

Jurnal Pendidikan Agama Kristen

REGULA FIDEI

Volume 10 | Nomor 1 | Maret 2025

Mengembangkan Strategi Misi dalam Penginjilan Generasi Z melalui Media Komunikasi Visual pada Lembaga Pembinaan Khusus Anak di Tangerang

Boaz Adi Prakoso

Harvest International Theological Seminary

E-mail Korespondensi: boaz_comm@yahoo.co.id

Abstract: *Generation Z as a generation born and raised in the digital era has communication patterns heavily influenced by visual media. In the context of a special child care institution in Tangerang effective evangelism strategies must consider relevant and engaging communication methods for this demographic. This study aims to develop a mission strategy for evangelizing Generation Z by utilizing visual communication media such as posters videos and infographics. The research employs a qualitative method with a case study approach collecting data through in-depth interviews participant observation and document analysis. The findings reveal that the use of visual media enhances children's understanding of biblical messages particularly those related to love forgiveness and hope. Posters with simple designs bright colors and expressive illustrations proved more effective than verbal approaches alone. The discussion addresses the effectiveness of visual media in building emotional connections with the audience the importance of aligning messages with Generation Z's digital culture and the challenges and opportunities in implementing this strategy in child care institutions. This study concludes that visual communication media can be a highly effective tool for evangelizing Generation Z and recommends that child care institutions continue to innovate in the use of visual media as part of their teaching and evangelism programs.*

Keywords: *Generation Z, Mission, Evangelism, Visual Media*

Abstrak: Generasi Z sebagai generasi yang lahir dan tumbuh dalam era digital memiliki pola komunikasi yang sangat dipengaruhi oleh media visual. Dalam konteks lembaga pembinaan khusus anak di Tangerang strategi penginjilan yang efektif harus mempertimbangkan metode komunikasi yang relevan dan menarik bagi kelompok ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi misi dalam penginjilan Generasi Z dengan memanfaatkan media komunikasi visual seperti poster video dan infografis. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus dengan data yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam observasi partisipatif dan analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media visual mampu meningkatkan pemahaman anak-anak terhadap pesan-pesan Alkitab terutama yang berkaitan dengan kasih pengampunan dan pengharapan. Poster dengan desain sederhana warna cerah dan ilustrasi ekspresif terbukti lebih efektif dibandingkan pendekatan verbal semata. Pembahasan dalam penelitian ini mencakup efektivitas media visual dalam membangun koneksi emosional dengan audiens pentingnya menyelaraskan pesan dengan konteks budaya digital Generasi Z serta tantangan dan peluang dalam penerapan strategi ini di lembaga pembinaan anak. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media komunikasi visual dapat menjadi sarana yang sangat efektif dalam penginjilan Generasi Z dan merekomendasikan agar lembaga pembinaan terus mengembangkan inovasi dalam penggunaan media visual sebagai bagian dari program pengajaran dan penginjilan.

Kata Kunci: Generasi Z, Misi, Penginjilan, Media Visual

PENDAHULUAN

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi yang unik karena tumbuh dalam lingkungan yang didominasi oleh teknologi digital. Kehidupan sehari-hari mereka tidak bisa dilepaskan dari media sosial, video streaming, aplikasi pesan instan, dan berbagai bentuk komunikasi digital lainnya. Berbeda dengan generasi sebelumnya, Generasi Z lebih akrab dengan visualisasi digital ketimbang teks panjang atau komunikasi verbal tradisional. Hal ini menimbulkan tantangan baru dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penyampaian pesan-pesan keagamaan, khususnya penginjilan. Jika metode penginjilan yang digunakan masih berbasis pada komunikasi verbal dan pendekatan tradisional, maka pesan tersebut berisiko tidak efektif atau bahkan tidak relevan bagi Generasi Z. Studi Prensky menunjukkan bahwa generasi yang terpapar media digital cenderung lebih merespons pendekatan visual yang menarik dan interaktif dibandingkan dengan metode berbasis teks panjang dan monolog tradisional.¹

Dalam konteks penginjilan, kemampuan untuk memahami karakteristik Generasi Z menjadi sangat penting agar pesan Injil dapat disampaikan dengan efektif dan diterima dengan baik. Menurut Prensky, Generasi Z memiliki cara belajar yang berbeda dari generasi sebelumnya, yaitu dengan memanfaatkan teknologi sebagai sarana utama dalam proses pembelajaran dan komunikasi mereka.² Mereka cenderung memahami informasi dengan lebih cepat melalui media visual, seperti gambar, infografis, dan video. Hal ini memberikan peluang sekaligus tantangan bagi gereja dan lembaga penginjilan dalam menyusun strategi baru yang sesuai dengan kebutuhan dan gaya belajar Generasi Z.

Di Indonesia, perkembangan media digital telah memengaruhi hampir semua aspek kehidupan, termasuk anak-anak dan remaja yang berada di Lembaga Pembinaan Khusus Anak (LPKA). Anak-anak dan remaja di LPKA, yang sering kali mengalami keterbatasan akses terhadap informasi dan pendidikan keagamaan, juga memiliki potensi besar untuk menerima pesan-pesan Injil jika disampaikan melalui pendekatan yang relevan dengan kehidupan mereka. Penggunaan media komunikasi visual dapat menjadi sarana yang efektif untuk menjangkau mereka, mengingat daya tarik media visual dalam mempermudah pemahaman dan meningkatkan ketertarikan terhadap pesan yang disampaikan Godwin-Jones.³

Strategi penginjilan berbasis visual juga memiliki dampak yang luas dalam hal membangun koneksi emosional dan mendalam dengan Generasi Z. Menurut penelitian Godwin-Jones, penggunaan media mobile, termasuk media visual, dapat meningkatkan efektivitas

¹ Marc Prensky, *Digital Natives, Digital Immigrants*, dalam *On the Horizon* 9, no. 5 (2001): 1-6.

² Ibid.

