

BAB SATU  
PENDAHULUAN

**Latar Belakang Masalah**

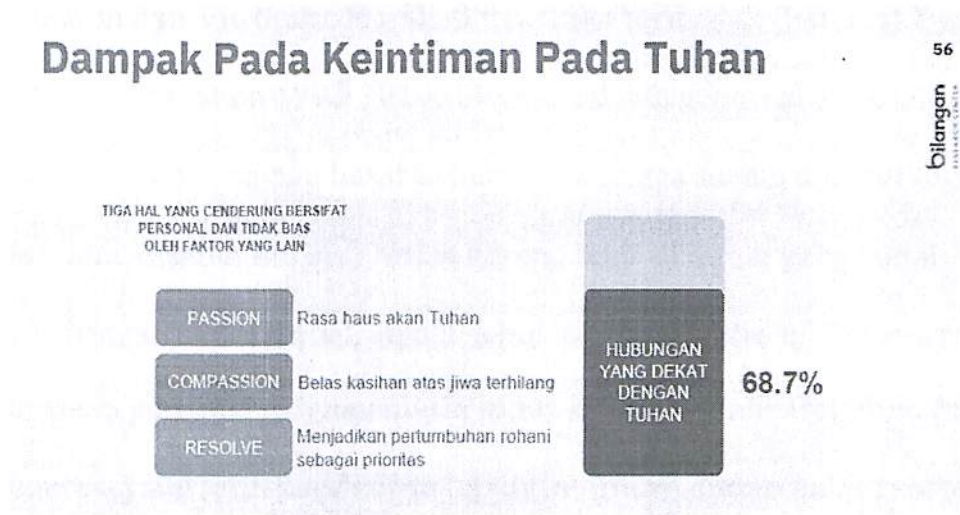
Katekismus Besar Westminster dimulai dengan pertanyaan terpenting bagi manusia, *“What is the chief and highest end of man?”* Jawaban atas pertanyaan itu adalah, *“Man’s chief and highest end is to glorify God, and fully to enjoy him forever.”*<sup>1</sup> Tujuan terutama dan tertinggi manusia adalah memuliakan Allah dan sepenuhnya menikmati Dia selamanya. Pernyataan tegas ini menunjukkan bahwa semua manusia, di usia berapa pun dan dalam budaya manapun, perlu menemukan bahkan menghidupi tujuan hidup tertingginya yakni memuliakan Allah dan menikmati Dia dengan sepenuhnya. Namun kenyataan di lapangan, jangankan hidup memuliakan Allah, bahkan untuk hidup menikmati Dia pun banyak orang kristen masih “jauh panggang dari api.”

Gambaran awal atas hal ini didapat dari riset “Spiritualitas Umat Kristen Indonesia 2021” yang dilakukan oleh BRC (Bilangan Research Center). Berdasar variabel

---

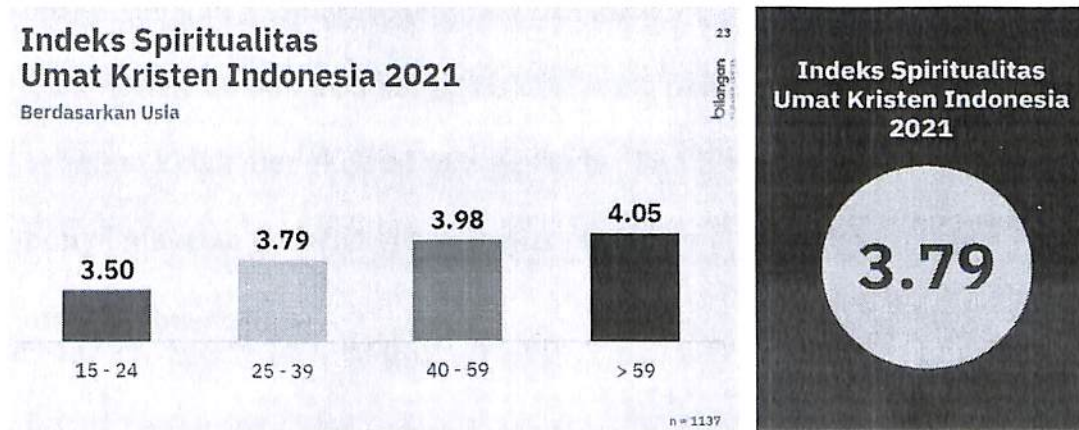
<sup>1</sup> Westminster Assembly, *The Westminster Confession of Faith & Larger and Shorter Catechisms In Modern English* (Edinburg: Church of Scotland, 1647), 87. Edisi Digital Adobe PDF. [http://sheffieldpres.org.uk/Westminster\\_Standards.pdf](http://sheffieldpres.org.uk/Westminster_Standards.pdf)

