

**UJI ALAT UKUR *SENSE OF COMMUNITY*
PADA GENERASI Z DI GEREJA KRISTEN JAWA**

Arya Triyudanto, Laura Fransisca N. Sudarnoto & Angela Oktavia Suryani
Fakultas Psikologi, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta, Indonesia
Corresponding author: angela.suryani@atmajaya.ac.id

ABSTRACT

One of the phenomena found in Generation Z is that they do not want to be tied to a particular religious institution, including churches. However, fellowship is required in Christianity. Psychological assessment is necessary to determine Generation Z's sense of community in church life. A sense of community is formulated as a feeling of respect for individuals in the community. At the same time, individuals are willing to contribute and are fully committed to the community. The study aims to assess and test the psychometric elements of Generation Z's sense of community, aged 15 to 25, who attend Gereja Kristen Jawa in Jakarta and its surroundings. A sample size of 160 people was attained using convenience sampling. The study was conducted in two stages. The first stage consists of creating and assessing items for the construct. The second stage consists of conducting psychometric tests using the construct. In the first stage, expert judgment was involved to evaluate the items' suitability to the dimensions and participants' involvement in item analysis. The second stage consists of testing the validity and reliability of the measuring instrument and developing norms for the measuring instrument. The researcher involved 60 participants during item analysis. In the second phase, we recruited 100 participants. Items were analyzed using the CVI method (I-CVI and S-CVI), and the item-rest correlation of thirty-five items significantly represented the dimensions and constructs of the measuring instrument. Confirmatory factor analysis applied to validity tests shows that the measuring instrument's structure fits the field data. Cronbach's Alpha showed that the scale is reliable, with a coefficient of 0.930. The norm to interpret the scores is based on within-group percentiles, creating five low to very-high categories.

Key Words: *Sense of community, generation z, gereja, reliability, validity*

PENDAHULUAN

Bertolak dari teori generasi yang dipaparkan Codrington dan Marshall (2004), generasi Z lahir di rentang tahun 1995 sampai 2010. Secara kuantitas generasi ini sedang mendominasi populasi dunia. Di Amerika misalkan, White (2017) menjelaskan bahwa jumlah mereka mencapai 25,9% dan paling besar dibandingkan dengan generasi lainnya. Demikian pula di Indonesia. Berdasarkan hasil sensus penduduk tahun 2020 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik, mayoritas penduduk Indonesia didominasi oleh Generasi Z dengan jumlah sebesar 27,94% (Hasil Sensus Penduduk Tahun 2020, 2021).

Generasi Z dikenal dengan sebutan *igeneration* atau generasi internet, yang lahir dan bertumbuh di tengah perkembangan teknologi digital di berbagai aspek (Sakitri, 2021). Konteks yang demikian tentu memengaruhi dan membentuk karakter individunya. Bencsik dan Machova (2004) mengungkapkan, mereka terbilang piawai dalam menggunakan gawai, *multitasking*, cepat dalam mengakses informasi sekaligus sigap dalam merespon perkembangan teknologi yang baru. Kekhasan generasi Z yang mengemuka ialah sangat menyukai kebebasan (Santosa, 2015). Mereka terbiasa memasuki ruang-ruang jejaring sosial, berkomentar dengan bebas di media virtual dan berani mengekspresikan dirinya lewat *smartphone* untuk disaksikan khalayak maya. Terkait aspek keagamaan, generasi ini memiliki kecenderungan tidak mau diidentifikasi dengan agama tertentu. Fenomena ini di Amerika disebut *the rises of the nones* (White, 2017). Kata *the nones*

hendak menjelaskan bahwa mereka tetap mengakui dan percaya adanya Tuhan tetapi tidak mau terikat oleh lembaga keagamaan.

Tidak mau terbelenggunya generasi Z pada sebuah lembaga dipotret secara komprehensif oleh David Kinamman (2016) dalam bukunya berjudul *You Lost Me: Why Young Christians are Leaving Church and Rethinking Faith*. Bersama dengan sebuah lembaga penelitian gereja di Amerika Serikat yang bernama *Barna Group*, ia melakukan survei nasional terhadap remaja dan pemuda Kristen di Amerika. Hasilnya, seiring bertambahnya usia dari remaja ke pemuda, jumlah persentase kehadiran mereka di gereja semakin menurun.

