ketika pesan atau informasi tidak sampai pada waktunya. (Siringoringo et al., 2025)

Bersamaan dengan kemajuan teknologi, internet menjadi platform yang sangat penting untuk berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk bisnis, pendidikan, dan hiburan, antara lain. Selain itu, internet memungkinkan pengembangan aplikasi dan layanan online seperti email, media sosial, e-commerce, dan layanan streaming video yang memungkinkan orang berinteraksi satu sama lain tanpa terbatas oleh lokasi geografis. Selain itu, internet terus berkembang dan telah mencapai tahap Web 4.0 (atau mungkin 5.0), di mana semua perangkat komputer di dunia nyata dan dunia virtual saling terhubung secara real time. Jaringan 5G, atau Generasi Kelima, telah muncul di ruang lingkup jaringan, meningkatkan bandwidth, mengurangi keterlambatan atau respons lambat, dan mendukung operasi industri 4.0 dan Web 3.0. (Margareta & Lie, 2023)

Gereja menghadapi masalah karena perbedaan generasi yang muncul dalam cara pelayanan yang berbeda. Orang tua menganggap generasi Z aneh karena tidak seperti mereka. Mereka juga percaya bahwa gaya hidup konvensional tidak lagi cocok dengan mereka. Generasi Z akan meninggalkan gembala yang mengikuti praktik pelayanan lama. Penulis menemukan dalam beberapa gereja bahwa anak-anak remaja enggan mengikuti kegiatan kebaktian. Bahkan beberapa orang meninggalkan gereja mereka yang pertama dan mencari gereja yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka. (Kristyowati & Sekolah Tinggi Theologi Indonesia Manado, 2021)

Penulis mengira generasi Z, yaitu generasi yang lahir dari tahun 1995 hingga 2010. Jumlah penduduk usia produktif antara 15 dan 64 tahun meningkat dari 66,09% atau 157 juta pada tahun 2010 ke 70,7% atau 191,9 juta pada tahun 2020. Dari jumlah usia produktif ini, 70,2 juta atau 25,87% terdiri dari usia milenial—yakni mereka yang berusia 24 hingga 39 tahun—dan 75 juta generasi Z—yakni mereka yang berusia 8 hingga 23 tahun. Baby boomer, yang berusia 56 hingga 74 tahun, mencapai 11,56% atau 31,37 juta, dan pre-baby boomer, yang berusia 75 tahun ke atas. Gereja akan kehilangan generasi karena populasi Generasi Z, yang berjumlah 75 juta orang, tidak menerima layanan yang diperlukan. Oleh karena itu, jika

kita ingin generasi yang besar ini berkembang menjadi umat yang memuliakan Tuhan, kita harus menjaga mereka dengan baik. (Kristyowati & Sekolah Tinggi Theologi Indonesia Manado, 2021)

Perilaku Generasi Z menunjukkan bahwa mereka memiliki tiga kebutuhan utama: persahabatan sebagai kebutuhan sosial, pengakuan dan penghargaan dari orang lain, dan aktualisasi diri secara fisik dan mental. Potensi ini mengkonfirmasi karakteristik Generasi Z yang disampaikan oleh Billy McMahan (2020, p. 119), yaitu Generasi Z menginginkan keterlibatan (*belonging*), relasi sesungguhnya (*relationship*), dan keterhubungan (*connectedness*). Sebagai pendengar khotbah, Generasi Z menginginkan khotbah yang mengandung unsur-unsur "*inclusivity, authenticity, impactfulness, relationality, dan growthfulness*". Jika khotbah yang disampaikan tidak memenuhi karakteristik dan kebutuhan Generasi Z, maka khotbah tersebut tidak akan diterima. (Halim, 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan strategi adaptasi bahasa retorik dalam khotbah bagi generasi Z. Teknik pengumpulan data atau mengolah data dilakukan melalui analisis data seperti *review* jurnal, skripsi, tesis dan lain-lain, serta observasi langsung terhadap pelaksanaan khotbah di beberapa gereja dan rumah jemaat. Selain itu, digunakan juga analisis dokumen terhadap naskah khotbah yang mengandung unsur bahasa anak muda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Generasi Z