*Passion, Compassion, dan Resolve*; riset BRC menunjukkan level kehausan umat Kristen Indonesia pada tahun 2021 ada pada angka 68,7% (lihat gambar 1).<sup>2</sup>



Gambar 1

Lebih jauh, riset BRC juga menunjukkan sebaran kerohanian berdasarkan usia. Dengan indeks spiritualitas 3,79 dari skala 5,0 didapatkan bahwa anak muda berusia 15-24 tahun adalah golongan usia yang memiliki indeks spiritualitas yang paling rendah.<sup>3</sup>



Gambar 2

<sup>2</sup> BRC, *Spiritualitas Umat Kristen Indonesia 2021* (Jakarta: Bilangan Research Center, 2021), 56. Edisi Digital Adobe PDF. <https://www.scribd.com/document/510671389/BRC-Spiritualitas-Umat-Kristen-Indonesia-2021>

<sup>3</sup> BRC, *Spiritualitas Umat Kristen Indonesia 2021*, 23.

Data ini sungguh menyedihkan. Pada tahun 2021 ini, usia 15-24 tahun mewakili anak remaja dan pemuda yang lahir pada tahun 1997-2006. Berdasar *Generation Theory* dari Graeme Codrington dan Sue Grant-Marshall,<sup>4</sup> mereka termasuk Generasi Z yang didefinisikan lahir di antara tahun 1995-2010. Mereka adalah generasi yang lahir saat internet sudah ada di tangan sebagian besar keluarga, sehingga sering disebut juga sebagai *internet-generation*, atau disebut *net generation* karena lahir di dunia yang sudah terkoneksi dengan jaringan sosial global, atau disebut *the true native of digital generation* dengan mengasumsikan generasi milenial masih hidup di era digitalisasi belum mendunia. Mereka adalah generasi yang terpapar dengan banjir informasi, hidup dalam sorotan *virtual global social network*, dan terkoneksi dengan *multi cultural people*.

Melihat gambaran di atas, penulis memutuskan merancang sebuah pelayanan khusus kaum remaja di tingkat pendidikan SMP sampai SMA, dengan mempertimbangkan:

1. Di tahun 2021 ini, siswa SMP sampai SMA lahir pada tahun 2003-2009, sesuai dengan gambaran Generasi Z di atas.
2. Usia remaja adalah usia paling riskan, masa pembentukan nilai-nilai hidup sebelum kelak mengkrystal saat pemuda. Tim Elmore berkata mereka sedang punya masalah besar, dan kelak akan membawa masa depan dunia ke dalam masalah besar.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Graeme Codrington & Sue Grant-Marshall, *Mind The Gap* (UK:Penguin, 2004), diakses 3 Agustus 2021, [https://id.wikipedia.org/wiki/Generasi\\_Z](https://id.wikipedia.org/wiki/Generasi_Z)

<sup>5</sup> Tim Elmore. *Generation iY: Our Last Chance to Save Their Future* (Atlanta:Poet Gardener, 2010), 16-17. Edisi Digital Adobe PDF.

3. Hampir semua gereja memiliki pelayanan khusus bagi kategori usia SMP-SMA ini (biasa disebut komisi remaja) sehingga nantinya diharapkan bisa ditawarkan sebagai program khusus remaja berbagai gereja.

Saat ini, kebanyakan pendekatan pelayanan anak muda masih berfokus pada upaya melibatkan anak muda dalam gereja dan peran komunitas dalam memberi penerimaan pada mereka. Menurut penulis, semua pendekatan itu bisa menjawab persoalannya kelaurnya anak muda dari gereja, namun tak menjawab persoalan kerohanian mereka. Faktor esensial yang harus dicari jawabannya adalah: apakah mereka benar-benar menikmati persekutuan yang intim dengan Tuhan, apakah mereka sungguh-sungguh mencecap indahnya “hadirat Allah,” apakah mereka sudah mengalami hidup yang “*enjoying God forever*” (seperti pernyataan Katekismus Besar Westminster). Jika pengalaman itu sudah lama berlalu, maka tugas kita lah membantu mereka menemukannya kembali dan selanjutnya memberikan pendampingan rohani yang berkelanjutan.

