

## RUANG KETIGA SEBAGAI UPAYA PENDIDIKAN KRISTIANI BAGI GENERASI Z DALAM KONTEKS BUDAYA POPULER

PRISKILA DITYA MEDIAWATI

Universitas Kristen Duta Wacana, Yogyakarta

DOI: 10.21460/aradha.2022.21.783

### Abstract

---

This article is based on observations of Generation Z, which is currently one of the generations that are close to popular culture. The popular culture that opened this article specifically refers to the “third space idea”, such as hanging out culture. The Third Room by Keith Anderson will provide an overview that will help in building Christian education, especially for generation Z who have different characteristics from the previous generation. Therefore, in this paper, the author does not see popular culture as something that the church should avoid, but rather something through which the church can have the opportunity to reach generation Z. This idea is also supported by the theology of the incarnation which opens general understanding to both ministers and educators as well as congregation in the church that Christian education is not always in the church alone, but must be present in the midst of the world. In addition, the church also needs an open, critical and contextual attitude to dialogue with popular culture. The church as a faith community cannot simply apply all forms of popular culture. The church must still have an open response, but also be theologically responsible.

*Keywords:* Z generation, Christian education, third place

### Abstrak

---

Artikel ini ditulis berdasarkan pengamatan penulis terhadap generasi Z, yang pada masa kini menjadi salah satu generasi yang dekat dengan budaya populer. Budaya populer yang

dimaksudkan pada tulisan ini secara spesifik mengarah pada “ide ruang ketiga”, seperti budaya nongkrong. Gagasan ruang ketiga oleh Keith Anderson akan memberikan gambaran yang akan membantu dalam membangun pendidikan Kristiani terutama bagi generasi Z yang memiliki karakteristik berbeda dengan generasi sebelumnya. Oleh karena itu, dalam tulisan ini penulis tidak melihat budaya populer sebagai hal yang harus dihindari oleh gereja, melainkan sesuatu yang melaluinya gereja bisa memiliki peluang untuk menjangkau generasi Z. Teologi inkarnasi juga menopang gagasan ini yang membuka pemahaman umum, baik kepada tenaga pelayan atau pendidik maupun jemaat di gereja, bahwa pendidikan Kristiani tidak selalu berada di gereja saja, namun justru harus hadir di tengah dunia. Di samping itu gereja juga tetap memerlukan sikap terbuka, kritis, dan kontekstual untuk berdialog dengan budaya populer. Gereja sebagai komunitas iman tidak bisa langsung menerapkan begitu saja semua bentuk budaya populer. Gereja harus tetap memiliki respon yang terbuka, namun juga bertanggung jawab secara teologis.

*Kata-kata kunci:* generasi Z, pendidikan Kristiani, ruang ketiga

---

## Pendahuluan

Dalam suatu konteks masyarakat terdapat kebiasaan dan budaya yang mereka lakukan secara kolektif atau bersama-sama. Salah satunya budaya yang marak adalah budaya berkumpul bersama, dalam bahasa sehari-hari biasanya disebut *nongkrong* dari kata *tongkrong* yang disebut duduk-duduk saja (KBBI Online, 2021). Dari pengalaman penulis secara empiris, *nongkrong* bisa berarti berkumpul bersama beberapa teman di suatu tempat hanya sekadar untuk minum kopi/teh, bermain permainan kecil maupun membicarakan berbagai hal. Budaya *nongkrong* ini pun bisa dilakukan di mana pun, bisa di rumah teman maupun di tempat-tempat umum seperti di kafe atau pun kedai kopi.

Fenomena ini tumbuh subur dengan menjamurnya kedai-kedai kopi di berbagai tempat di kota-kota, atau dalam konteks di Yogyakarta, *angkringan* misalnya. Terdapat taman-taman di kota yang kini dibuka bebas dan gratis untuk siapa saja. Contohnya di Kota Malang, terdapat Taman Kunang-Kunang yang setiap hari ramai oleh anak-anak muda yang mungkin sekadar duduk dan mengobrol. Tempat-tempat umum tersebut yang sering disinggahi oleh anak-anak muda, berbanding terbalik dengan kondisi gereja. Kondisi gereja yang dimaksudkan adalah gereja yang mulai kehilangan generasi mudanya. Generasi muda enggan hadir mau pun terlibat dalam kegiatan gereja. *Barna Group Research* dalam penelitiannya terhadap orang dewasa awal atau usia pemuda juga mengungkapkan ada enam tema penting mengapa hampir tiga dari setiap lima orang muda Kristen memutuskan hubungan permanen atau jangka waktu yang lama dari kehidupan gereja setelah usia 15 tahun. Enam alasan tersebut adalah gereja terlalu protektif, pengalaman Kekristenan orang di usia pemuda dilihat dangkal oleh gereja, gereja tampil tampak sangat bertentangan dengan sains, pengalaman kaum muda terkait seksualitas seringkali

disederhanakan, gereja bergulat dengan sifat eksklusifnya dan gereja tidak bersahabat dengan ‘mereka yang ragu’ (cenderung tidak menerima kritik) (Barna Group Research, 2011).<sup>1</sup>

Di Indonesia, salah satu penelitian yang dilakukan pada subjek dengan usia 15-25 tahun (kelompok generasi Z) oleh *Bilangan Research* (Irawan D. dan Putra, t.t.) mengenai “Gereja dan Spiritualitas Generasi Muda Kristen Indonesia” pada tahun 2018 mengatakan bahwa salah satu alasan terbesar alasan kaum muda (sebesar 28,2%) meninggalkan gereja karena ada banyak kegiatan yang menarik di luar gereja. Peringkat kedua, sebesar 21,2 % kaum muda merasa kepemimpinan gereja buruk. 12,4% dan 11,2% mengatakan bahwa ibadah sudah tidak menarik dan banyak kepura-puraan dalam gereja. Dengan data tersebut, artinya gereja kehilangan pemuda karena tidak menariknya program (monoton) dan pemuda juga merasa tidak terlibat di dalamnya.

