



Mencermati Budaya *Entertainment* dalam Pelayanan Kaum Muda

Kaum muda sangat dekat dengan industri hiburan. Beberapa studi telah memperlihatkan bahwa kaum muda menghabiskan banyak waktunya untuk mendengarkan musik, bermain *game*, membaca majalah atau novel, nonton film, mengkonsumsi barang dengan merek terkenal, dan hal lainnya yang terkait dengan hiburan. Industri hiburan telah memanjakan kaum muda bukan hanya dengan kesenangan tapi juga menginformasikan kepada mereka bagaimana mereka hidup dan melihat kepada diri mereka sendiri lewat lagu, kisah dalam film, program televisi, bahkan kehidupan para selebritis. Sementara itu, pelayanan kaum muda saat ini bukan hanya bergumul bagaimana “bersanding” dengan dunia hiburan yang memikat dan memesona kaum muda untuk lebih memilih ke gereja daripada bersenang-senang. Masalahnya bukan lagi seperti 2-3 dekade yang lalu, di mana pelayan kaum muda berusaha untuk membuat kaum mudanya tidak menghabiskan waktu mereka ke *discotic*, *pub*, atau tempat pesta lainnya. Pergumulan itu sudah tidak terlalu penting bukan karena kaum muda gereja sudah memiliki pilihannya, tapi justru

karena budaya *entertainment* itu sendiri sudah masuk sebagai pola pikir ke dalam dunia pelayanan kaum muda di gereja. Namun nampaknya pelayan kaum muda kurang jeli melihat situasi ini sehingga alih-alih mencermatinya dengan baik, malah hanyut dalam arus hiburan yang terpenetrasi dalam ibadah, puji-pujian, khotbah, dan program-program. Artikel ini akan memperlihatkan bagaimana industri *entertainment* telah meresap ke dalam budaya kaum muda, dan bahkan mewarnai pelayanan kaum muda dewasa ini sehingga tantangannya adalah pelayan kaum muda perlu mencermati dengan jeli budaya *entertainment* di sekitar pelayanannya.

Simbiosis Industri Hiburan dan Kaum Muda

Kaum muda dan industri hiburan seperti saling melengkapi dalam relasi simbiosis yang tinggi. Simbiosis ini seperti yang ditelusuri oleh Quentin J. Schultze mulai berkembang setelah perang dunia II berakhir, yaitu ketika dunia Barat mengalami perkembangan ekonomi yang melesat dan bersamaan itu muncul suatu generasi yang sebelumnya tidak ada yaitu



“remaja” atau “*adolescence*”.¹ Mereka adalah anak-anak yang lahir setelah perang dunia II berakhir di mana kehidupan dan orientasi generasi ini sama sekali berbeda dengan orangtua mereka. Bersamaan dengan meningkatnya kehidupan ekonomi di Amerika pasca perang dunia II, kaum muda juga mengalami dampak dari kemakmuran orangtua mereka, sehingga orientasi kepada kesenangan tercermin dari meningkatnya daya beli kaum muda untuk sesuatu yang sifatnya menghibur mereka. Industri hiburan, baik itu film, musik dan TV, memang menjadi komoditi yang sangat diminati terutama oleh kaum muda yang sangat mudah untuk dihibur. Industri hiburan dan kaum muda, keduanya tumbuh dengan pesat dan saling memberikan keuntungan satu sama lain.

Simbiosis ini terjadi semakin kuat karena beberapa hal yang ada di dalam industri hiburan dan kaum muda itu sendiri. Pada kaum muda ada kebutuhan psikososial yang sepertinya sangat dimengerti oleh industri hiburan. Industri hiburan menjadi sumber yang besar bagi kaum muda untuk menemukan identitas diri dan pemenuhan kebutuhan mereka untuk berkembang. Film, musik, *fashion* dan berbagai teknologi media seakan menjadi narasumber utama bagi remaja untuk menemukan jati diri dan makna hidup mereka. Kaum muda belajar dari lagu yang mereka dengar, film dan pertunjukan yang mereka tonton. Melalui semua itu, kaum muda belajar tentang hal-hal mendasar di dalam diri mereka seperti apa artinya cantik dan berarti, apa artinya seks, apa artinya dikasihi dan sebagainya. Pemahaman-pemahaman itu membuat mereka merasa diterima di tengah-tengah komunitasnya sehingga mereka merasa selalu terhubung dengan dunia-