Tahun 2018, Bilangan Research Center (BRC) melakukan survei kepada 4.095 anak muda Kristen usia 15 – 25 tahun yang tersebar di 42 kota dan kabupaten di Indonesia. Dari survei tersebut didapat kesimpulan (Budijanto, 2018): *Pertama*, ada peningkatan persentase yang konsisten pada remaja dan pemuda mengenai tidak rutinnnya mereka beribadah di gereja. Di usia 15-18 tahun sebesar 7,7%, meningkat menjadi 10,2% di usia 19-22 tahun dan mencapai 13,7% di rentang usia 23-25 tahun. *Kedua*, terdapat potensi kuat yakni 1 dari 3 anak muda yang rajin ke gereja akan tidak lagi rutin beribadah ke gereja. *Ketiga*, 1 dari 5 anak muda yang rajin ke gereja berpotensi untuk pindah ke gereja lain.

Pengamatan peneliti di salah satu Gereja Kristen Jawa (GKJ) dijumpai problem yang mirip seperti hasil survei di atas. Ketua Komisi Pemuda dan Olahraga di GKJ tersebut (Jimmy, *personal communication*, Maret 27, 2023) menyatakan bahwa kehadiran remaja dan

pemuda dalam Ibadah Nuansa Muda dan kegiatan-kegiatan gereja terbilang sangat sedikit apabila dibandingkan dengan jumlah remaja dan pemuda (usia 15 - 25 tahun) yang tercatat di buku keanggotaan gereja.

Menilik dogma gereja, seseorang yang telah menerima Sakramen Baptis sejatinya memiliki dua status kewargaan yang saling berkelindan: warga Kerajaan Surga dan warga Gereja (Calvin, 1999). Status warga Kerajaan Surga diperoleh ketika seseorang mengakui dengan imannya bahwa Tuhan Yesus adalah Juruselamat. Sedangkan status warga gereja didapatkan ketika seseorang berkomitmen untuk memelihara imannya pada sebuah gereja di tempat ia dibaptis. Setelah dibaptis, namanya akan tercatat dalam “buku administrasi” di gereja tersebut dan memiliki hak serta tanggung jawab sebagai warga gereja. Salah satu tanggung jawabnya, sebagaimana diatur dalam *Tata Gereja dan Tata Laksana GKJ* (Sinode GKJ, 2018) yaitu memberi diri untuk bersekutu dalam hidup menggereja.

Persekutuan memang elemen yang penting dalam kekristenan. Hal ini dapat ditelusuri dari sejarah gereja mula-mula yang tergambar dalam Kisah Para Rasul 2: 41 - 47. Kata “persekutuan” yang tertera di ayat 42 berasal dari kata Yunani: *koinonia*. *Koinonia* sering digunakan untuk menjelaskan adanya suatu proses yang muncul dari kebersamaan dalam rangka setiap anggotanya mendapat bagian atas sesuatu. A. R. George (dalam Douglas, 2003) menjelaskan tiga makna persekutuan dalam Perjanjian Baru: (1) mendapat bagian; (2) memberi bagian; (3) bersama-sama mendapat bagian. Inti dari ketiganya sebenarnya menunjukkan adanya kerelaan

untuk saling berpartisipasi aktif dalam komunitas.

Minimnya kehadiran generasi Z dalam persekutuan patut menjadi perhatian bagi pihak Gereja. Di titik inilah, peneliti tergugah untuk mengkaji teori *Sense of Community* (SOC) dengan dielaborasi menggunakan teori-teori lain yang senada. Hasil kajian bermuara pada alat ukur tes psikologi yang mampu mengukur tingkat SOC. Melalui pengukuran psikologis ini, diharapkan dapat memberi gambaran tingkat SOC generasi Z di GKJ, sehingga berikutnya Gereja dapat mengambil langkah-langkah konkret demi menjawab tantangan dan kebutuhan mereka.

KAJIAN LITERATUR

Adapun teori-teori yang ditelaah dalam membahas konstruk: *Sense of community* (McMillan & Chavis, 1986), *social support* (Weis dalam Cutrona & Russel, 1987; Sarafino & Smith, 2011) dan *sense of community* (Long & Perkins, 2002). Teori SOC yang dibahas McMillan dan Chavis paling sering menjadi acuan untuk menjelaskan dan memberi gambaran akan perasaan yang dimiliki individu terhadap komunitas. Dimensi yang diuraikan sangat komprehensif yakni *membership, influence, integration and fulfillment of needs* dan *shared emotional connection*. Namun McMillan dan Chavis sangat memberi penekanan pada komunitas dengan tingkat eksklusivitas yang tinggi. Hal ini nampak melalui adanya persyaratan yang wajib dipenuhi dan memiliki konsekuensi yang tegas jika tidak dilakukan anggota komunitas. Berbeda dengan komunitas gereja yang cenderung lebih lunak terhadap

anggotanya apabila tidak berpartisipasi atau memenuhi persyaratan tertentu dalam komunitas.