Generasi Z, yang biasanya didefinisikan sebagai orang yang lahir dari tahun 1997 hingga 2012, memiliki beberapa fitur yang membedakannya dari generasi sebelumnya. Laporan dari Pew Research Center menyatakan bahwa sekitar 32% dari populasi global saat ini terdiri dari Generasi Z, menjadikannya kelompok demografis terbesar. Salah satu ciri khas Gen Z adalah kesadaran sosial yang tinggi. Mereka cenderung lebih peduli terhadap isu-isu seperti perubahan iklim, kesetaraan gender, dan keadilan sosial. Menurut survei yang dilakukan oleh McKinsey & Company, sekitar 60% Gen Z percaya bahwa perusahaan harus berkomitmen terhadap tujuan sosial dan lingkungan. Kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat juga merupakan ciri khas Gen Z. Ini karena mereka adalah generasi yang tumbuh dengan teknologi

dan informasi yang terus berubah, sehingga mereka terbiasa dengan inovasi dan mencari solusi baru, yang dapat dilihat dalam cara mereka berkomunikasi dan mengakses informasi. Media sosial sangat memengaruhi generasi ini. Gereja dapat memanfaatkan kemampuan adaptasi ini dengan menggunakan platform digital untuk menjangkau Gen Z, seperti media sosial dan aplikasi mobile, dalam misi pelayanan kontekstual. (Sekolah Tinggi Teologi Immanuel Sintang Kal-bar, 2024)

Generasi Z, juga dikenal sebagai generasi i-gen, sangat ingin tahu, mampu membuat keputusan, sangat konsumtif dan boros, dan sangat tergantung pada perangkat elektronik (Malas). Kemajuan teknologi menyebabkan banyak tekanan, sehingga mereka mudah terserang masalah kesehatan mental. Disebabkan oleh kecepatan informasi dalam kehidupan mereka, kedua generasi ini sama-sama memiliki kemampuan untuk menggunakan teknologi, tetapi mereka juga sering mengalami depresi. (Margareta & Lie, 2023)

Kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat juga merupakan ciri khas Gen Z. Ini karena mereka adalah generasi yang tumbuh dengan teknologi dan informasi yang terus berubah, sehingga mereka terbiasa dengan inovasi dan mencari solusi baru, yang dapat dilihat dalam cara mereka berkomunikasi dan mengakses informasi. Gereja dapat memanfaatkan kemampuan adaptasi generasi Z dengan menggunakan platform digital seperti media sosial dan aplikasi mobile untuk menjangkau Gen Z dalam misi pelayanan kontekstual. Sangat penting bagi pelayanan misi kontekstual untuk mengembangkan strategi yang sesuai dengan kebutuhan Generasi Z. Dengan memahami nilai-nilai dan harapan Generasi Z, gereja dapat lebih baik melayani dan menjangkau Gen Z serta membangun komunitas yang inklusif dan berdaya. (Margareta & Lie, 2023)

Salah satu ciri khas Generasi Z adalah kemampuan mereka dalam penggunaan teknologi yang luar biasa, terutama dalam penggunaan smartphone yang dapat digunakan di mana pun dan kapan pun. Generasi Z adalah generasi pertama yang berkembang dengan kemajuan teknologi komunikasi yang begitu pesat sehingga mereka dapat dengan mudah berkomunikasi dan mengakses informasi melalui media yang mereka bawa, seperti smartphone, tablet, dan laptop. Dengan kemampuan tersebut sejak dini, Generasi Z telah terbiasa dengan perangkat digital yang telah disebutkan di atas, sehingga mereka memahami teknologi dengan baik dan dapat memengaruhi cara mereka berkomunikasi dan mencari informasi. Menurut Bahri Syamsul dalam jurnalnya, Generasi Z menggunakan teknologi sebagai alat penting untuk

berkomunikasi, bersosialisasi, dan belajar. (Siringoringo et al., 2025)