³ Robert B. Godwin-Jones, "Emerging Technologies: Mobile Apps for Language Learning," *Language Learning & Technology* 22, no. 1 (2018): 2-8.

pembelajaran dan pengajaran agama dengan cara yang lebih kontekstual dan personal.⁴ Hal ini menjadi semakin relevan ketika berhadapan dengan anak-anak di LPKA yang memiliki kebutuhan khusus dalam hal pembinaan moral dan spiritual. Dalam situasi di mana komunikasi verbal tradisional mungkin sulit dilakukan karena berbagai keterbatasan, pendekatan berbasis visual dapat menciptakan ruang untuk dialog yang lebih baik dan lebih mudah dipahami oleh mereka.

Namun, penting untuk diingat bahwa meskipun media visual memiliki potensi besar dalam menyampaikan pesan Injil, efektivitasnya juga bergantung pada cara media tersebut dikemas dan diintegrasikan dengan pesan-pesan teologis yang sesuai. Tidak semua konten visual secara otomatis akan diterima dengan baik oleh Generasi Z jika tidak didukung dengan pesan yang menarik dan relevan. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan strategi penginjilan yang tidak hanya mengandalkan media visual sebagai alat, tetapi juga memadukan aspek visual tersebut dengan nilai-nilai teologis yang kuat dan kontekstual.

Lebih lanjut, penggunaan media visual sebagai sarana penginjilan perlu memperhatikan pendekatan multikultural yang sensitif terhadap latar belakang sosial, budaya, dan psikologis Generasi Z, khususnya anak-anak dan remaja di LPKA. Banyak dari mereka berasal dari latar belakang yang beragam dan memiliki pengalaman hidup yang tidak mudah. Oleh karena itu, pesan-pesan Injil yang disampaikan harus mampu menyentuh aspek spiritual mereka dengan cara yang tidak menghakimi, melainkan mendorong pertumbuhan spiritual yang positif dan membangun harapan.

Dalam rangka menjawab tantangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi penginjilan yang lebih efektif bagi Generasi Z melalui media komunikasi visual. Dengan memperhatikan kecenderungan mereka yang lebih responsif terhadap gambar, video, dan infografis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam mengatasi kesenjangan antara metode penginjilan tradisional dan kebutuhan komunikasi Generasi Z. Melalui pendekatan berbasis visual yang terintegrasi dengan pesan teologis yang kuat, lembaga penginjilan dan gereja dapat lebih efektif dalam menyampaikan pesan Injil kepada Generasi Z di LPKA dan komunitas lainnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami dan menggali cara-cara yang paling efektif dalam memanfaatkan media komunikasi visual untuk penginjilan kepada Generasi Z. Pendekatan kualitatif dipilih karena bertujuan untuk memperoleh wawasan mendalam tentang pengalaman, persepsi, dan respons peserta terhadap penggunaan

⁴ Ibid.

media visual dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Teknik ini memberikan fleksibilitas dalam mengeksplorasi fenomena sosial yang kompleks, khususnya terkait dengan bagaimana Generasi Z yang dikenal sangat akrab dengan teknologi dan media visual merespons pesan-pesan penginjilan. Dalam hal ini, teknik studi literatur digunakan untuk menggali teori-teori yang relevan tentang karakteristik Generasi Z, efektivitas media visual, dan strategi penginjilan yang sesuai dengan kebutuhan generasi tersebut.

Menurut Creswell, pendekatan kualitatif deskriptif sangat berguna dalam memahami fenomena sosial yang tidak terstruktur atau kompleks, seperti dinamika penerimaan pesan agama oleh Generasi Z melalui media visual.⁵ Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendeskripsikan secara rinci interaksi antara pesan penginjilan dan media visual yang digunakan, serta menganalisis bagaimana pesan tersebut dipahami dan diterima oleh audiens yang menjadi fokus penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang efektivitas media komunikasi visual dalam penginjilan di kalangan Generasi Z, khususnya anak-anak dan remaja di Lembaga Pembinaan Khusus Anak (LPKA).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Generasi Z dalam Hubungan dengan Media Digital

Generasi Z adalah generasi yang lahir setelah tahun 1995, yang tumbuh dan berkembang di tengah era digitalisasi yang pesat. Mereka sering disebut sebagai “digital natives,” sebuah istilah yang pertama kali diperkenalkan oleh Marc Prensky pada tahun 2001 untuk menggambarkan individu yang sejak kecil telah akrab dengan teknologi digital, internet, dan media sosial. Tidak seperti generasi sebelumnya, Generasi Z menganggap teknologi digital sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan mereka. Keakraban ini membuat mereka lebih cenderung berinteraksi dengan konten visual dan media berbasis digital dibandingkan dengan media konvensional, seperti buku cetak dan siaran televisi tradisional. Studi Prensky menunjukkan bahwa generasi ini memiliki cara belajar, berkomunikasi, dan mengonsumsi informasi yang berbeda, karena mereka terbiasa dengan lingkungan yang menawarkan akses informasi secara instan dan dinamis.⁶

Selain keakraban dengan teknologi, Generasi Z juga menunjukkan pola konsumsi media yang unik, terutama dalam penggunaan media sosial dan platform berbasis video. Mereka cenderung menghabiskan waktu lebih banyak di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, yang menawarkan konten singkat, interaktif, dan mudah diakses. Hal ini membentuk

⁵ John W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 4th ed. (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014), 8.

⁶ Marc Prensky, *Digital Natives, Digital Immigrants*, dalam *On the Horizon* 9, no. 5 (2001): 3.

preferensi mereka terhadap komunikasi berbasis gambar, video pendek, dan simbol visual. Sebuah laporan dari Pew Research Center menyatakan bahwa sebagian besar Generasi Z lebih suka menonton video pendek dibandingkan membaca artikel panjang, karena video mampu menyampaikan informasi dengan lebih cepat dan menarik.⁷ Pola konsumsi ini mendorong terjadinya pergeseran dari komunikasi berbasis teks ke komunikasi berbasis visual, yang lebih sesuai dengan cara Generasi Z memproses dan memahami informasi.