nya. Santrock menegaskan hal ini dalam bukunya bahwa selain fungsi dan kegunaan media untuk memberikan hiburan, informasi dan sensasi, media juga memberikan model gender bagaimana seharusnya bersikap dan memiliki perasaan terhubung dengan jaringan teman sebaya.² Lewat teknologi, media kaum muda tetap mengikuti *trend* terkini yang membuat dia merasa tidak asing dan mudah diterima oleh kelompok pertemanan yang ada di sekitar mereka. Pihak-pihak yang di masa lalu secara konvensional dianggap berpengaruh kuat terhadap bertumbuhnya seorang remaja seperti guru, sekolah, gereja, rohaniwan bahkan orang tua, tidak lagi menjadi pengaruh yang berotoritas. Kaum muda bertumbuh bersama dengan industri *entertainment* yang menjadi kawan seperjalanan mereka.

Sementara itu, industri hiburan terus berkembang bersama dengan berkembangnya teknologi khususnya teknologi media, yang memudahkan kaum muda terlibat langsung dengan industri hiburan jauh lebih mudah daripada pendahulunya. Teknologi membuat kaum muda memiliki pilihan yang luas untuk menghibur dirinya sesuai dengan apa yang mereka inginkan dengan cara yang mudah pula. Era digital memudahkan mereka untuk memiliki akses terhadap musik, film, dan segala bentuk presentasi audio-visual. Permainan berbasis komputer terus mengembangkan permainan yang semakin hidup dan interaktif, yang me-

¹Quentin J. Schultze, et. al., *Dancing In the Dark: Youth, Popular Culture and Electric Media* (Grand Rapids: Eerdmans, 1991), 78-79.

²John Santrock, *Perkembangan Remaja* (Jakarta: Erlangga, 2003), 315.





mungkinkan seseorang mengeksplorasi berbagai kemungkinan dalam permainan itu. Kaum muda memang menjadi target market yang sangat besar bagi industri hiburan sehingga sebagian besar uang yang dimiliki oleh kaum muda yang sebenarnya secara ekonomi belum mapan itu, lebih banyak habis untuk kesenangan dirinya yang disediakan oleh industri hiburan. Schultze memberikan gambaran bagaimana kaum muda menjadi sangat konsumtif terhadap industri hiburan:

Business entrepreneurs quickly recognized teenagers as the new and possibility final "merchandising frontier". Advertising once directed at parents now targeted teenagers. In a 1965 cover story on today's teenagers, Time estimated that young people spent \$570 million on toiletries, \$3.6 billion on women's clothes, and \$ 1.5 billion on entertainment each year. Fifty three percent of all movie tickets and 43 percent of all records were bought by teenagers.³

Tidak heran bila industri hiburan juga terus mengembangkan dirinya dengan berbagai hal yang dapat merebut hati kaum muda.

Budaya Entertainment di Tengah Kaum Muda

Sesungguhnya dunia hiburan bukanlah sesuatu yang diminati hanya oleh kaum muda, melainkan manusia di segala usia pada dasarnya senang untuk dihibur. Semua orang di berbagai usia umumnya melakukan berbagai aktivitas untuk mendapatkan kesenangan, entah itu mendengar musik, menonton film, ataupun olahraga, bahkan orang juga berusaha mendapatkan kesenangan dengan tidak melakukan apa-apa. Ada banyak upaya dan aktivitas yang dilakukan manusia un-

tuk mendapatkan kesenangan, dan kemajuan teknologi berperan besar dalam mengakomodir kesenangan tersebut. Richard Winter seorang profesor teologi praktika yang juga seorang psikiater mencermati perbedaan antara 'kesenangan' yang terjadi sebelum dan sesudah era teknologi semakin berkembang.⁴ Menurutnya, salah satu ciri kesenangan yang diakomodir oleh teknologi adalah model kesenangan yang membawa seseorang justru menjauh dari komunitasnya dan hidup dalam dunia individu yang kuat. Misalnya di daerah pedesaan di mana teknologi tidak terlalu maju, ketika orang selesai bekerja di ladang, maka orang akan berkumpul di rumahnya, makan bersama anggota keluarga yang lain, menonton televisi atau mendengar siaran radio bersama-sama, atau pergi ke kedai minuman untuk bersenang-senang. Demikianlah yang terjadi di masa lalu ketika televisi dan radio digunakan secara bersama-sama. Paling tidak pola hiburan seperti ini membuat mereka tetap berhubungan dengan orang lain, baik itu anggota keluarga ataupun orang lain di luar. Tapi apa yang disediakan teknologi media di zaman ini adalah model kesenangan yang dinikmati secara pribadi yaitu ketika film dan musik dapat diakses secara pribadi lewat *gadget* dalam genggamannya masing-masing. Permainan atau *game* tidak lagi dilakukan bersama-sama melainkan menjadi hiburan pribadi, walaupun permainan game berbasis internet saat ini dapat dilakukan bersama dengan orang-orang di benua yang berbeda dalam waktu bersama, tapi sesungguhnya mereka ada di dunia fantasi

³Schultze, *Dancing In the Dark*, 79.