Generasi Z cenderung menggunakan bahasa nonformal dalam kesehariannya dan hanya sebagian dari mereka yang paham akan bahasa Indonesia yang baku¹. Mereka juga banyak yang menguasai bahasa asing yang dapat mengancam eksistensi bahasa Indonesia jika tidak diutamakan. Namun, bahasa asing juga dapat membuat anak Indonesia berkaalitas saat bersaing di dunia luar¹. Generasi 2. memiliki pola bahasa yang menarik dan khas dalam upaya memudahkan komunikasi antar sesamanya. Mereka tidak segan segan menggunakan slang sebagai sarana untuk mengekspresikan diri. Untuk menjaga dan melestarikan bahasa Indonesia, pemerintah telah mengeluarkan sejumlah aturan seperti UU Nomor 24 Tahun 2009 dan Peraturan Presiden No 63/2019 yang mengatur tentang penggunaan bahasa Indonesia. (Sherlynda et al., 2023)

B. Strategi Penyampaian Khotbah bagi Generasi Z

Peneliti harus menegaskan bahwa prinsip utama dalam berkhotbah adalah Firman Tuhan sebagai satu-satunya sumber kebenaran yang berotoritas penuh. Walaupun pendekatan yang diusulkan oleh peneliti sangat memperhatikan atribut Generasi Z, bukan berarti peneliti mengabaikan Firman Tuhan sebagai otoritas tertinggi. Firman Tuhan tetap menjadi standar tertinggi bagi seorang pengkhotbah dalam menyampaikan pesan Allah kepada umat-Nya, bahkan jika hanya Firman Tuhan yang disampaikan. Namun, pengkhotbah juga harus mempertimbangkan siapa yang mendengarkan pesan Allah. Akibatnya, peneliti menyarankan beberapa pendekatan dengan tetap menekankan bahwa otoritas Firman Tuhan seimbang dengan pendengar khotbah. Strategi-strategi ini dapat digunakan untuk menyampaikan khotbah kepada Generasi Z. Pengkhotbah yang menguasai materi khotbah dengan baik dan benar dapat melakukan khotbah dengan keyakinan. Ini dimulai saat mereka mempersiapkan khotbah, yaitu dengan sungguh-sungguh mempelajari konteks dan makna dari perikop Alkitab yang akan dikhotbahkan. Pengkhotbah juga harus memahami hal-hal lain, seperti fakta-fakta, fenomena, dan peristiwa yang digunakan untuk mendukung materi khotbah. Mereka harus terlebih dahulu menyelidiki kebenaran fakta-fakta tersebut. Berkhotbah dengan melibatkan keseharian Generasi Z dapat dilakukan dengan menghadirkan tema-tema yang dekat dengan Generasi Z seperti kondisi dan permasalahan yang dihadapi oleh Generasi Z, mengangkat isu-isu yang sedang viral, maupun keseharian dan pergumulan pribadi. Pengkhotbah kemudian menghubungkan isu permasalahan tersebut dengan perikop Alkitab yang hendak dibahas

melalui gambaran besar mengenai korelasi antara dirinya dengan perikop Alkitab yang dibahas serta aplikasi praktis. Dapat pula dengan mengikutsertakan ilustrasi, pertanyaan, jokes, maupun hal-hal interaktif sesuai dengan budaya keseharian Generasi Z sehingga mereka dapat mengerti dan memahami pesan yang hendak disampaikan. Berkhotbah dengan melibatkan keseharian Generasi Z, artinya pengkhotbah harus menguasai pergumulan dari Generasi Z dan mengadaptasikan dirinya dengan pribadi dan kehidupan Generasi Z. Diperlukan sebuah pendekatan dan riset yang mendalam terlebih dahulu mengenai Generasi Z dan memasukkannya secara tepat di dalam khotbah. Proses melibatkan keseharian Generasi Z ini serupa dengan perkataan Paulus dalam 1 Korintus 9:20, “Demikianlah bagi orang Yahudi aku menjadi seperti orang Yahudi, supaya aku memenangkan 54 orang-orang Yahudi.” Saat Paulus berkhotbah kepada orang Yahudi, ia menggunakan cara-cara yang dipahami orang Yahudi agar mereka dimenangkan. Artinya, pengkhotbah juga dapat melibatkan keseharian Generasi Z untuk membawa mereka kepada Kristus. (Halim, 2024)