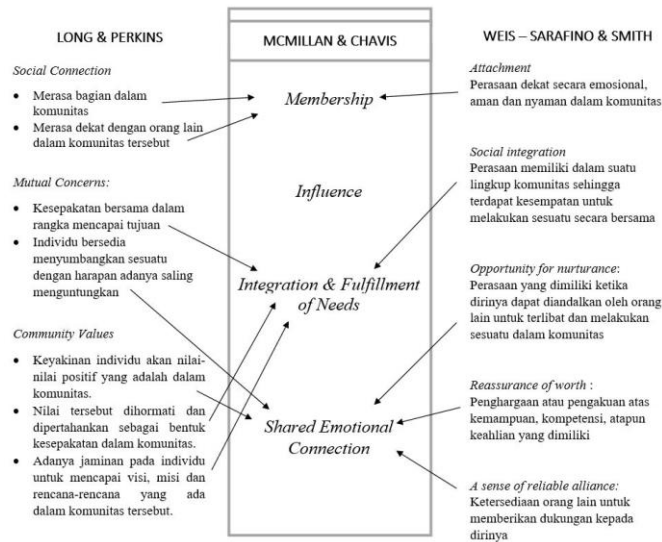
Dari teori *social support* terlukiskan bahwa meski individu punya peran atau andil dalam komunitas namun pembahasan teori tersebut lebih dominan pada apa yang komunitas bisa berikan kepada anggotanya. Padahal dalam komunitas, anggota tidak hanya mendapatkan bagian melainkan juga memberikan bagian atau berpartisipasi aktif sehingga terwujud simbiosis mutualisme. Lima dimensi yang terdapat pada teori *social support* terkait dengan komunitas (*attachment, social integration, opportunity for nurturance, reassurance of worth* dan *a sense of reliable alliance*) tercermin beberapa penjelasannya dalam empat dimensi yang dijelaskan Mcmillan dan Chavis.

Long dan Perkins (2002) melakukan penelitiannya dengan berangkat dari teori SOC garapan Mcmillan dan Chavis namun dengan dimensi yang berbeda: *social connection, mutual concerns* dan *community values*. Penelitian Long dan Perkins berfokus pada komunitas yang memiliki jarak yang berdekatan atau komunitas bertetangga, sehingga mereka tidak memberi perhatian pada pentingnya peran pemimpin atau *influence*. Dimensi *influence* tentunya sangat penting dalam penelitian yang peneliti tempuh di konteks gereja, mengingat adanya peran pemimpin gereja dalam memberi pengaruh pada komunitas.

Dari kajian yang telah dilakukan, menurut peneliti, dimensi SOC yang dipaparkan Mcmillan dan Chavis telah

mewakili penelitian. Namun uraian dimensi SOC dari Long dan Perkins (2002) serta teori *social support* (Weis dalam Cutrona & Russel, 1987; Sarafino & Smith, 2011), turut menginspirasi konstruk SOC yang peneliti susun (lih. gambar 1). Dengan demikian, peneliti merumuskan SOC sebagai perasaan individu di mana komunitas menjadi bagian yang penting dan tak terpisahkan dalam hidupnya. Di komunitas tersebut, individu merasa diterima dan dihargai, bersamaan dengan itu, ia bersedia berkontribusi dan berkomitmen penuh pada komunitas. Dimensi dan penjelasan yang terkandung di dalamnya: **(1) Membership:** Memiliki kebanggaan terhadap komunitas, merasa bagian dari komunitas, dikenal dan mengenal anggota komunitas dan berkomitmen untuk menjadi anggota komunitas dalam waktu yang lama; **(2) Influence:** Keyakinan terhadap pemimpin yang memiliki pengaruh, individu merasa dirinya punya pengaruh pada komunitas, pendapat anggota dapat memengaruhi komunitas dan adanya kepekaan akan nasihat dari anggota lain; **(3) Integration and fulfillment of needs:** meyakini komunitas dapat memberikan apa yang dibutuhkan anggotanya, memiliki kesadaran bersama untuk mencapai tujuan dan meyakini adanya aturan yang jelas serta berlaku untuk semua anggota; **(4) Shared emotional connection:** Perasaan nyaman dalam waktu yang lama di komunitas, merasa dilibatkan dalam komunitas, keyakinan bahwa tiap anggota memiliki kepedulian dengan saling berbagi, bersedia berkontribusi dalam komunitas dan memiliki harapan yang besar terhadap komunitas