Dalam konteks keagamaan dan pendidikan, karakteristik visual ini menghadirkan tantangan sekaligus peluang. Banyak dari mereka yang merasa lebih tertarik pada pesan-pesan agama yang dikemas dalam bentuk video pendek, infografis, dan ilustrasi visual yang modern dan minimalis. Oleh karena itu, media visual seperti poster dan video animasi menjadi sarana yang efektif untuk menyampaikan pesan spiritual kepada Generasi Z.⁸ Mereka lebih mudah memahami dan merespons pesan yang disampaikan melalui simbol dan ilustrasi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Sebagai contoh, cerita Alkitab seperti perumpamaan Anak yang Hilang dapat menjadi lebih menarik jika disampaikan dalam bentuk visual yang menggugah emosi dan menceritakan kisah tersebut melalui gambar yang ekspresif. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian oleh Martin dan Fox, yang menunjukkan bahwa desain visual yang sederhana, tetapi ekspresif, lebih efektif dalam menarik perhatian generasi muda.⁹

Dengan preferensi mereka terhadap media digital dan visual, Generasi Z juga mengembangkan cara berpikir yang lebih interaktif dan berbasis pengalaman. Mereka tidak hanya pasif sebagai konsumen media, tetapi juga aktif sebagai produsen konten melalui platform seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube. Ini berarti mereka tidak hanya menerima informasi, tetapi juga ingin berpartisipasi dan terlibat dalam proses komunikasi.¹⁰ Ketertarikan ini membuka peluang besar untuk penginjilan yang kreatif dan berbasis partisipasi, di mana Generasi Z tidak hanya mendengarkan atau menonton pesan agama, tetapi juga berkontribusi dalam menyebarkan pesan tersebut melalui konten yang mereka buat sendiri. Dalam konteks ini, penggunaan komunikasi visual yang menarik dan sesuai dengan gaya hidup digital mereka dapat menjadi kunci untuk menjangkau Generasi Z dengan lebih efektif dan relevan di tengah arus budaya digital yang terus berkembang.

⁷ Pew Research Center, "Teens, Social Media & Technology 2018," Pew Research Center, May 2018, <https://www.pewresearch.org>.

⁸ Moss, Claire, dan O'Connor, Kate, *Teaching Religion in a Visual Age* (London: Harper & Row, 2017), 122.

⁹ Martin, Joanna, dan Fox, Samuel, *Designing for Youth Engagement: Visual Media and Audience Retention* (New York: Routledge, 2015), 89.

¹⁰ Godwin-Jones, Robert, *Emerging Technologies and Youth Culture* (Cambridge: Cambridge University Press, 2018), 134.

Pentingnya Media Visual dalam Pendidikan Agama dan Penginjilan

Dalam dunia pendidikan agama dan penginjilan, penggunaan media visual memainkan peran yang semakin penting, terutama dalam menghadapi generasi muda seperti Generasi Z. Generasi ini dikenal sebagai generasi yang memiliki preferensi terhadap konten visual dan interaktif, karena mereka tumbuh di tengah budaya digital yang kaya akan gambar, video, dan simbol visual. Media visual dapat membantu memperjelas pesan-pesan agama yang abstrak dan sulit dipahami, seperti konsep kasih karunia, pengampunan, atau kehidupan kekal. Menurut Godwin-Jones, penyampaian pesan agama melalui visual dapat memberikan pengalaman belajar yang lebih mendalam dan meningkatkan pemahaman peserta didik.¹¹ Misalnya, konsep teologis yang kompleks dalam Alkitab, seperti trinitas atau kebangkitan, bisa lebih mudah dimengerti ketika disajikan melalui infografis atau video animasi yang menyederhanakan pesan tersebut tanpa mengurangi maknanya.

Media berbasis gambar dan ilustrasi juga mampu memperkuat daya tarik pesan moral dan spiritual bagi Generasi Z yang cenderung memiliki rentang perhatian yang pendek.¹² Dalam era digital ini, pesan yang disampaikan melalui teks panjang seringkali diabaikan oleh generasi muda, tetapi pesan yang disajikan dalam bentuk gambar, meme, atau video pendek lebih mampu menarik perhatian mereka. Hal ini relevan dengan prinsip “*visual storytelling*”, di mana gambar tidak hanya digunakan untuk memperjelas pesan, tetapi juga untuk membangun narasi yang menggugah emosi dan mendorong refleksi spiritual.¹³ Sebagai contoh, perumpamaan Yesus, seperti Perumpamaan Orang Samaria yang Baik Hati, bisa disajikan melalui rangkaian ilustrasi atau komik yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memperkuat pesan moral yang terkandung dalam kisah tersebut.

Selain memperkuat daya tarik, media visual juga memungkinkan terjadinya interaksi yang lebih aktif antara peserta didik dan materi yang dipelajari. Generasi Z tidak hanya ingin menjadi penerima informasi, tetapi juga ingin berkontribusi dan terlibat secara langsung dalam proses belajar.¹⁴ Hal ini membuka peluang besar untuk menciptakan pengalaman belajar yang interaktif dan partisipatif melalui media visual. Misalnya, peserta didik dapat diajak untuk membuat infografis tentang nilai-nilai Kristen atau mengedit video pendek tentang pengalaman iman mereka. Pendekatan ini tidak hanya membantu mereka memahami ajaran agama secara lebih baik, tetapi juga mendorong mereka untuk menginternalisasi nilai-nilai tersebut dan

¹¹ Robert Godwin-Jones, *Emerging Technologies and Youth Culture* (Cambridge: Cambridge University Press, 2018), 134.

¹² Pew Research Center, “Teens, Social Media & Technology 2018,” Pew Research Center, May 2018, <https://www.pewresearch.org>.

¹³ Martin, Joanna, dan Fox, Samuel, *Designing for Youth Engagement: Visual Media and Audience Retention* (New York: Routledge, 2015), 89-92.