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa kalimat yang disusun secara logis dan terstruktur membantu audiens mengikuti jalan pembicara. Kalimat yang logis membantu audiens memahami pesan secara bertahap dan sistematis, yang sangat penting untuk dakwah. Analogi dan metafora telah ditunjukkan untuk menghubungkan pesan dengan pengalaman atau pengetahuan yang sudah mereka miliki. Metafora, di sisi lain, dapat membuat pesan lebih menarik dan mudah diingat. Salah satu strategi yang kuat dalam dakwah adalah menunjukkan empati dan mengarahkan emosi audiens. Dai yang dapat berempati cenderung lebih mudah mendapatkan kepercayaan audiens. Selain itu, penggunaan cerita dan contoh kehidupan nyata yang menggembirakan dapat membantu audiens lebih terlibat. (Ezquerro et al., 2024)

C. Strategi Melayani Generasi Z

Setiap generasi memiliki karakteristik unik yang membedakan setiap angkatan dari generasi sebelumnya. Agar mereka dapat memberikan pelayanan yang merangkul semua generasi, semua pemegang kepentingan harus mempelajari karakteristik dan kecenderungan setiap generasi. Jika tidak dijembatani, gap antar generasi dapat menjadi masalah besar bagi masyarakat. Tuhan memiliki rencana bagi setiap individu dan setiap generasi. Generasi Z adalah generasi yang lahir di era teknologi canggih dengan AI (kecerdasan buatan) yang tersedia di semua aspek kehidupan dan didukung oleh internet, yang mempercepat kemajuan teknologi. Oleh karena itu, generasi Z pasti akan sangat berbeda dan membawa warna baru ke

sistem kehidupan. Karena dapat berdampak pada kehilangan generasi, mengabaikan generasi bukanlah pilihan yang bijak. Tidak ada diskriminasi di dalam Kristus; bahkan Roh Kudus dapat memakai setiap generasi untuk kemuliaan Tuhan. Sangat penting untuk memenangkan Generasi Z untuk kemuliaan Tuhan, seperti yang disebutkan dalam Lukas 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, dan orang-orangmu yang tua akan mendapat mimpi."(Kristyowati & Sekolah Tinggi Theologi Indonesia Manado, 2021)

D. Fungsi Bahasa di dalam Khotbah

Pengkhotbah sering menggunakan fungsi bahasa informatif, terutama memberikan nasehat. Selain itu, fungsi informatif yang paling umum adalah mengajar atau memberikan penjelasan mendalam. Pendapat dan pengumuman juga mempengaruhi fungsi bahasa informatif. Selain itu, mereka juga berpartisipasi dalam wacana pengkhotbah melalui pertanyaan dan laporan berita. Sebaliknya, fungsi bahasa yang memenuhi unsur memberikan peringatan dan masukan ke dalam wacana khotbah yang tidak ada.(Wenda et al., 2022)

a. Fungsi Informatif

Secara sederhana, kata informatif berarti apa pun yang bersifat informasi, dan fungsi informatif adalah fungsi bahasa yang dimaksudkan untuk memberikan informasi. Selain itu, informasi yang diberikan tergantung pada kebenaran, nilai, dan alasan situasi tertentu terjadi. Dalam fungsi ini, bahasa mikro berfungsi sebagai nasehat, penjelasan, pendapat, berita, pertanyaan, dan pengumuman. Setiap bagian tersebut akan dibuktikan dengan alasan, keadaan, kebenaran, dan nilai informasinya jika dielaborasi dengan hal yang bersifat definitif. Pengkhotbah dan pendeta biasanya menggunakan bahasa mikro untuk memberikan nasehat, yaitu informatif. Ini berarti bahwa semua orang, terutama mereka yang beragama Kristen, harus memiliki relasi yang baik dengan Tuhan dan satu sama lain. Sesuai dengan ajaran Kristen, nasehat adalah ajakan untuk berbuat baik dan berbuah dengan roh. Kehidupan sehari-hari harus menunjukkan implementasi kebajikan. (Wenda et al., 2022)