Gambar 1. Analisis dimensi-dimensi *sense of community*



METODE

Partisipan dalam penelitian ini adalah warga jemaat GKJ yang telah menerima Sakramen Baptis. Sakramen Baptis menandakan bahwa partisipan telah menjadi anggota jemaat sehingga namanya tercatat di daftar keanggotaan gereja tersebut. Partisipan berjemaat di GKJ dengan lokasi di Jakarta dan sekitarnya. Untuk memperoleh partisipan, peneliti menggunakan teknik *sampling convenience sampling*. Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa *convenience sampling* adalah metode penentuan sampel berdasarkan dengan pemilihan sampel secara bebas seturut kehendak peneliti. Sampel penelitian dipilih berdasarkan ketersediaan populasi dan tidak sulit dicari oleh peneliti. Berdasarkan data yang peneliti dapatkan dari ketua Sinode GKJ (Widaryanto, *personal communication*, Juni 15, 2023), jumlah populasi generasi Z usia 15 – 25 tahun di GKJ area Jakarta dan sekitarnya, diperkirakan sejumlah ± 2500 orang.

Pengumpulan data menggunakan metode *online* atau dalam jaringan (daring) melalui *google form*. Peneliti membagikan *link* atau tautan *google form* kepada partisipan dengan bantuan aplikasi *WhatsApp*. Untuk memperoleh partisipan, peneliti juga meminta bantuan para Pendeta GKJ agar mendapatkan kontak remaja-pemuda usia 15-25 tahun. Setelahnya, peneliti menghubungi dan meminta kesediaan partisipan tersebut untuk terlibat dalam penelitian.

Konstruksi, dimensi dan butir item yang disusun pada gilirannya dinilai oleh para ahli (*expert judgment*) untuk mendapatkan hasil uji validitas isi (*content validity*). Selanjutnya, peneliti melakukan dua tahap pengujian dengan jumlah partisipan yang berbeda. Tahap pertama dengan jumlah 60 partisipan untuk menguji *item rest correlation*. Tahap kedua dengan jumlah 100 partisipan untuk menguji validitas alat ukur dengan melihat pemenuhan indikator *goodness of fit* dalam uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), uji reliabilitas berdasarkan *Cronbach's Alpha*

dan uji normalitas berdasarkan *Kolmogorov-Smirnov* sebagai syarat penyusunan norma alat ukur. Untuk pengujian analisis, peneliti menggunakan *software* JASP 0.17.2.1. Pada bagian akhir, hasil alat ukur psikologi diinterpretasikan melalui proses standarisasi alat ukur. Norma yang digunakan untuk menginterpretasi hasil pengukuran konstruk ialah *within-group norm* dengan lima kategori yaitu rendah, kurang, cukup, tinggi dan sangat tinggi

HASIL

Hasil evaluasi dari para ahli meliputi sejauh mana butir-butir item relevan dengan konstruk, adapun hasilnya dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Isi

Aspek	Relevansi	Kejelasan	Kesederhanaan
1. Total I-CVI	62.67	58.67	62.00
2. Jumlah item yang diberi skor 3 atau 4 oleh para ahli	36	23	27
3. Total item	81	81	81
4. S-CVI/UA	0.44	0.28	0.33
5. S-CVI/AVE	0.77	0.72	0.77

Aspek relevansi merupakan aspek yang menggambarkan bahwa butir item relevan dengan indikator. Aspek ini menghasilkan S-CVI/UA 0.44 dan S-CVI/AVE 0.77 dengan 36 item yang mendapatkan skor 3 atau 4. Aspek kejelasan adalah aspek yang mencerminkan bahwa bahasa yang digunakan pada setiap butir item memiliki kalimat yang jelas. Pada

aspek ini, menghasilkan S-CVI/UA 0.28 dan S-CVI/AVE 0.72 dengan 23 item yang mendapatkan skor 3 atau 4. Sedangkan aspek kesederhanaan mengacu pada pemakaian bahasa di setiap butir item dengan ringkas, padat dan sederhana. Hasil yang didapati S-CVI/UA 0.333 dan S-CVI/AVE 0.77 dengan 27 item yang mendapatkan skor 3 atau 4.