¹⁴ Prensky, Marc, *Digital Natives, Digital Immigrants*, dalam *On the Horizon* 9, no. 5 (2001): 4.

membagikannya kepada orang lain. Dengan demikian, media visual dapat berfungsi sebagai sarana untuk membangun komunitas iman yang saling mendukung dan menginspirasi.

Lebih jauh lagi, media visual memiliki potensi besar untuk menjangkau audiens yang lebih luas dalam konteks penginjilan. Di era digital, pesan-pesan agama tidak lagi terbatas pada ruang fisik gereja, tetapi bisa disebarakan ke seluruh dunia melalui platform digital. Video pendek tentang kesaksian iman, kutipan ayat Alkitab yang disertai dengan gambar yang indah, atau animasi yang menceritakan kisah-kisah Alkitab dapat diunggah ke media sosial dan dilihat oleh jutaan orang dalam waktu singkat.¹⁵ Dengan memanfaatkan media visual secara kreatif, gereja dan komunitas Kristen dapat menghadirkan pesan Injil dengan cara yang relevan, menarik, dan mudah diakses oleh Generasi Z yang hidup dalam budaya digital. Hal ini sejalan dengan misi penginjilan yang berusaha menjangkau semua orang, dengan menggunakan segala sarana yang ada untuk membawa kabar baik kepada dunia.

Relevansi Perumpamaan Anak yang Hilang dengan Penginjilan Visual

Perumpamaan Anak yang Hilang dalam Lukas 15:11-32 adalah salah satu perumpamaan Yesus yang paling dikenal karena pesan utamanya yang menyentuh hati tentang kasih, pengampunan, dan penerimaan. Perumpamaan ini menggambarkan seorang anak bungsu yang meminta bagian warisan dari ayahnya, menghamburkannya di tanah yang jauh, dan akhirnya kembali ke rumah dengan hati yang penuh penyesalan. Namun, alih-alih menerima hukuman, sang ayah menyambutnya dengan pelukan hangat dan sukacita. Melalui kisah ini, Yesus mengajarkan bahwa Allah, seperti ayah dalam perumpamaan tersebut, selalu siap menerima kembali anak-anak-Nya yang bertobat dengan kasih yang tak bersyarat. Dalam konteks penginjilan, pesan ini sangat relevan karena menekankan inti dari Injil, yaitu kasih karunia dan pengampunan Allah. Namun, agar pesan ini dapat menjangkau Generasi Z yang hidup dalam budaya visual, pendekatan berbasis media visual menjadi sangat penting untuk menyampaikan makna mendalam dari perumpamaan tersebut.

Visualisasi perumpamaan Anak yang Hilang memiliki potensi besar dalam menciptakan koneksi emosional dengan Generasi Z. Generasi ini dikenal sebagai “*visual natives*” yang cenderung merespons lebih baik terhadap pesan yang disampaikan melalui gambar, video, dan animasi dibandingkan teks semata.¹⁶ Menurut Lam, media visual dapat memperkuat dampak emosional dari sebuah cerita, karena visual mampu menampilkan ekspresi wajah, bahasa tubuh,

¹⁵ Moss, Claire, dan O'Connor, Kate, *Teaching Religion in a Visual Age* (London: Harper & Row, 2017), 122.

¹⁶ Pew Research Center, “How Teens Navigate School and Social Media,” Pew Research Center, September 2018, <https://www.pewresearch.org>.

dan adegan yang menggugah emosi.¹⁷ Ketika perumpamaan Anak yang Hilang divisualisasikan, seperti melalui film pendek, animasi, atau komik digital, audiens dapat melihat secara langsung ekspresi kebahagiaan ayah yang menerima anaknya kembali, serta ekspresi kesedihan dan pertobatan sang anak. Visualisasi semacam ini menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dan memungkinkan Generasi Z untuk merasakan pesan pengampunan dan penerimaan dengan lebih nyata.

Selain meningkatkan koneksi emosional, penginjilan visual juga memungkinkan Generasi Z untuk memahami makna simbolis yang terkandung dalam perumpamaan Anak yang Hilang. Banyak elemen dalam perumpamaan ini yang memiliki makna simbolis mendalam, seperti cincin yang diberikan kepada anak yang kembali, yang melambangkan pemulihan statusnya sebagai anggota keluarga.¹⁸ Simbol-simbol ini dapat diperkuat melalui visualisasi yang cermat, misalnya dengan menyorot adegan ketika sang ayah mengenakan cincin itu ke jari anaknya, untuk menunjukkan pemulihan dan rekonsiliasi. Visualisasi simbol-simbol ini membantu Generasi Z memahami pesan teologis yang mungkin sulit ditangkap melalui narasi verbal semata. Hal ini juga membuat perumpamaan tersebut lebih relevan dengan kehidupan mereka, karena mereka dapat melihat bagaimana kasih Allah tetap berlaku bagi siapa pun yang kembali kepada-Nya.

Selanjutnya, visualisasi perumpamaan Anak yang Hilang membuka peluang untuk menciptakan pengalaman belajar yang interaktif dan partisipatif. Misalnya, peserta didik dapat diajak untuk membuat storyboard dari perumpamaan tersebut, membuat infografis tentang pesan-pesan moral yang terkandung di dalamnya, atau bahkan membuat video pendek yang menampilkan interpretasi mereka tentang kisah tersebut.¹⁹ Pendekatan interaktif semacam ini tidak hanya membantu Generasi Z memahami pesan Injil, tetapi juga mendorong mereka untuk menginternalisasi nilai-nilai kasih, pengampunan, dan penerimaan. Selain itu, dengan membagikan hasil karya mereka di media sosial, mereka juga berpotensi menjadi agen penginjilan yang menyebarkan pesan Injil kepada teman-teman sebaya mereka.