E. Tujuan Penggunaan Bahasa Gaul oleh Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1995 dan 2010. Teknologi dan internet telah menjadi bagian penting dari kehidupan dan keseharian generasi ini. Generasi Z melihat

teknologi dan internet sebagai kebutuhan, bukan inovasi seperti yang diyakini generasi lain. Kemajuan dalam teknologi komunikasi dan informasi melalui internet memengaruhi gaya hidup Generasi Z. Mereka terbiasa bermain game, bertukar pesan atau berinteraksi, dan bahkan membeli makanan atau barang menggunakan perangkat pintar mereka, juga dikenal sebagai ponsel pintar. Smartphone milik sebagian besar anggota Generasi Z, termasuk orang kaya dan miskin, serta penduduk kota dan desa, sehingga dapat dikatakan mereka lebih bergantung pada smartphone daripada televisi. Tergantung pada seberapa akrab pengguna satu sama lain, bahasa gaul sering digunakan baik dalam situasi tidak resmi maupun dalam percakapan ringan. Hasil wawancara menunjukkan bahwa generasi Z menggunakan bahasa gaul untuk menegur, bercanda, mengejek, atau membangun pertemanan. Mereka termasuk dalam kelompok usia yang mudah mengalami perubahan emosional, yang mendorong mereka untuk mencoba hal-hal baru dan keluar dari kebiasaan yang mereka temui setiap hari, terutama dalam hal berbahasa. Untuk mengkomunikasikan gagasan yang dianggap tertutup bagi kelompok usia lain, generasi Z membutuhkan alat komunikasi. Mereka mengekspresikan diri mereka dengan berbagai bahasa gaul. Mereka berusaha untuk menjadi unik dengan membuat kata-kata baru. (Harahap & Alfikri, 2023)

a. Menggunakan bahasa yang sesuai

Penting untuk menggunakan bahasa yang sesuai dengan generasi Y dan Z. Mereka cenderung lebih responsif terhadap bahasa yang sederhana, langsung, dan mudah dimengerti. Oleh karena itu, komunikasikan pesan pelayanan misi dengan bahasa yang mudah dimengerti oleh mereka. (Margareta & Lie, 2023)

b. Strategi Pendekatan dalam Konsep Kontekstualisasi

kontekstualisasi adalah upaya untuk memahami konteks kehidupan manusia secara keseluruhan, termasuk aspek budaya, agama, sosial, ekonomi, dan politik, dengan tujuan agar pemberitaan injil dapat dilakukan dengan baik dan dipahami dengan benar oleh setiap orang yang berada dalam konteks tersebut. Tippet mengajarkan rumus tiga diri, yang menekankan betapa pentingnya memiliki gambaran diri sebagai tubuh Kristus, mandiri, memiliki kemampuan untuk membuat keputusan sendiri, dan secara aktif dan aktif berkembang untuk melayani Tuhan. Pendekatan berorientasi pada pendengar, yang berbeda dengan pendekatan yang hanya berfokus pada diri sendiri, dapat memberikan keseimbangan dan kontrol untuk pemberitaan Injil sehingga dapat diterima dan dihayati

dalam masyarakat. tradisi lokal.

Strategi untuk kontekstualisasi dalam pemberitaan injil kepada generasi Z (masyarakat digital) dengan cara cara berikut:

1. Memahami konteks kehidupan manusia secara luas: Generasi Z perlu memahami konteks kehidupan manusia secara luas dalam dimensi budaya, agama, sosial, ekonomi, dan politik. Hal ini akan membantu mereka memahami kondisi dan permasalahan yang dihadapi oleh orang-orang di konteks tersebut dan memberikan pemberitaan injil yang sesuai dengan konteks tersebut.
2. Membangun keseimbangan dalam pengendalian pemberitaan injil: Dalam pemberitaan injil, generasi Y dan Z dapat membangun keseimbangan dalam pengendalian agar pemberitaan injil dapat disampaikan dengan baik dan dipahami secara tepat oleh setiap orang yang hidup dalam konteks tersebut.
3. Berorientasi pada pendengar: Pemberitaan injil yang berorientasi pada pendengar adalah kunci untuk komunikasi injil yang baik karena akan membantu generasi Z memahami kebutuhan, masalah, dan kekhawatiran pendengar dan menawarkan solusi yang sesuai.
4. Menggunakan model atau pola kontekstual: Generasi Z dapat membangun pemberitaan injil yang sesuai dengan konteks budaya yang berbeda dengan menggunakan model seperti akomodasi, adaptasi, prosesio, transformasi, dan dialektik.
5. Menggunakan pendekatan-pendekatan terhadap Teks Alkitab: Generasi Z dapat menginterpretasi Teks Alkitab sesuai dengan konteks budaya yang berbeda. Ini akan membantu mereka memahami pesan injil dengan tepat dan memberikan solusi yang sesuai dengan konteksnya.(Margareta & Lie, 2023)

F. Karakteristik Generasi Z Sebagai Pendengar Khotbah

Generasi Z sebagai pendengar khotbah di Gepembri adalah generasi yang menghabiskan seluruh hidupnya untuk mendengarkan khotbah. Penemuan penelitian ini menunjukkan hal ini. pengalaman peserta. Melalui tema-tema tersebut, peneliti mengonstruksi empat ciri utama Generasi Z sebagai pendengar khotbah. Pertama, Generasi Z ingin terlibat dalam khotbah. Saat mereka mendengarkan khotbah, mereka ingin melihat siapa yang berbicara di dalamnya dan

melihat apakah ada hubungan antara perikop Alkitab yang dibahas dengan kehidupan mereka sendiri. Saat mereka menemukan diri mereka di dalam khotbah, khotbah tersebut menjadi bagian dari hidup mereka, membuat mereka terhubung dengan khotbah dan memungkinkan mereka untuk melakukan dial Selain itu, Generasi Z menekankan bahwa sebuah khotbah harus berbicara tentang tema yang dekat dengan mereka sendiri dan masalah mereka. Karena tema tersebut dekat dengan mereka, Generasi Z dapat merasakan bahwa khotbah tersebut berbicara langsung tentang kehidupan mereka sendiri. dan memberi dampak dalam kehidupan mereka. Melalui ungkapan-ungkapan tersebut, didapati bahwa Generasi Z sesungguhnya ingin terkoneksi dan memiliki keterhubungan (connectedness) saat mereka mendengarkan khutbah. (Halim, 2024).

KESIMPULAN

Gen Z menggunakan teknologi, gaya hidup memiliki keuntungan karena paparan media sosial yang luas dan kesadaran moral tentang masalah lingkungan dan etika. Generasi Z dikenal memiliki Meskipun kemampuan teknologi yang luar biasa. Mereka dapat berkolaborasi dan berkomunikasi dengan baik dengan berbagai perangkat dan aplikasi digital. Survei Deloitte menunjukkan bahwa 83% generasi Z merasa nyaman menggunakan teknologi untuk menyelesaikan tugas sehari-hari. Meskipun Generasi Z memiliki potensi yang luar biasa untuk memanfaatkan teknologi, mereka juga menghadapi masalah, seperti konsekuensi negatif dari penggunaan media sosial yang berlebihan. Menurut penelitian, keterikatan yang kuat dengan media sosial dapat berdampak pada kesehatan mental dan karakter seseorang. Akibatnya, sangat penting untuk mengajarkan Generasi Z tentang etika siber dan penggunaan media sosial yang bertanggung jawab, sehingga mereka dapat memahami dampak dari tindakan mereka di internet dan membangun komunitas yang aman dan etis.