Berdasarkan kriteria untuk interpretasi nilai I-CVI, S-CVI/UA, dan S-CVI/AVE, semua dimensi menghasilkan SCVI/UA dan S-CVI/AVE di bawah 0.8 yang menunjukkan bahwa *content validity* alat ukur kurang baik. Oleh karena itu, peneliti berupaya melakukan revisi dan seleksi item sehingga terdapat peningkatan kualitas. Dari yang awalnya 81 item menjadi 44 item. Selanjutnya peneliti melakukan penyebaran alat ukur kepada lima partisipan (*test taker*) dalam uji keterbacaan dan *face validity*, dan dijumpai 1 item yang dianggap partisipan kurang memadai. Berdasarkan masukan dari *test taker* dan evaluasi mandiri dari peneliti, maka item tersebut tidak disertakan. Alhasil, item yang peneliti gunakan dalam penyebaran survei ke partisipan sejumlah 43 item.

Tahap pengujian statistik pertama pada 60 partisipan didapatkan hasil uji analisis item per dimensi (korelasi antara skor item dengan dengan skor total dimensi) menunjukkan bahwa (lihat tabel 2) pada dimensi *membership* terdapat 1 item yang ditolak dan 11 item diterima. Dimensi *influence*, item diterima secara keseluruhan. Dimensi *integration and fulfillment of needs* terdapat 2 item yang ditolak dan 5 item diterima. Dimensi *shared emotional*

connection terdapat 3 item ditolak dan 13 diterima.

Tabel 2
Hasil Uji Dimensi

Dimensi	Putaran analisis item	Jumlah item saat diuji	Jumlah item valid	Rentang koefisien <i>item-rest correlation</i> (<i>Critical Value</i> = 0.214)
<i>Membership</i>	Putaran 1	12	11	0.129 – 0.537
	Putaran 2	11	11	0.226 – 0.555
<i>Influence</i>	Putaran 1	8	8	0.408 – 0.666
	Putaran 1	7	6	0.202 – 0.641
	Putaran 2	6	5	0.211 – 0.685
<i>Integration & fulfillment of needs</i>	Putaran 3	5	5	0.446 – 0.701
	Putaran 1	16	14	-0.121 – 0.636
<i>Shared emotional connection</i>	Putaran 2	14	13	0.211 – 0.678
	Putaran 3	13	13	0.244 – 0.698

Untuk uji analisis item dalam uji korelasi dengan skor total (konstruk), peneliti melakukan dua langkah. Langkah pertama menguji keseluruhan item, untuk melihat sejauh mana item yang diterima dan ditolak oleh tiap dimensinya, juga diterima dan ditolak pada konstruk. Hasilnya terdapat 4 item yang ditolak dan 39 item diterima (lihat Tabel 3). Dari 4 item tersebut terdapat 1 item yang diterima oleh dimensi namun ditolak oleh uji konstruk dan 3 item lainnya memang ditolak pada uji analisis item per dimensi. Di langkah pertama ini dijumpai

pula 3 item yang ditolak dimensi tetapi diterima oleh konstruk. Langkah kedua menguji konstruk tanpa menyertakan item yang ditolak pada pengujian analisis item per dimensi sebelumnya. Hasilnya semua item tersebut diterima pada uji konstruk (lihat Tabel 3). Dengan demikian, dari item yang ditolak berdasarkan uji analisis per dimensi dan 1 item yang diterima oleh dimensi tetapi ditolak oleh uji konstruk, maka total item yang layak untuk pengujian berikutnya sejumlah 36 item.

Tabel 3
Hasil Uji Konstruk

Item yang dianalisis	Putaran analisis item	Jumlah item	Jumlah item valid	Rentang koefisien <i>item-rest correlation</i> (<i>Critical Value</i> = 0.214)
Seluruh item	Putaran 1	43	39	-0.033 – 0.686
	Putaran 2	39	39	0.228 – 0.707
Tidak menyertakan item yang ditolak pada uji dimensi	Putaran 1	37	37	0.283 – 0.727

Pada pengujian awal CFA di tahap kedua dengan 100 partisipan terdapat 1 item pada dimensi *integration and fulfillment of needs* yang tidak dapat disertakan pada analisis oleh karena ditolak JASP untuk masuk pada dimensi atau kolom faktornya, sehingga item tersebut peneliti *drop*. Total item yang dipakai untuk pengujian lebih lanjut sejumlah 35 item. Dari hasil uji konstruk CFA terdapat satu indikator yang belum memenuhi *goodness of fit* yaitu *p Chi-square* (lihat Tabel 4), sedangkan hasil uji validitas per dimensi telah memenuhi *goodness of fit* (lihat Tabel 5). Secara keseluruhan, dapat dikatakan struktur CFA atau struktur item dengan dimensi-dimensinya sudah fit.