⁴Richard Winter, *Still Bored in Culture of Entertainment* (Downers Grove: IVP, 2002), 34-35.

yang berbeda di dalam waktu bersama, padahal tidak bersama dalam realita. Inilah pola aktivitas kesenangan yang diberikan oleh teknologi media kepada kaum muda yang memang sangat terbuka dengan kemajuan teknologi. Hiburan buat kaum muda menjadi sesuatu yang sangat bervariasi aktivitasnya, dan pribadi sifatnya.

Kaum muda telah dibanjiri oleh berbagai informasi dan stimulus yang hampir semua bersifat kesenangan atau ada unsur menghibur. Kedekatan kaum muda dengan teknologi media yang senantiasa menjadi kawan perjalanan di manapun mereka berada membuat anak muda di jaman ini setiap saat selalu distimulir oleh sesuatu yang menghibur. Ketika berada di angkutan umum mereka mendengar musik dengan *gadget*-nya. Ketika masuk ke mal, di berbagai sudut ada berbagai bentuk hiburan yang sifatnya audio dan visual seperti musik, TV media, poster, dan lain sebagainya. Bahkan dalam dunia pendidikan, unsur-unsur kesenangan diyakini oleh pendidik akan membuat anak muda menjadi cepat menangkap dan menaruh minat pada pembelajaran. Kelas-kelas dipenuhi oleh pembelajaran yang interaktif dan diperlengkapi dengan multi media. Kaum muda tidak suka mendengar guru atau dosen yang mengajar dengan monoton, penuh dengan konsep dan satu arah dalam kurun waktu yang panjang. Mereka membutuhkan *probing* dan *prompting* sebagai stimulus yang mengandung unsur "menyenangkan" di antara pembelajaran dengan menggunakan *video clip*, aktivitas, contoh menarik, dan humor, untuk mempertahankan perhatian mereka pada pelajaran. Semua unsur hiburan yang meresap dalam berbagai aspek, membuat kaum muda membutuhkan distimulir terus menerus sehingga bila tidak ada stimulus yang bersifat menghibur

maka mereka menjadi cepat bosan. Cepat bosan, adalah karakteristik kaum muda jaman ini yang cukup kental terlihat sebagai dampak dari banjir stimulus media untuk tujuan kesenangan. Dengan demikian kita dapat melihat paling tidak ada 2 hal yang secara langsung membentuk kaum muda terkait dengan pengalaman mereka yang dihujani oleh industri hiburan. Pada satu sisi kaum muda memiliki orientasi "kesenangan" atau "*leisure*" yang sangat kuat, tapi di sisi lain juga mereka menjadi orang yang mudah bosan.

Pelayanan Kaum Muda dengan Orientasi Menghibur

Pelayanan kaum muda saat ini menghadapi generasi yang cepat bosan dan butuh selalu di stimulir setiap saat. Banyak pelayan kaum muda kemudian melakukan segala usaha untuk membuat remaja pemudanya tetap bertahan dan tidak meninggalkan komunitasnya di gereja dengan membuat aktivitas-aktivitas yang menyenangkan seperti olahraga, permainan, pentas seni, nonton bareng, dan memasukkan unsur menghibur dalam pola ibadah dengan musik yang meriah, tata panggung dan lampu yang mem bakar semangat. Kegiatan pelayanan kaum muda di gereja menjadi tidak jauh beda dengan komunitas-komunitas berbasis hobi yang banyak berkembang di masyarakat ataupun kumpulan-kumpulan sosialita anak muda di kota-kota besar yang banyak menghabiskan waktu untuk 'kumpul bareng', ngobrol, menyalurkan hobi, makan-makan, jalan-jalan dan lain sebagainya. Ibadah-ibadah kaum muda lebih mirip pentas seni di mana pelayan-pelayan ibadahnya bernyanyi dan bermusik dengan semangat "*performance*" dan semangat itu membentuk jemaatnya memiliki mental "penonton" yang hanya menikmati



tapi tidak menangkap esensi ibadah yang ditujukan kepada Tuhan. Memang kesenangan tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kaum muda, tapi bila pelayan kaum muda memilih jalan menghibur kaum mudanya hanya supaya mereka tidak meninggalkan gereja, maka pelayanan yang dilakukan akan cenderung berpusat pada kesenangan semata. Pelayanan kaum muda yang dilakukan dengan dasar untuk menghibur, akan menghasilkan generasi yang tidak jauh berbeda dengan bagaimana industri hiburan juga mempengaruhi kaum muda pada umumnya.