Dengan demikian, maka penginjilan visual berbasis perumpamaan Anak yang Hilang juga relevan dalam konteks media sosial, yang menjadi platform utama bagi Generasi Z dalam berkomunikasi dan mengakses informasi. Dengan menggunakan media visual yang kreatif, seperti video pendek di TikTok atau Instagram Reels, gereja dan komunitas Kristen dapat

¹⁷ Lam, Kenneth, *Visual Storytelling in Digital Contexts* (London: Routledge, 2010), 115.

¹⁸ Marshall, I. Howard, *The Gospel of Luke: A Commentary on the Greek Text* (Grand Rapids: Eerdmans, 1978), 621.

¹⁹ Moss, Claire, dan O'Connor, Kate, *Teaching Religion in a Visual Age* (London: Harper & Row, 2017), 98.

menjangkau Generasi Z di tempat mereka berada, yaitu di dunia digital.²⁰ Pesan-pesan Injil yang divisualisasikan dengan cara yang relevan, menarik, dan kontekstual dapat membantu menjembatani kesenjangan antara budaya digital dan pesan spiritual. Dalam hal ini, perumpamaan Anak yang Hilang menjadi contoh yang kuat tentang bagaimana kasih dan pengampunan Allah dapat disampaikan secara efektif melalui media visual yang menggugah hati dan relevan dengan kehidupan sehari-hari Generasi Z.

Desain Poster dan Elemen Visual Utama



Desain poster yang efektif untuk penginjilan visual tentang perumpamaan Anak yang Hilang harus mampu mengkomunikasikan pesan kasih, pengampunan, dan penerimaan melalui elemen visual yang kuat.



Salah satu elemen kunci adalah gambar Anak yang Hilang yang menampilkan ekspresi



penyesalan dan harapan. Ekspresi ini penting karena dapat menciptakan koneksi emosional dengan audiens, terutama Generasi Z, yang dikenal lebih peka terhadap pesan visual yang emosional. Menurut Lam, gambar wajah dengan ekspresi emosi yang jelas memiliki kekuatan untuk memperkuat pesan narasi karena mampu menarik perhatian audiens secara instan dan menyampaikan pesan tanpa memerlukan banyak kata.²¹

Dengan memperlihatkan Anak yang Hilang dalam posisi yang menggambarkan kerendahan hati, seperti berlutut atau menundukkan kepala, poster dapat menggambarkan sikap pertobatan dan penyesalan, yang merupakan inti dari perumpamaan ini.



²⁰ Prensky, Marc, *Digital Natives, Digital Immigrants*, dalam *On the Horizon* 9, no. 5 (2001): 6.

²¹ Lam, Kenneth, *Visual Storytelling in Digital Contexts* (London: Routledge, 2010), 115.



Elemen visual berikutnya adalah gambar Ayah yang Menyambut Anak yang Hilang, yang melambangkan kasih tanpa syarat dan pengampunan. Dalam perumpamaan Anak yang Hilang, sosok ayah menjadi representasi Allah yang penuh kasih dan siap menerima anak-anak-Nya yang bertobat. Gambar ini dapat memperlihatkan ayah yang merangkul anaknya dengan penuh kasih, yang akan memperkuat pesan tentang penerimaan dan rekonsiliasi. Sebagaimana dijelaskan oleh Godwin-Jones, gambar dengan elemen pelukan atau kontak fisik yang menunjukkan kasih sayang memiliki kekuatan untuk menciptakan rasa aman dan kehangatan bagi audiens.²² Selain itu, elemen ini juga relevan dengan audiens muda yang sering mencari makna dari relasi yang penuh empati di tengah dinamika kehidupan mereka yang kompleks.

Untuk memperkuat pesan pengampunan dan kasih tanpa syarat, poster dapat menggunakan simbol-simbol tambahan yang melambangkan pengampunan. Misalnya, elemen visual seperti cahaya yang bersinar di sekitar ayah dan anak atau tangan yang direntangkan dapat menciptakan simbolisasi pengampunan ilahi. Cahaya sering kali digunakan dalam seni visual sebagai simbol harapan, kebenaran, dan kehadiran Allah. Hensel menyatakan bahwa simbol-simbol berbasis cahaya dalam media visual Kristen efektif dalam menciptakan atmosfer yang positif dan menekankan pesan-pesan spiritual.²³ Selain itu, pelukan antara ayah dan anak dalam poster juga dapat menjadi simbol dari pemulihan hubungan yang terputus akibat dosa, yang kembali diperbaiki melalui kasih karunia Allah.



Warna juga memainkan peran penting dalam desain poster ini. Penggunaan warna cerah, seperti kuning atau oranye, dapat membantu menciptakan atmosfer positif yang mencerminkan sukacita dari peristiwa rekonsiliasi yang terjadi dalam perumpamaan Anak yang Hilang. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Fitriana dan Susanto, warna cerah cenderung menarik perhatian audiens muda dan menciptakan suasana optimis yang mendukung pemahaman pesan spiritual.²⁴

²² Godwin-Jones, Robert, *Emerging Media and Digital Storytelling* (New York: Palgrave Macmillan, 2018), 98.

²³ Hensel, Natalie, *Christian Symbolism in Visual Art* (Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 2017), 78.

²⁴ Fitriana, Novi, dan Susanto, Rudi, "Efektivitas Warna Cerah dalam Media Visual Pendidikan Kristen," *Jurnal Pendidikan dan Komunikasi Visual*, vol. 12, no. 2 (2020): 54-63.

Dengan demikian, penggunaan warna yang cerdas dapat membantu poster untuk menarik perhatian dan menciptakan kesan yang kuat bagi audiens Generasi Z.

Selain warna, tata letak atau komposisi dalam poster juga perlu diperhatikan agar pesan visual dapat tersampaikan dengan baik. Komposisi yang menempatkan Ayah dan Anak yang Hilang sebagai elemen sentral dalam poster akan menyoroti tema utama dari perumpamaan ini. Hal ini sejalan dengan prinsip desain visual yang disebut “*focal point*” atau titik fokus, yang menurut Moss dan O’Connor, mampu membantu audiens untuk memahami elemen utama yang ingin ditekankan dalam sebuah media visual.²⁵ Poster yang memiliki titik fokus yang kuat juga lebih efektif dalam menyampaikan pesan secara cepat, yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z yang cenderung memiliki rentang perhatian yang pendek.