Tabel 4
Hasil Uji Konstruk CFA

Indikator <i>goodness of fit</i>	Standar koefisien <i>goodness of fit</i>	Hasil yang didapatkan	Kesimpulan
<i>Chi-square</i>	$\chi^2/df < 3$	1.127	Fit
<i>p Chi-square</i>	> 0.05	0.026	Tidak fit
<i>CFI</i>	> 0.90	0.958	Fit
<i>TLI</i>	> 0.95	0.950	Fit
<i>RMSEA</i>	< 0.08	0.036	Fit

Tabel 5
Hasil Uji Validitas per Dimensi

Indikator <i>goodness of fit</i>	Standar koefisien <i>goodness of fit</i>	<i>Membership</i>	<i>Influence</i>	<i>Integration & fulfillment of needs</i>	<i>Shared emotional connection</i>
<i>Chi-square</i>	$\chi^2/df < 3$	1.224	1.032	0.137	1.120
<i>p Chi-square</i>	> 0.05	0.173	0.440	0.712	0.261
<i>CFI</i>	$>$	0.978	0.999	1.000	0.983

<i>TLI</i>	$>$	0.964	0.998	1.107	0.976
<i>RMS EA</i>	$<$	0.047	0.012	0.000	0.035
		0.08			

Bertolak dari batasan koefisien reliabilitas yang dipaparkan Kaplan & Saccuzzo (2012) yakni hasil koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* yang baik adalah 0.7 sampai 0.8, maka terdapat salah satu dimensi (*integration and fulfillment of needs*) yang nilainya hampir mendekati batas minimal (lihat Tabel 6). Untuk hasil uji konstruk berdasarkan *Cronbach's Alpha* memiliki nilai yang melampaui batas maksimal (lihat Tabel 6). Hasil yang diperoleh dari uji normalitas berdasarkan *Kolmogorov-Smirnov* ($p > 0.05$) baik konstruk maupun dimensi menjelaskan bahwa alat ukur memiliki distribusi yang tergolong normal (lihat Tabel 7).

Tabel 6
Hasil Uji Realibilitas Dimensi dan Konstruk

Dimensi & Konstruk	<i>Cronbach's Alpha</i>	Jumlah Item
<i>Membership</i>	0.824	11
<i>Influence</i>	0.782	8
<i>Integration & fulfillment of needs</i>	0.622	4
<i>Shared emotional connection</i>	0.838	12
Konstruk <i>Sense of community</i>	0.930	35

Tabel 7
Hasil Uji Normalitas Dimensi dan Konstruk

Dimensi & Konstruk	<i>Kolmogorov-Smirnov</i>
<i>Membership</i>	0.192
<i>Influence</i>	0.443
<i>Integration & fulfillment of needs</i>	0.167
<i>Shared emotional connection</i>	0.376
Konstruk <i>Sense of community</i>	0.732

Terakhir, peneliti melakukan interpretasi terhadap hasil alat ukur dengan standardisasi alat ukur psikologi. Norma yang digunakan untuk menginterpretasi hasil pengukuran konstruk ialah norma alat ukur standar Universitas Atma Jaya (UAJ)

dengan nilai mean = 10 dan nilai *standart deviation* (SD) = 3. Terdapat lima kategori pada norma alat ukur standar UAJ: rendah (1 - 4), kurang (5 - 8), cukup (9 - 11), tinggi (12- 15) dan sangat tinggi (16 - 19).

