

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Gereja Masehi Advent Hari Ketujuh, atau yang lebih dikenal dengan sebutan Gereja Advent, adalah sebuah denominasi Kristen Protestan. Gereja Masehi Advent Hari Ketujuh Jemaat Hummeo Echoes Cempaka Mas (GMAHK HECM) adalah gereja Advent anak muda pertama di Indonesia. Didirikan pada 9 Mei 2009, gereja ini berlokasi di Apartemen Graha Cempaka Mas, Jakarta Pusat. Sejak awal berdiri, GMAHK HECM dari awal berdiri sepenuhnya dikelola oleh anak muda. Nama “Humeo Echoes” mencerminkan makna “gema” atau “kenangan yang berulang”. Sebagai bagian dari Gereja Masehi Advent Hari Ketujuh, GMAHK HECM berpegang pada ajaran Sabat sebagai hari kudus yang dirayakan setiap hari Sabtu (General Conference, 2010). Gereja ini terus berkembang, menggabungkan iman dengan pelayanan sosial yang dilakukan oleh anak muda

Gereja Masehi Advent Hari Ketujuh Hummeo Echoes Cempaka Mas (GMAHK HECM) memiliki tiga fungsi utama, yaitu sebagai tempat ibadah, pusat pendidikan keagamaan, dan pelayanan sosial keagamaan (The Secretariat, 2016). Didukung dengan data yang diperoleh dari observasi, ibadah rutin dilaksanakan setiap hari Sabtu dengan jumlah jemaat sekitar 100 orang. Sementara itu, kegiatan pendidikan keagamaan seperti Sekolah Sabat, *Pathfinder*, serta diskusi Alkitab hanya diikuti oleh sekitar 40 jemaat. Fungsi pelayanan sosial keagamaan juga belum optimal, dengan sekitar 20 jemaat yang aktif dalam kegiatan seperti berbagi makanan, kunjungan ke panti asuhan dan panti jompo, serta perjalanan misi. Berdasarkan data diperoleh dari observasi di gereja, tidak sampai 50% jemaat terlibat dalam kegiatan pendidikan keagamaan dan pelayanan sosial, yang menjadi bagian dalam fungsi gereja.

Tantangan utama yang dihadapi Gereja Masehi Advent Hari Ketujuh Hummeo Echoes Cempaka Mas (GMAHK HECM) adalah minimnya partisipasi anak muda dalam kegiatan gereja. Hasil FGD dan kuesioner menunjukkan bahwa

salah satu penyebab utamanya adalah kurangnya promosi yang memadai dari segi media dan cara penyampaian. Saat ini, promosi masih mengandalkan WhatsApp dan media sosial, yang memungkinkan promosi tersebut tenggelam dengan pesan dan postingan lainnya. Gereja juga melakukan promosi secara langsung melalui pengumuman gereja untuk mengajak anak muda gereja, tetapi penyampiannya masih dilakukan secara verbal berupa pengumuman formal di Gereja tanpa adanya strategi untuk mempersuasikan lebih lanjut. Akibatnya, banyak anak muda melewatkan kegiatan, bahkan perjalanan misi gereja sempat terhenti karena minimnya peserta anak muda. Jika dibiarkan, hal ini dapat menghambat fungsi gereja, khususnya pada fungsi pendidikan dan pelayanan sosial. Selain itu, kurangnya keterlibatan generasi muda juga mengancam regenerasi gereja.

Selain permasalahan keterlibatan anak muda, gereja juga menghadapi tantangan dalam aspek komunikasi dan penyampaian promosi. Didukung berdasarkan data observasi promosi kegiatan gereja yang kurang terjadwal dan konsisten, membuat anak muda tidak terbiasa menerima promosi secara berkala, dan sering melewatkan kegiatan gereja. Bentuk penyampaian promosi masih terbatas pada poster atau video berdurasi panjang yang hanya diberikan saat kegiatan akan berlangsung.

Berdasarkan permasalahan ini, dibutuhkan media promosi yang lebih modern dan relevan, dengan fokus mengajak serta menjangkau anak muda agar tertarik mengikuti kegiatan gereja GMAHK HECM. Solusi ini dimulai dengan merancang *mobile site* sebagai media utama yang menyajikan promosi kegiatan, jadwal, dan pengumuman secara terpusat dan mudah diakses kapan saja. (Dien, 2022). Selain media utama, perancangan ini juga didukung dengan media sekunder seperti Instagram *post*, *story*, poster dan *gimmick* sebagai *reward*. Berbeda dari WhatsApp atau Instagram gereja sebelumnya yang mudah tertutup oleh pesan lain, media ini dirancang lebih visual dan informatif. Fitur seperti *invite friends* mendorong anak muda untuk mengajak teman, sementara konten yang diperbarui secara rutin membuat informasi lebih mudah diakses dan tidak terlewat. Diharapkan, media ini dapat meningkatkan keterlibatan anak muda dan mendukung peran gereja dalam ibadah, pendidikan rohani, dan pelayanan sosial.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, berikut merupakan masalah yang sudah ditentukan:

1. Rendahnya keterlibatan anak muda dalam kegiatan gereja, dan keinginan anak muda khususnya Gen Z yang harus memiliki teman dalam mengikuti kegiatan, serta penyampaian kegiatan yang masih monoton seperti dari pengumuman gereja yang cukup panjang dan penyampaian secara formalitas saja.
2. Komunikasi gereja belum menggunakan media yang interaktif dan terpusat, metode promosi yang tidak sesuai dengan cara mereka menerima penyampaian kegiatan gereja yang masih mengandalkan pesan teks dan poster panjang yang monoton, di media yang memungkinkan kegiatan tersebut tenggelam dengan pesan dan postingan lainnya seperti Whatsapp dan Instagram *post*, sehingga kegiatan yang ingin dipromosikan mudah terlewat dan tidak membangun keterlibatan.

Maka dari itu, pertanyaan penelitian dari perancangan ini adalah bagaimana perancangan *mobile site* Gereja Masehi Advent Hari Ketujuh Jemaat Hummeo Echoes Cempaka Mas (GMAHK HECM) untuk Gen Z di Jabodetabek?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi pembahasan pada perancangan promosi berupa *mobile site* yang bertujuan untuk memberikan promosi kegiatan Gereja Masehi Advent Hari Ketujuh Jemaat Hummeo Echoes Cempaka Mas (GMAHK HECM) kepada anak muda Advent. *Mobile site* ini dirancang dengan pendekatan komunikasi visual yang sesuai dengan gaya anak muda serta menggunakan media digital yang akrab bagi mereka. Berdasarkan hasil *research*, penulis juga menemukan 90% promosi yang dikirimkan ke otak manusia adalah promosi visual. Manusia, memproses pesan visual 60.000 kali lebih cepat daripada teks (Pamplona, 2021). Sasaran utama perancangan ini adalah untuk Gen Z sebagai calon penerus gereja, Generasi Z adalah calon pemimpin dan penentu masa depan gereja. Mereka berperan besar dalam pengembangan iman di gereja dan sebagai saksi Kristus di mana saja mereka berada. Oleh karena itu, gereja perlu memberikan perhatian

khusus dalam penggembalaan yang holistik dan kontekstual terhadap generasi ini (Sembiring, 2023).

Usia 18-24 tahun yang aktif di platform media sosial dan digital, sejalan dengan penelitian bahwa Generasi Z umumnya didefinisikan sebagai individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Dengan demikian, pada tahun 2025, rentang usia mereka adalah 13 hingga 28 tahun (Arum et al., 2023). Rentang usia 18-24 tahun sering dianggap sebagai masa transisi antara remaja akhir dan dewasa muda dan adalah calon penerus gereja bagi masa depan. Generasi Z, termasuk mereka yang berusia 18-24 tahun, cenderung ingin terlibat dan berpartisipasi dalam aktivitas gereja, sehingga penting pemanfaatan teknologi digital (Gule, 2022.)

Konten ini membahas kegiatan sosial gereja yang dirancang untuk menarik dan melibatkan anak muda, dengan penyampaian pesan yang jelas, dan memotivasi dengan gaya komunikasi mereka. Generasi Z adalah generasi yang tumbuh dengan teknologi dan internet di tangan mereka. Mereka lebih suka mengakses informasi dengan cepat melalui *smartphone* dan lebih tertarik pada konten yang singkat, visual, dan interaktif yang membuat pengalaman menonton jadi lebih seru (Rani, 2023). Kelompok anak muda akrab dengan teknologi digital, 75% responden Gen Z saat ini lebih suka mendapatkan informasi dalam bentuk ringkas dan menarik, seperti video pendek, infografis, atau artikel dengan desain simpel (Syahrial & Harefa, 2025). Oleh karena itu, jika gereja ingin menjangkau anak muda, perlu menyesuaikan cara mereka berkomunikasi, termasuk melalui platform digital yang menarik dan mudah digunakan (Faverio & Sidoti, 2024).

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan perancangan *mobile site* Gereja Masehi Advent Hari Ketujuh Jemaat Hummeo Echoes Cempaka Mas (GMAHK HECM), untuk anak muda Advent terutama Gen Z dalam mengikuti kegiatan gereja di Jakarta Pusat.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari penelitian ini dapat dilihat dari dua aspek, yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis.

1. Manfaat Teoretis:

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan menjadi kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan di bidang Desain Komunikasi Visual, khususnya mengenai penerapan *mobile site* sebagai promosi untuk komunitas gereja anak muda. Penelitian ini juga bisa memperkaya literatur yang ada terkait dengan desain komunikasi visual yang berguna dalam menjangkau audiens muda, terutama dalam konteks kegiatan gereja.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini dapat memberikan manfaat praktis bagi pihak yang terlibat dalam desain media gereja, terutama bagi para desainer grafis dan pengelola kegiatan gereja yang ingin meningkatkan partisipasi jemaat anak muda melalui media visual yang jelas dan sesuai dengan kebiasaan digital mereka. Selain itu, hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi atau acuan bagi pengelola GMAHK HECM dalam merancang media komunikasi.