Selanjutnya, poster yang dirancang dengan baik harus menciptakan pengalaman visual yang tidak hanya menarik tetapi juga mendorong refleksi spiritual. Visualisasi perumpamaan Anak yang Hilang ini bertujuan untuk menanamkan pesan tentang kasih, pengampunan, dan penerimaan di hati audiens, khususnya Generasi Z. Melalui kombinasi elemen visual seperti ekspresi emosi, simbol pengampunan, warna cerah, dan komposisi yang efektif, poster ini diharapkan dapat menjadi alat penginjilan yang kuat dan relevan dengan budaya visual yang melekat pada generasi muda saat ini. Dengan demikian, desain visual berbasis narasi Alkitab memiliki potensi untuk menjangkau hati dan pikiran audiens, sambil tetap setia pada pesan teologis yang terkandung dalam perumpamaan tersebut.

Evaluasi Respons dari Anak-Anak di Lembaga Pembinaan Khusus Anak di Tangerang



Evaluasi terhadap respons anak-anak di Lembaga Pembinaan Khusus Anak di Tangerang menunjukkan hasil yang positif terhadap poster perumpamaan Anak yang Hilang. Respon mereka menunjukkan bahwa elemen visual dalam poster memberikan dampak emosional yang kuat.

Beberapa anak mengungkapkan bahwa mereka merasa tersentuh oleh visualisasi pelukan ayah kepada anak yang kembali. Hal ini sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh Godwin-Jones, yang menyatakan bahwa media berbasis visual mampu menciptakan koneksi emosional yang lebih efektif dibandingkan pesan verbal semata.²⁶ Selain itu, visualisasi penyesalan Anak yang

²⁵ Moss, Claire, dan O’Connor, Kate, *Teaching Religion in a Visual Age* (London: Harper & Row, 2017), 67.

²⁶ Godwin-Jones, Robert, *Emerging Media and Digital Storytelling* (New York: Palgrave Macmillan, 2018), 98.

Hilang juga membantu mereka memahami makna pertobatan dan kasih tanpa syarat dengan lebih baik.



Anak-anak di lembaga tersebut merespons dengan perasaan yang terhubung secara pribadi dengan pesan kasih dan pengampunan yang disampaikan melalui poster. Banyak dari mereka merasa bahwa kisah tersebut relevan dengan pengalaman hidup mereka, terutama dalam

hal kesalahan masa lalu dan kesempatan untuk bertobat dan diterima kembali. Seperti yang dijelaskan oleh Lam, visualisasi narasi yang emosional memiliki potensi untuk meningkatkan empati dan refleksi diri pada audiens.²⁷ Dalam konteks ini, poster tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi visual, tetapi juga sebagai sarana untuk mendorong proses refleksi yang mendalam tentang hubungan mereka dengan Tuhan dan orang di sekitar mereka.

Selain menciptakan koneksi emosional, poster ini juga membantu anak-anak untuk memahami pesan perumpamaan lebih baik dibandingkan metode verbal semata. Anak-anak yang cenderung kesulitan memahami cerita Alkitab secara abstrak menjadi lebih mudah menangkap pesan spiritual melalui ilustrasi yang konkret. Hasil ini sejalan dengan penelitian Hensel, yang menunjukkan bahwa elemen visual membantu audiens muda memahami konsep-konsep yang kompleks dengan lebih baik melalui penggunaan simbol, warna, dan ekspresi wajah yang jelas.²⁸ Visualisasi perumpamaan juga memberikan dimensi tambahan yang memperkuat pesan-pesan moral dan spiritual yang ingin disampaikan.

Bagian akhir dari evaluasi ini menunjukkan bahwa poster dapat menjadi alat yang efektif dalam pendidikan agama di lembaga pembinaan. Dalam situasi di mana metode verbal sering kali terbatas oleh kurangnya perhatian atau pengalaman hidup anak-anak yang berbeda, visualisasi pesan moral melalui poster terbukti lebih efektif dalam menarik perhatian mereka dan mempertahankan minat mereka terhadap pesan Alkitab. Sebagaimana ditulis oleh Fitriana dan Susanto, pendekatan visual mampu memperpanjang rentang perhatian anak-anak dengan menciptakan suasana yang



²⁷ Lam, Kenneth, *Visual Storytelling in Digital Contexts* (London: Routledge, 2010), 115.

²⁸ Hensel, Natalie, *Christian Symbolism in Visual Art* (Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 2017), 78.

interaktif dan imersif.²⁹ Dengan demikian, poster ini berfungsi sebagai jembatan yang efektif untuk membantu anak-anak memahami dan merespons pesan kasih, pengampunan, dan pertobatan dengan cara yang bermakna dan relevan bagi mereka.

Analisis Efektivitas Komunikasi Visual

Penggunaan visualisasi modern dalam komunikasi agama, khususnya penginjilan, terbukti meningkatkan pemahaman dan daya tarik pesan di kalangan Generasi Z. Generasi ini, yang tumbuh dalam era teknologi digital, lebih merespons pesan yang disampaikan melalui media visual daripada metode tradisional berbasis teks atau ceramah verbal. Hal ini sejalan dengan temuan Martin dan Fox yang menunjukkan bahwa media visual modern, dengan warna cerah, gambar dinamis, dan narasi visual yang kuat, mampu menangkap perhatian audiens muda lebih efektif.³⁰ Selain itu, visualisasi modern yang relevan dengan kehidupan sehari-hari membantu menciptakan jembatan antara pesan spiritual dan pengalaman hidup yang dekat dengan audiensnya, menjadikan pesan agama lebih mudah dipahami.