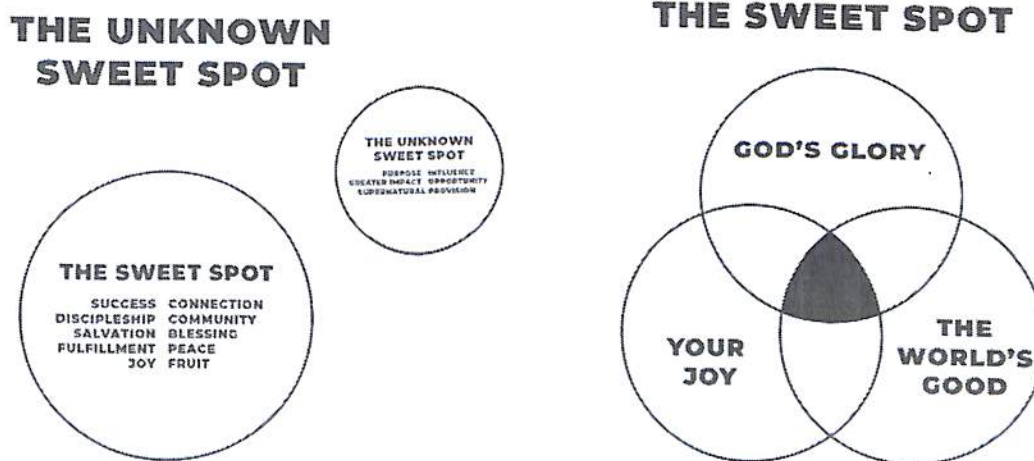
Menolong remaja untuk “menemukan Allah dan menikmati Dia” ini penulis lakukan karena memperhatikan survey *the Pew Research Center* tahun 2020 yang menunjukkan 50% milenial masih percaya Tuhan dengan kepastian absolut. Namun hanya 62% dari mereka yang hadir dalam kegiatan doa dan pembacaan Alkitab, sementara sisanya menjadi pencari “kedamaian spiritual” belaka.<sup>6</sup> Celaknya kekosongan spiritualitas mereka ini dijawab oleh *pop culture*, sebagaimana diungkapkan Luca Fischer, “Generasi Milenial dan Generasi-Z menemukan dukungan dan kenyamanan melalui spiritualitas.... Dan hal ini telah

---

<sup>6</sup> Hannah McMullan, “*Millennials Reject Organized Religion, Cling To Spirituality.*” Diakses 24 September 2020. <https://www.theslateonline.com/article/2019/04/millennials-and-spirituality>.

menciptakan pasar yang menguntungkan bagi produk apapun yang berbau spiritualitas.”<sup>7</sup> Kaum remaja gereja telah menemukan “*sweet spot*” mereka dalam budaya pop, dan bukannya dalam hadirat Allah.

Istilah *sweet spot* ini penulis ambil dari paparan Dale Sellers, saat menjelaskan kondisi dimana kita mengalami “*fruitfulness and contentment*” dalam pelayanan. Menariknya, ia berkata jangan langsung puas berada di spot tersebut karena Tuhan masih menyediakan “*the unknown sweet spot*” bagi kita: sebuah *spot* dimana kemuliaan Allah, sukacita kita, dan kebaikan bagi dunia bertemu (lihat gambar 3).<sup>8</sup>



Gambar 3

Dale melanjutkan, “*your sweet spot can become a sour spot if you stay there too long.*” *Sweet spot* yang didapat dalam pelayanan kadang masih berpusatkan pada diri sendiri, belum murni, maka pada akhirnya akan menjadi *sour spot* yang mengecewakan. Jika *sweet spot*

<sup>7</sup> Luca Fischer, “*The Revival Of Spirituality Amongst Millennials And Gen-Z*” Diakses 24 September 2020. <https://medium.com/futurists-club-by-science-of-the-time/the-revival-of-spirituality-amongst-millennials-and-gen-z-ee00c4f28fc8>.

<sup>8</sup> Dale Sellers, “*Stalled: Hope and Help for Pastors Who Thought They’d Be There by Now*” bab 9 “*8 Signs Your Sweet Spot is About to Turn Sour*” diakses 21 Juli 2021, <https://www.95network.org/8-signs-your-sweet-spot-is-about-to-turn-sour/>

dalam pelayanan bisa berubah menjadi *sour spot*, apalagi “*sweet spot* palsu” yang ditawarkan dunia ini melalui budaya pop!