Ada beberapa karakteristik kaum muda yang dihasilkan oleh pelayanan kaum muda yang berorientasi pada "upaya menghibur". Pertama, pelayanan kaum muda yang aktivitasnya berorientasi untuk membuat senang kaum mudanya, akan menghasilkan kaum muda yang sulit un-

tuk memiliki komitmen yang panjang, karena ketahanan mereka untuk berkomitmen kepada sesuatu hanya sebatas pada masa mereka senang.⁵ Ketika mereka tidak lagi merasa senang atau kurang distimulir kesenangannya, maka kebosanan itu muncul dan mereka akan mencari stimulus lain untuk membuat diri mereka senang. Kaum muda mudah berpindah dari satu komunitas gereja ke komunitas gereja yang lain, karena mereka ingin mencari apa yang membuat mereka senang. Tidak heran bila banyak kaum muda juga sulit untuk diajak terjun ke dalam bentuk-bentuk pelayanan karena mereka hanya sanggup berkomitmen sampai pada batas di mana mereka

⁵Brian Cosby, *Giving Up Gimmicks: Reclaiming Youth Ministry from Entertainment Culture* (Phillipsburg, New Jersey: P&R, 2012), 80-83.

Memang kesenangan tidak bisa dilepaskan dari kehidupan kaum muda, tapi bila pelayan kaum muda memilih jalan menghibur kaum mudanya hanya supaya mereka tidak meninggalkan gereja, maka pelayanan yang dilakukan akan cenderung berpusat pada kesenangan semata.

mendapat kesenangan ketika mengerjakannya. Pelayan kaum muda harusnya jeli melihat bahwa inilah yang akan terjadi ketika melakukan pelayanan yang berorientasi untuk memberikan kesenangan kepada kaum mudanya.

Kedua, kaum muda yang mudah bosan dan selalu ingin dihibur ini akhirnya menjadi orang yang hanya paham arti 'kesenangan' yang sifatnya rendah dan tidak bermakna. Begitu kuatnya orientasi hiburan sehingga sulit buat kaum muda berpikir reflektif dan menemukan makna dalam proses pembelajaran yang mereka lalui. Mereka menjadi skeptis dan cenderung praktis dalam berpikir, tidak suka merenung dan menghayati pengalaman

mereka sendiri. Hal ini menyebabkan terjadinya pergeseran dalam khotbah-khotbah di ibadah kaum muda yang tidak lagi berpusat pada Firman dan pengajaran yang mendalam, tapi pada kisah-kisah yang menarik yang pada tahap tertentu memang mudah dicerna, dan yang mudah dicerna itu memang umumnya menghibur. Pengkhotbah-pengkhotbah kaum muda berusaha menarik perhatian kaum mudanya dengan menyajikan lebih banyak "cerita-cerita" dari keseharian mereka ketimbang kebenaran-kebenaran yang mereka gali dari Alkitab. Schultze dalam artikelnya yang dimuat dalam *Leisure and Christianity*, menjelaskan bahwa fungsi cerita memang dapat mengajar dan memberikan instruksi, tapi cerita atau kisah pada dasarnya menghibur bahkan bukannya membuat seseorang berpikir reflektif malah membuat orang teralih pikirannya dari realita kepada dunia fiksi yang menyenangkan.⁶ Bahkan Schultze meyakini bahwa di antara beberapa fungsi yang cukup positif dari penggunaan cerita atau kisah, penggunaan untuk kesenangan adalah dampak yang dominan yang dialami oleh masyarakat Amerika.⁷ Penggunaan cerita dalam khotbah memang harus ditangani dengan seksama mengingat unsur menghibur yang kuat yang bisa mengaburkan fungsi mengajar yang ada di dalamnya.

Melepaskan Pelayanan Kaum Muda dari Budaya entertainment

Dewasa ini, 'faktor menghibur' sangat kuat dalam pelayanan kaum muda karena

⁶Quentin J. Schultze, "From the Superbowl to Worship: the Roles of Story in Work and Leisure" dalam *Christianity & Leisure*, ed. Paul Heintzman, Glen E. Van Andel, dan Thomas L. Visker (Iowa: Dordt, 1994), 245-246.