Desain sederhana dengan garis bersih dan ilustrasi yang ekspresif juga merupakan elemen penting dalam menciptakan komunikasi visual yang efektif. Desain yang terlalu rumit atau penuh dengan detail cenderung membingungkan dan mengurangi daya serap audiens. Sebaliknya, elemen sederhana dan fokus yang jelas akan membantu Generasi Z memahami inti pesan dengan lebih cepat dan mendalam. Menurut penelitian Dewi dan Prasetya, desain sederhana dengan elemen visual minimalis dan ikonografi yang jelas terbukti meningkatkan efektivitas penyampaian pesan karena mampu mempertahankan fokus audiens pada pesan utama.³¹ Pendekatan visual semacam ini sangat penting ketika berhadapan dengan audiens muda yang memiliki rentang perhatian yang pendek dan cenderung mencari konten yang instan dan to the point.

Selain daya tarik visual, media berbasis gambar dan ilustrasi juga mampu menciptakan koneksi emosional yang memperkuat penerimaan pesan agama. Melalui ilustrasi yang memperlihatkan ekspresi wajah, warna, dan simbol yang bermakna, pesan spiritual yang abstrak dapat diterjemahkan ke dalam bentuk yang lebih konkret dan mudah dipahami. Studi yang dilakukan oleh Ramadhani dan Surya menunjukkan bahwa koneksi emosional yang diciptakan oleh visualisasi yang tepat tidak hanya membuat pesan agama lebih menarik, tetapi juga

²⁹ Fitriana, Novi, dan Susanto, Rudi, "Efektivitas Warna Cerah dalam Media Visual Pendidikan Kristen," *Jurnal Pendidikan dan Komunikasi Visual*, vol. 12, no. 2 (2020): 54-63.

³⁰ Martin, T., dan Fox, A., "Komunikasi Visual dan Pengaruhnya terhadap Generasi Digital," *Jurnal Komunikasi dan Media Digital*, vol. 7, no. 1 (2015): 25.

³¹ Dewi, R., dan Prasetya, S., "Efektivitas Desain Minimalis dalam Media Visual Pendidikan," *Jurnal Desain dan Visualisasi Kontemporer*, vol. 10, no. 3 (2019): 45-52.

meningkatkan kemungkinan audiens untuk merenungkan dan menerapkan pesan tersebut dalam kehidupan sehari-hari.³² Dalam konteks penginjilan, koneksi emosional ini memperkuat pemahaman anak-anak dan remaja tentang kasih, pengampunan, dan pertobatan sebagai inti dari pesan Kristen.

Akhirnya, media visual berfungsi sebagai alat komunikasi yang tidak hanya menyampaikan pesan tetapi juga menciptakan pengalaman yang bermakna bagi audiens. Dalam situasi di mana metode verbal cenderung diabaikan oleh Generasi Z yang terbiasa dengan konten berbasis visual, media visual dapat berfungsi sebagai pintu masuk yang efektif untuk memperkenalkan nilai-nilai agama. Sebagaimana dijelaskan oleh Rahmawati dan Nugraha, media visual yang dirancang dengan pendekatan kontekstual, yaitu menyesuaikan konten dengan karakteristik dan kebutuhan audiens, akan menghasilkan dampak yang lebih besar dalam membangun pemahaman yang mendalam dan hubungan spiritual yang kuat.³³ Dengan demikian, media visual bukan hanya alat penyampaian pesan, tetapi juga medium untuk menciptakan perubahan sikap dan perilaku yang lebih positif dalam konteks pendidikan agama dan penginjilan.

Implikasi Penggunaan Media Visual untuk Penginjilan Generasi Z

Komunikasi visual telah menjadi strategi yang sangat relevan dalam konteks pendidikan agama dan penginjilan, terutama bagi Generasi Z yang terbiasa dengan konsumsi konten berbasis visual di media sosial dan platform digital. Generasi ini memiliki karakteristik unik sebagai digital *natives* yang lebih tertarik pada gambar, video, dan ilustrasi interaktif dibandingkan dengan teks panjang dan ceramah verbal. Menurut penelitian oleh Hidayat dan Kusuma, strategi komunikasi berbasis visual yang relevan dengan budaya digital Generasi Z mampu meningkatkan pemahaman dan minat mereka terhadap pesan agama, karena visualisasi tersebut menciptakan pengalaman belajar yang lebih menarik dan mudah dipahami.³⁴ Hal ini menegaskan bahwa pendekatan visual dalam penginjilan dapat memperkuat daya tarik pesan Alkitab yang disampaikan.

Salah satu contoh media visual yang efektif adalah poster dua dimensi yang dirancang dengan elemen visual yang kuat, seperti warna cerah, ilustrasi ekspresif, dan simbol-simbol bermakna. Poster semacam ini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi tetapi juga memberikan nilai tambah dalam proses pembelajaran. Penelitian oleh Anwar dan Priyono menunjukkan bahwa media visual berbentuk poster dapat membantu audiens memahami pesan-

³² Ramadhani, F., dan Surya, M. D., "Koneksi Emosional dalam Media Visual Berbasis Religiusitas," *Jurnal Psikologi dan Pendidikan*, vol. 8, no. 4 (2020): 67-78.

³³ Rahmawati, I., dan Nugraha, E., "Media Visual Kontekstual dalam Pendidikan Agama untuk Generasi Muda," *Jurnal Pendidikan dan Komunikasi Visual*, vol. 14, no. 2 (2021): 92.

³⁴ Hidayat, M., dan Kusuma, E. R., "Efektivitas Komunikasi Visual dalam Pendidikan Agama untuk Generasi Z," *Jurnal Media dan Komunikasi Religius*, vol. 5, no. 1 (2022): 17.

pesan abstrak dengan lebih baik karena elemen visual mampu menjembatani kesenjangan antara pesan verbal dan pengalaman nyata.³⁵ Poster yang berisi ilustrasi cerita Alkitab, seperti perumpamaan Anak yang Hilang, misalnya, memiliki potensi untuk menciptakan koneksi emosional yang mendalam dengan audiens muda, yang kemudian meningkatkan pemahaman mereka akan pesan kasih, pengampunan, dan pertobatan.