Janganlah kamu mengasihi dunia dan apa yang ada di dalamnya... dunia ini sedang lenyap dengan keinginannya, tetapi orang yang melakukan kehendak Allah tetap hidup selama-lamanya (1 Yohanes 2:15a, 17).

Dalam tulisan ini, penulis akan membedah *pop culture* yang telah menjadi “*sweet spot* palsu” anak-anak remaja – baik secara intensional atau tidak. Kemudian penulis akan merancang sebuah proyek khusus untuk membawa mereka pada “*sweet spot* yang benar” yakni “*enjoying God.*”

### **Pokok Masalah**

Penulis bermaksud membangun sebuah model pelayanan bagi remaja GKBJ Taman Kencana untuk mengajak mereka mengenali rasa nyaman palsu (*fake sweet spot*) yakni budaya pop yang disediakan dunia, menuntun mereka keluar dari jerat budaya pop ini, dan menghantar mereka untuk menikmati rasa nyaman sejati (*the true sweet spot*) di dalam Tuhan Yesus. Beberapa hal yang penulis lakukan untuk mengeksplorasi adalah:

1. Mengenali *sweet spot* remaja saat ini, melalui pendekatan *cultural intelligence*
2. Mendefinisikan *the true sweet spot* dimana remaja bisa menikmati Tuhan (*enjoying God*) sebagai pengalaman nyata
3. Membangun model pelayanan yang sesuai bagi remaja, untuk menghantar mereka mencecap bahkan menikmati *the true sweet spot* di dalam Tuhan

## Tujuan Penulisan

Melalui model pelayanan yang dirancang, remaja GKBJ Taman Kencana akan memahami adanya kesenjangan rohani (*spiritual gap*) dari yang diharapkan dimiliki orang percaya dan apa yang ada pada diri mereka, kemudian menyadari *sweet spot* mereka ternyata dibangun dari *pop culture*, dan akhirnya mengajak mereka keluar dari jerat *pop culture* untuk mengalami "*the true sweet spot*" yakni *enjoying God*.

## Batasan Penulisan

Penelitian ini mengambil responden dari remaja GKBJ Taman Kencana yang sampai Juli 2021 ini masih berada di kelas 7 hingga kelas 11. Penulis juga mengambil data pembandingan dari para Pemimpin Komunitas Sel Remaja GKBJ Taman Kencana yang berada di kelas 12 hingga kuliah, beberapa anak remaja GKBJ Depok, dan rohaniwan pembina remaja GKBJ Taman Kencana dan GKBJ Depok.

## Metodologi Penulisan

Penulis menggunakan penelitian kualitatif dengan kuesioner melalui *google form* yang bersifat rahasia (tanpa identitas responden). Kuesioner akan memotret *sweet spot* yang dimiliki remaja melalui pendekatan *cultural intelligent* dalam 3 aspek, yakni: *the way of living* (pengukuran variabel interval dengan *semantic differential scale*), *the way of behaving* (berupa jawaban singkat), dan *the way of thinking* (pengukuran variabel interval

dengan *likert scale*); serta melihat aspek *enjoying God* (pengukuran variabel ordinal dengan jawaban variatif yakni deskriptif dan pilihan ganda).

### **Sistematika Penulisan**

Bab 1 berupa pendahuluan, yang mengetengahkan latar belakang permasalahan, pokok permasalahan, tujuan penulisan, batasan penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

Bab 2 memberikan landasan teori bagi kesenjangan rohani (*spiritual gap*) umat Tuhan, sebagai sebuah jarak yang harus diseberangi anak remaja agar bisa mencecap spiritualitas sejati. Dilanjutkan dengan landasan teori mengenai *cultural intelligent* sebagai *sweet spot* yang dihidupi anak remaja saat ini, dan diakhiri dengan konsep *enjoying God* sebagai "*the true sweet spot*" yang menjadi muara spiritualitas remaja.

Bab 3 menyajikan kuesioner yang diberikan kepada responden berikut analisisnya. Untuk memperkaya analisa, penulis juga meminta masukan rohaniwan dan para pemimpin komunitas sel GKBJ Taman Kencana terkait hasil angket tersebut.

Bab 4 adalah paparan mengenai model pelayanan yang dibangun untuk menjawab persoalan *spiritual gap* remaja, dan untuk menghantar mereka dari *sweet spot* yang semu menuju *sweet spot* yang sejati.

Bab 5 merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan dan saran.