Pertumbuhan media sosial telah memiliki dampak yang signifikan terhadap cara Generasi Z berkomunikasi dan menjalin hubungan sosial. Media sosial membuat orang cenderung menggunakan pola komunikasi yang lebih santai, sering kali menggunakan pesan teks, emoji, dan konten visual. Selain itu, media sosial memungkinkan orang untuk mengakses berbagai informasi dan opini, yang memungkinkan mereka untuk terlibat dalam diskusi online dan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang dunia di sekitar mereka. Oleh karena itu, kesadaran akan peran media sosial dalam mengubah cara Gen Z berkomunikasi dan berinteraksi sosial semakin meningkat seiring dengan pemahaman dinamika hubungan mereka

Gereja menghadapi masalah karena perbedaan generasi yang muncul dalam cara pelayanan yang berbeda. Orang tua menganggap generasi Z aneh karena tidak seperti mereka. Mereka juga percaya bahwa gaya hidup konvensional tidak lagi cocok dengan mereka. Generasi Z akan meninggalkan gembala yang mengikuti praktik pelayanan lama. Penulis menemukan dalam beberapa gereja bahwa anak-anak remaja enggan mengikuti kegiatan kebaktian. Bahkan beberapa orang meninggalkan gereja mereka yang pertama dan mencari gereja yang lebih sesuai dengan kebutuhan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, R. (2025). *PENERAPAN KRITERIA KHOTBAH KRISTEN YANG BAIK BAGI GENERASI Z SKRIPSI* (Vol. 1).
- Ahmad, K. R., Sibuan Amir, L., & Hapiipi, M. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Pola Komunikasi dan Hubungan Sosial dalam Kalangan Generasi Z. *Sanskara Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(02), 85–94. <https://doi.org/10.58812/sish.v1.i02>
- Ezquerro, L., Coimbra, R., Bauluz, B., Núñez-Lahuerta, C., Román-Berdiel, T., & Moreno-Azanza, M. (2024). Large dinosaur egg accumulations and their significance for understanding nesting behaviour. *Geoscience Frontiers*, 15(5). <https://doi.org/10.1016/j.gsf.2024.101872>
- Halim, S. (2024). *Menghadirkan Khotbah yang Berdaya Tarik bagi Generasi Z : Studi Kasus pada Gereja Pemberita Injil di Jakarta*. 5(1), 42–58.
- Harahap, G. R., & Alfikri, M. (2023). Fenomena Bahasa Gaul Sebagai Komunikasi Generasi Z Di Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Bandar Perdagangan. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(2), 600–606. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i2.259>
- Kristyowati, Y., & Sekolah Tinggi Teologi Indonesia Manado, Mt. (2021). *Generasi “Z” Dan Strategi Melayaninya*. 02(1), 23–34. <https://doi.org/10.31219/osf.io/w3d7s>
- Margareta, M., & Lie, R. (2023). Pelayanan Misi Kontekstual di Era Masyarakat Digital. *Jurnal Ilmu Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen*, 4(1), 44. <https://doi.org/10.25278/jitpk.v4i1.842>
- Sekolah Tinggi Teologi Immanuel Sintang Kal-bar, S. (2024). *Membangun Strategi Misi Kontekstual Bagi Generasi Z: Memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi* (Vol. 2, Issue 2).

- Sherlynda, H., Kholifah, N., Tazkiyah, R. R., Ayu Feby Ana, S. F., Tertia, S. R., & Nurhayati, E. (2023). Eksistensi Penggunaan Bahasa Indonesia di Kalangan Gen Z di Kota Surabaya. *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(11), 943–961. <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i11.755>
- Siringoringo, R., Rohma, S., Laksana, A., Jl, A., Serang, R., & Jaya, K. C. (2025). *Tantangan Komunikasi Generasi Z dalam Perkembangan Digital di Universitas Bina Bangsa , Indonesia cangguh namun hanya sebatas mengakses hal-hal tertentu yang ia ketahui . Para gen z dalam.*
- Wenda, D., Kabanga, L., & Labobar, M. W. (2022). Fungsi Bahasa pada Konten Khotbah Pengkhotbah di Jemaat-Jemaat Lingkungan Kota Klasik Sentani. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 5(4), 793–806. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v5i4.483>