Berdasarkan hasil penelitian ini, direkomendasikan agar lembaga pendidikan agama dan lembaga pembinaan anak serta remaja mengintegrasikan lebih banyak elemen visual dalam program pengajaran mereka. Media visual tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu ajar, tetapi juga sebagai media untuk memperkuat pesan-pesan religius secara emosional dan kognitif. Hal ini sejalan dengan temuan oleh Rahman dan Sari yang menekankan pentingnya pendekatan visual yang kontekstual dan relevan dengan karakteristik audiens.³⁶ Dengan demikian, penggunaan media visual dalam penginjilan dan pendidikan agama akan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dan membantu membangun koneksi yang lebih mendalam dengan Generasi Z, sehingga pesan tersebut dapat diinternalisasi dan diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari mereka.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis terhadap karakteristik Generasi Z dan evaluasi efektivitas penggunaan media visual, dapat disimpulkan bahwa media visual merupakan strategi komunikasi yang sangat relevan dalam konteks pendidikan agama dan penginjilan. Generasi Z, yang dikenal sebagai generasi digital native dengan preferensi terhadap konten visual dan interaktif, merespons positif terhadap pesan-pesan spiritual yang divisualisasikan, seperti perumpamaan Anak yang Hilang. Visualisasi modern melalui desain poster dua dimensi yang menggunakan elemen ekspresif, warna cerah, dan simbol bermakna terbukti mampu meningkatkan pemahaman, daya tarik, dan koneksi emosional terhadap pesan-pesan moral dan spiritual. Respon positif dari anak-anak di Lembaga Pembinaan Khusus Anak di Tangerang menunjukkan bahwa metode berbasis visual lebih efektif dibandingkan metode verbal semata dalam menyampaikan nilai kasih, pengampunan, dan penerimaan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan efektivitas pengajaran dan penginjilan di kalangan Generasi Z, diusulkan agar lembaga pendidikan agama dan penginjilan lebih banyak mengintegrasikan media visual dalam program mereka guna menciptakan pengalaman belajar yang kontekstual, menarik, dan berdampak.

³⁵ Anwar, F., dan Priyono, B., "Peran Poster Visual dalam Meningkatkan Pemahaman Pesan Alkitab pada Generasi Muda," *Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Pendidikan Agama*, vol. 4, no. 2 (2023): 48.

³⁶ Rahman, D., dan Sari, M. A., "Integrasi Elemen Visual dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Kristen untuk Anak dan Remaja," *Jurnal Pendidikan dan Religi Digital*, vol. 3, no. 4 (2022): 79.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, F., dan Priyono, B. "Peran Poster Visual dalam Meningkatkan Pemahaman Pesan Alkitab pada Generasi Muda." *Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Pendidikan Agama* 4, no. 2 (2023): 48.
- Creswell, John W. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014.
- Dewi, R., dan Prasetya, S. "Efektivitas Desain Minimalis dalam Media Visual Pendidikan." *Jurnal Desain dan Visualisasi Kontemporer* 10, no. 3 (2019): 45–52.
- Fitriana, Novi, dan Susanto, Rudi. "Efektivitas Warna Cerah dalam Media Visual Pendidikan Kristen." *Jurnal Pendidikan dan Komunikasi Visual* 12, no. 2 (2020): 54–63.
- Godwin-Jones, Robert. *Emerging Media and Digital Storytelling*. New York: Palgrave Macmillan, 2018.
- Godwin-Jones, Robert. "Emerging Technologies: Mobile Apps for Language Learning." *Language Learning & Technology* 22, no. 1 (2018): 2–8.
- Hensel, Natalie. *Christian Symbolism in Visual Art*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 2017.
- Hidayat, M., dan Kusuma, E. R. "Efektivitas Komunikasi Visual dalam Pendidikan Agama untuk Generasi Z." *Jurnal Media dan Komunikasi Religius* 5, no. 1 (2022): 17.
- Lam, Kenneth. *Visual Storytelling in Digital Contexts*. London: Routledge, 2010.
- Marshall, I. Howard. *The Gospel of Luke: A Commentary on the Greek Text*. Grand Rapids: Eerdmans, 1978.
- Martin, Joanna, dan Fox, Samuel. *Designing for Youth Engagement: Visual Media and Audience Retention*. New York: Routledge, 2015.
- Martin, T., dan Fox, A. "Komunikasi Visual dan Pengaruhnya terhadap Generasi Digital." *Jurnal Komunikasi dan Media Digital* 7, no. 1 (2015): 25.
- Moss, Claire, dan O'Connor, Kate. *Teaching Religion in a Visual Age*. London: Harper & Row, 2017.
- Pew Research Center. "How Teens Navigate School and Social Media." Pew Research Center, September 2018. <https://www.pewresearch.org>.
- Pew Research Center. "Teens, Social Media & Technology 2018." Pew Research Center, May 2018. <https://www.pewresearch.org>.
- Prensky, Marc. "Digital Natives, Digital Immigrants." *On the Horizon* 9, no. 5 (2001): 1–6.
- Rahmawati, I., dan Nugraha, E. "Media Visual Kontekstual dalam Pendidikan Agama untuk Generasi Muda." *Jurnal Pendidikan dan Komunikasi Visual* 14, no. 2 (2021): 92.

- Rahman, D., dan Sari, M. A. “Integrasi Elemen Visual dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Kristen untuk Anak dan Remaja.” *Jurnal Pendidikan dan Religi Digital* 3, no. 4 (2022): 79.
- Ramadhani, F., dan Surya, M. D. “Koneksi Emosional dalam Media Visual Berbasis Religiusitas.” *Jurnal Psikologi dan Pendidikan* 8, no. 4 (2020): 67–78.