⁷Schultze, "From the Superbowl," 246.



“

Hal yang perlu dicermati untuk melepaskan pelayanan kaum muda dari orientasi menghibur, sebenarnya harus dimulai dari pelayan kaum muda itu sendiri di dalam dirinya sebagai seorang hamba Tuhan. Seorang pelayan kaum muda harus memiliki parameter yang benar dalam melihat dan mengevaluasi pelayannya.

”

rohaniwan kaum muda melihat kesuksesan pelayannya hanya dari segi “jumlah”, sehingga mereka berusaha mempertahankan kaum mudanya dari kebosanan untuk tetap senang berada di tengah-tengah komunitasnya. Pelayanan yang berorientasi kepada ‘upaya menghibur’ akan membuat pelayanan kaum muda berorientasi pada program-program bukan pembangunan komunitas atau umat. Padahal program dan aktivitas bukanlah ‘produk akhir’ suatu pelayanan, tapi suatu sarana atau kendaraan untuk mencapai tujuan yang lebih besar yaitu

misi Allah bagi kaum muda sebagai gerejanya. Program yang menarik biasanya memiliki banyak bumbu hiburan. Program yang menghibur akan membuat senang, dan rasa senang itu, selama dipertahankan, akan membuat kaum muda tetap berada di gereja. Kesenangan tentulah bukan hal yang jahat. Tapi kesenangan tidak boleh menjadi tujuan akhir dari pelayanan dan mengambil tempat dari tujuan yang lebih besar seperti pertumbuhan rohani.

Hal yang perlu dicermati untuk melepaskan pelayanan kaum muda dari orientasi menghibur, sebenarnya harus dimulai dari pelayan kaum muda itu sendiri di dalam dirinya sebagai seorang hamba Tuhan. Seorang pelayan kaum muda harus memiliki parameter yang benar dalam melihat dan mengevaluasi pelayannya. Apakah ukuran keberhasilan suatu pelayanan? Brian Cosby mengingatkan pelayan kaum muda untuk melepaskan diri dari tekanan sindrom sukses di antara mereka:

“...as minister in Christ's church, our task is to plant and water the gospel of Jesus Christ -while God gives the growth (1 Cor 3:7) It's easy to become number-driven because it makes a minister "look good" (if a lot of youth come, of course). But God's not after looks; he's after hearts”⁸

Hakikat pelayanan adalah suatu ketaatan kepada Tuhan, bukan semata ‘kesuksesan’, apalagi yang diukur dari jumlah kaum muda yang datang. Ketaatan kepada Tuhan itulah yang harusnya menjadi pola pikir dan motivasi yang mewarnai semua strategi di dalam pelayanan kaum muda.

⁸Cosby, *Giving Up Gimmicks*, 20.

Bila tidak, maka mudah sekali pelayan kaum muda 'menghalalkan' berbagai cara hanya untuk menarik sebanyak-banyaknya kaum muda untuk datang, tapi sesungguhnya cara-cara itu tidak sampai membuat kaum muda mengalami Tuhan.

Pelayanan kaum muda di gereja-gereja di Indonesia dewasa ini, banyak menjalankan roda pelayanannya berbasis program. Program-program bila dibuat dengan motivasi untuk membuat kaum muda tertarik dan betah tinggal di dalamnya, maka hanya akan menghasilkan *crowd* atau kerumunan, tapi bukan komunitas iman yang di dalamnya orang mengalami pengalaman bersama dengan Tuhan. Program-program dengan orientasi menghibur akan memberikan dampak senang sesaat, sementara dampak yang lebih lama seperti perubahan cara pandang, karakter, keputusan hidup dan pengenalan yang mendalam akan Tuhan tidak akan muncul. Perubahan-perubahan seperti itu tidak akan muncul begitu saja lewat aktivitas-aktivitas yang sifatnya bersenang-senang, walaupun itu ada, bukanlah yang utama dan seharusnya tidak mengambil porsi yang besar. Perlu dicermati bahwa program-program adalah metode yang tidak boleh lepas dari konten atau pesan. Mengamalkan Alkitab bukanlah buku manual yang menyediakan metode bagi pelayanan kaum muda, tapi seorang pelayan kaum muda harus menggali kembali kebenaran dan jalan yang dipakai Tuhan ketika Dia menyatakan Kabar Baik di tengah manusia. Pada akhirnya seorang pelayan kaum muda harus kembali melihat bagaimana Allah menyatakan anugerah-Nya kepada Gereja dengan memperlengkapi gereja lewat pekerjaan Roh Kudus untuk terus bertumbuh. Dalam hal ini kaum muda seharusnya mengalami pengalaman mengenal Tuhan dan bertumbuh lewat ke-