Tabel 8
Interpretasi Skor Alat Ukur Sense of Community Generasi Z di GKJ

SS (Skor)	Kategori	Deskripsi
1 - 4 (< 105)	Rendah	Individu memiliki tingkat <i>sense of community</i> yang rendah dalam hidup menggereja. Baginya, komunitas menjadi bagian yang sangat kurang penting. Individu sangat kurang bersedia untuk terlibat, berkomitmen dan berkontribusi pada komunitas. Individu sangat kurang dikenal dan mengenal anggota komunitas yang lain. Individu sangat kurang dalam mengetahui kehidupan gereja tempat ia berjemaat.
5 - 8 (106 – 128)	Kurang	Individu memiliki tingkat <i>sense of community</i> yang kurang dalam hidup menggereja. Baginya, komunitas menjadi bagian yang kurang penting. Individu kurang bersedia untuk terlibat, berkomitmen dan berkontribusi pada komunitas. Individu kurang dikenal dan mengenal anggota komunitas yang lain. Individu kurang mengetahui kehidupan bergereja tempat ia berjemaat.
9 - 11 (130 – 146)	Cukup	Individu memiliki tingkat <i>sense of community</i> yang cukup dalam hidup menggereja. Baginya, komunitas menjadi bagian yang cukup penting. Individu cukup bersedia untuk terlibat, berkomitmen dan berkontribusi pada komunitas. Individu cukup dikenal dan mengenal anggota komunitas yang lain. Individu cukup mengetahui kehidupan bergereja tempat ia berjemaat.
12 - 15 (147 – 166)	Tinggi	Individu memiliki tingkat <i>sense of community</i> yang tinggi dalam hidup menggereja. Baginya, komunitas menjadi bagian yang penting. Individu memiliki tingkat yang tinggi untuk bersedia terlibat, berkomitmen dan berkontribusi pada komunitas. Individu dikenal dan mengenal anggota komunitas yang lain. Individu memiliki nilai yang tinggi dalam mengetahui kehidupan bergereja tempat ia berjemaat.
16 – 19 (> 167)	Sangat Tinggi	Individu memiliki tingkat <i>sense of community</i> yang sangat tinggi dalam hidup menggereja. Baginya, komunitas menjadi bagian yang sangat penting. Individu sangat bersedia untuk terlibat, berkomitmen dan berkontribusi pada komunitas. Individu sangat dikenal dan mengenal anggota komunitas yang lain. Individu sangat mengetahui kehidupan bergereja tempat ia berjemaat.

KESIMPULAN DAN DISKUSI

Dari segala rangkaian proses dalam pembuatan alat ukur, termasuk setelah melewati hasil uji – pada akhirnya peneliti menghasilkan alat ukur SOC dalam konteks

menggereja sejumlah 35 butir item yang valid dan reliabel. Alat ukur ini memiliki empat dimensi yakni *membership, influence, integration and fulfillment of needs* dan *shared emotional connection*. Peneliti sangat menyadari adanya keterbatasan penelitian salah satunya ialah jumlah sampel yang

kurang memadai. Telah disebutkan di awal, jumlah populasi generasi Z usia 15 – 25 tahun di GKJ area Jakarta dan sekitarnya diperkirakan sejumlah \pm 2500 orang. Arikunto (2016) menyebutkan apabila jumlah populasi di bawah seratus orang maka jumlah sampel diambil seluruhnya. Sedangkan jika populasi lebih dari seratus orang dapat menggunakan rumus Slovin. Dari rumus tersebut, jika memakai tingkat kepercayaan 95% dan tingkat error 5% maka sampel minimal yang perlu peneliti dapatkan sebesar 344, 827 (dibulatkan: 345 orang). Sedangkan jika bertolak dari tabel penentuan sampel yang dikembangkan Isaac dan Michael (dalam Sekaran, 2006) diperoleh: tingkat *error* 1% = 525 orang, 5% = 303 orang dan 10% = 241 orang. Berkaca dari Rumus Slovin dan tabel Isaac dan Michael, maka sampel yang peneliti peroleh sejumlah 160 partisipan, belum dapat dikatakan mewakili populasi.

Di tengah keterbatasan itu, alat ukur yang telah peneliti susun dan uji diharapkan dapat menjadi kontribusi bagi gereja dalam memotret tingkat SOC generasi Z terhadap gerejanya. Kebutuhan untuk mengukur tingkat SOC pada generasi Z menjadi sangat dibutuhkan di tengah gereja *online* yang kian mudah dijumpai dan memperhatikan salah satu karakteristik generasi Z yang cenderung tidak mau terikat pada kelembagaan gereja. Selain itu, dengan berkaca pada penelitian yang dilakukan Kinamman (2016), gereja menjadi kurang diminati karena kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan masih belum memberi porsi yang besar pada remaja dan pemuda. Gereja seolah disibukkan dengan banyak kegiatan yang berfokus pada usia dewasa dan lanjut usia. Penelitian yang