hidupan berkomunitas di tengah kawan seiman. Mempelajari firman Tuhan, pemberitaan lewat khotbah, dan kehidupan berkomunitas dan pelayanan bagi sesama, tidak boleh tergantikan dengan kegiatan-kegiatan yang berorientasi pada kesenangan semata. *

Kepustakaan:

- Cosby, Brian. *Giving Up Gimmicks, Reclaiming Youth Ministry from an Entertainment Culture*. Phillipsburg, New Jersey: P&R, 2012.
- Schultze, Quentin J. "From the Superbowl to Worship: the Roles of Story in Work and Leisure" dalam *Christianity & Leisure*, diedit oleh Paul Heintzman, Glen E. Van Andel, dan Thomas L. Visker, 245-246. Iowa: Dordt, 1994.
- Santrock, John. *Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Schultze, Quentin J., et al. *Dancing in the Dark: Youth, Popular Culture and Electric Media*. Grand Rapids: Eerdmans, 1991.
- Winter, Richard. *Still Bored in a Culture of Entertainment*. Downers Grove: IVP, 2002.

Bila tidak, maka mudah sekali pelayan kaum muda 'menghalalkan' berbagai cara hanya untuk menarik sebanyak-banyaknya kaum muda untuk datang, tapi sesungguhnya cara-cara itu tidak sampai membuat kaum muda mengalami Tuhan.

Pelayanan kaum muda di gereja-gereja di Indonesia dewasa ini, banyak menjalankan roda pelayanannya berbasis program. Program-program bila dibuat dengan motivasi untuk membuat kaum muda tertarik dan betah tinggal di dalamnya, maka hanya akan menghasilkan *crowd* atau kerumunan, tapi bukan komunitas iman yang di dalamnya orang mengalami pengalaman bersama dengan Tuhan. Program-program dengan orientasi menghibur akan memberikan dampak senang sesaat, sementara dampak yang lebih lama seperti perubahan cara pandang, karakter, keputusan hidup dan pengenalan yang mendalam akan Tuhan tidak akan muncul. Perubahan-perubahan seperti itu tidak akan muncul begitu saja lewat aktivitas-aktivitas yang sifatnya bersenang-senang, walaupun itu ada, bukanlah yang utama dan seharusnya tidak mengambil porsi yang besar. Perlu dicermati bahwa program-program adalah metode yang tidak boleh lepas dari konten atau pesan. Mengamalkan Alkitab bukanlah buku manual yang menyediakan metode bagi pelayanan kaum muda, tapi seorang pelayan kaum muda harus menggali kembali kebenaran dan jalan yang dipakai Tuhan ketika Dia menyatakan Kabar Baik di tengah manusia. Pada akhirnya seorang pelayan kaum muda harus kembali melihat bagaimana Allah menyatakan anugerah-Nya kepada Gereja dengan memperlengkapi gereja lewat pekerjaan Roh Kudus untuk terus bertumbuh. Dalam hal ini kaum muda seharusnya mengalami pengalaman mengenal Tuhan dan bertumbuh lewat ke-

hidupan berkomunitas di tengah kawan seiman. Mempelajari firman Tuhan, pemberitaan lewat khotbah, dan kehidupan berkomunitas dan pelayanan bagi sesama, tidak boleh tergantikan dengan kegiatan-kegiatan yang berorientasi pada kesenangan semata. *

Kepustakaan:

- Cosby, Brian. *Giving Up Gimmicks, Reclaiming Youth Ministry from an Entertainment Culture*. Phillipsburg, New Jersey: P&R, 2012.
- Schultze, Quentin J. "From the Superbowl to Worship: the Roles of Story in Work and Leisure" dalam *Christianity & Leisure*, diedit oleh Paul Heintzman, Glen E. Van Andel, dan Thomas L. Visker, 245-246. Iowa: Dordt, 1994.
- Santrock, John. *Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Schultze, Quentin J., et al. *Dancing in the Dark: Youth, Popular Culture and Electric Media*. Grand Rapids: Eerdmans, 1991.
- Winter, Richard. *Still Bored in a Culture of Entertainment*. Downers Grove: IVP, 2002.