dilakukan Budijanto (2018) juga menyatakan seringkali peran pemimpin sangat memengaruhi generasi Z untuk memutuskan berkegiatan aktif di gereja atau tidak. Peran pemimpin yang baik dipandang oleh generasi Z dapat berkhotbah sesuai gaya anak muda, hidupnya menjadi teladan dan bahkan aktif di media sosial. Jika konteks yang demikian tidak segera direspon oleh para pemimpin gereja, sangat memungkinkan di kemudian hari gereja akan kehilangan banyak jiwa. Oleh karena itu, melalui pengukuran psikologis yang telah peneliti susun, diharapkan gereja dapat memiliki gambaran tingkat SOC generasi Z dan dapat dengan sigap mengambil langkah-langkah konkret. Gereja patut memberi ruang yang lebih luas dengan melibatkan mereka dalam kegiatan-kegiatan gereja. Gereja juga perlu memulai untuk merumuskan kegiatan atau kurikulum yang kontekstual bagi generasi Z mengingat mereka adalah bagian dari penerus tongkat estafet pelayanan dan kepemimpinan gereja.

Akhirnya, dari alat ukur yang peneliti susun, tentunya masih terdapat banyak aspek yang dapat dieksplorasi oleh peneliti selanjutnya seperti peran orang tua dalam mendukung anak berkegiatan di gereja, iklim kehidupan gereja, gaya beribadah dan musik gereja atau pengaruh teman sebaya dalam berkomunitas. Dengan banyaknya aspek yang dilibatkan, diharapkan menjadikan alat ukur SOC di kemudian hari semakin lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. (2016). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta

- Bencsik, A., & Machova, R. (2016). Knowledge sharing problems from the viewpoint of intergeneration management. *academic conferences international limited*. Retrieved from <https://www.proquest.com/openview/82fd67d73db7bcc1cdcfd53f6a1195e6/1?pq-origsite=gscholar&cbl=1796417>
- Budijanto. B. (2018). *Dinamika spiritualitas: Generasi muda kristen indonesia*. Jakarta Utara: Yayasan Bilangan Research Center
- Calvin, Y. (1999). *Institutio: Pengajaran agama kristen*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Codrington, G. T. and Grant-Marshall, S. (2004) *Mind the gap*. Penguin Books, Rosebank.
- Cutrona, C.E. & Russell, D.W. (1987). The provision of social relationships and adaptation to stress. *Advances in Personals Relationships Vol.1*. Retrieved From https://www.researchgate.net/publication/271507385_The_Provisions_of_Social_Relationships_and_Adaptation_to_Stress
- Douglas, J (2000). *Ensiklopedi alkitab masa kini: Jilid II M-Z*. Jakarta: Yayasan Komunikasi Bina Kasih.
- Hasil Sensus Penduduk Tahun 2020. (2021). Retrieved from <https://demakkab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Kaplan, R. M., & Saccuzzo, D. P. (2017). *Psychological testing: Principles, applications, and issues* (Ninth). Cengage Learning
- Kinamman. D. (2016). *You lost me: Why young christians are leaving church and rethinking faith*. Michigan: Grand Rapids.
- McMillan, D.W., & Chavis, D.M. (1986). Sense of community: A definition and theory. *American Journal of Community Psychology*, 14 (1), 6-23. [https://doi.org/10.1002/1520-6629\(198601\)14:13.0.CO;2-I](https://doi.org/10.1002/1520-6629(198601)14:13.0.CO;2-I)
- Perkins D. & Long D. (2002). Neighborhood sense of community and social capital: A multi-level analysis. *Psychological Sense of Community*. Springer Link. Retrieved From https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-1-4615-0719-2_15
- Sakitri, G. (2021). Selamat datang gen z, sang penggerak inovasi! *Forum Manajemen V.35*. Retrieved from <https://journal.prasetiyamulya.ac.id/journal/index.php/FM/article/view/596>
- Santosa, E.T. (2015). *Raising children in digital era*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sarafino, E. P., & Smith, T. W. (2011). *Health psychology: Biopsychosocial interactions* (7th ed.). United States of America : John Willey & Sons Inc.
- Sarason, S. B. (1976). Community psychology, networks, and mr. everyman. *The American Psychologist*. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.31.5.317>
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi penelitian untuk bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sinode GKJ. (2018). *Tata gereja dan tata laksana gereja kristen jawa*. Jawa Tengah: Salatiga.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV
- White, J.E. (2017). *Meet generation z: Understanding and reaching the new post-christian world*. Michigan: Baker Book House.