Dari kedua hasil penelitian tersebut, terutama penelitian *Bilangan Research* pada peringkat pertama yang mengatakan bahwa ada banyak kegiatan menarik di luar gereja artinya ada ketertarikan yang lebih besar akan konteks di luar gereja. Melalui tema penting yang muncul dari hasil penelitian *Barna Research* sebelumnya menolong untuk melihat kegelisahan serta apa yang kemudian membuat gereja tidak lagi menarik. Sebagai pemuda yang saat ini memiliki akses akan budaya populer yang luar biasa, para pemuda mengungkapkan keinginan agar iman mereka kepada Kristus terhubung dengan dunia tempat mereka tinggal. Namun karena gereja yang overprotektif, yang terjadi justru pengalaman yang menyedihkan dan berbasis rasa takut. Seperti pengalaman menjelekkan sesuatu di luar gereja dan gereja mengabaikan masalah dunia nyata atau bahkan gereja terlalu khawatir jika produk budaya populer seperti film, musik dan video game berbahaya. Alasan kedua yang sejalan dengan alasan pertama mengenai poin gereja mengabaikan masalah dunia nyata sehingga pemuda merasa bosan dan kemudian menjadi tidak relevan dengan kehidupan mereka (Barna Group Research, 2011).

Dalam kaitannya dengan generasi Z, James White menyatakan juga bahwa karakteristik generasi Z tidak “lekat” dengan agama, atau cenderung tidak peduli. Jadi jika ingin melakukan pendekatan dengan generasi Z sebagai gereja dan atas nama gereja, secara tidak langsung sudah menciptakan penghalang. Generasi Z ini juga tak ingin ada persepsi mengenai politik dan kekuasaan di dalam gereja (White, 2017: 74). Artinya untuk masuk ke ruang generasi Z, sebaiknya kita tidak langsung mengatasnamakan agama, karena generasi Z akan cenderung memberi jarak.

Selain karakteristik mereka yang berbeda dengan generasi sebelumnya, gempuran budaya seperti budaya *nongkrong* mungkin menjadi budaya populer di era saat ini, maka gereja perlu memikirkan ulang pendidikan Kristiani seperti apa yang tepat bagi generasi Z. Penulis sendiri merasa tertarik dengan istilah *Ruang Ketiga* yang ditawarkan oleh Keith Anderson dalam bukunya *The Digital Cathedral*. Melalui “ide ruang ketiga” tersebut, penulis mencoba mendialogkan dengan kegelisahan gereja atas hilangnya generasi muda mereka.

Berdasarkan asumsi tersebut, dalam tulisan ini, penulis mengambil judul *Ruang Ketiga sebagai Upaya Pendidikan Kristiani bagi Generasi Z dalam Konteks Budaya Populer*. Menurut

penulis judul ini memiliki keterkaitan satu sama lain. *Pertama*, ruang ketiga termasuk dalam budaya populer. *Kedua*, budaya populer lekat dengan generasi Z saat ini. *Ketiga*, ruang ketiga bisa digunakan sebagai media untuk pendidikan Kristiani. Meskipun mungkin tampaknya budaya populer dan gereja adalah dua hal yang sangat berbeda, namun tawaran ruang ketiga ini bisa menjadi salah satu alternatif atau ide bagi gereja dalam menyiapkan pendidikan Kristiani yang disinergikan dengan budaya populer.

Dalam tulisan ini, penulis akan terlebih dahulu menjelaskan kajian teori generasi Z dan karakteristiknya serta budaya populer. Setelah itu, penulis memasukkan gagasan ruang ketiga sebagai tawaran bagi pendidikan Kristiani dan ditopang oleh teologi inkarnasi. Setelah menjelaskan keterkaitan antara budaya populer, generasi Z dan ruang ketiga, penulis akan menjelaskan bagaimana pengaruh kedua tema yang telah dikaitkan itu dengan pendidikan Kristiani untuk generasi Z.

---

## Kajian Teori dan Karakteristik Generasi Z

Siapakah Generasi Z? Menurut James White mereka adalah kelompok yang lahir pada rentang tahun 1995 hingga 2010. Mereka mengalami perubahan radikal dalam teknologi dan pemahaman keluarga, seksualitas, dan gender. Mereka tinggal di rumah tangga multigenerasi dan demografis yang tumbuh paling cepat dalam kelompok umur mereka adalah multiras (White, 2017: 39). Setidaknya ada lima karakteristik generasi Z yang diungkap White yaitu:

- *Pertama*, sebagian besar generasi Z lahir setelah peristiwa 9/11, peristiwa yang menandai terjadinya resesi hebat.<sup>39</sup> Krisis ekonomi dan sosial yang melanda tersebut menjadikan generasi Z memiliki harapan untuk bekerja bagi diri mereka sendiri (wirausaha). Tujuannya tidak sekedar keamanan ekonomi, namun keinginan yang kuat untuk membuat perbedaan dan pemikiran bahwa mereka bisa (White, 2017: 40).
- *Kedua*, *wi-fi enable* yaitu generasi yang selalu terhubung entah terkait masa depan apa saja-kapan saja dan di mana saja. Generasi ini terus menerus terhubung ke komunitas internet global melalui gadget yang ada di genggam tangan dan akses data di mana-mana (White, 2017: 43).
- *Ketiga*, *multiracial*(multi-rasial), generasi Z adalah yang paling beragam secara ras dari generasi mana pun hingga saat ini. Mereka terhubung secara global. Keragaman ini juga mengarah pada sikap “menerima” dan “inklusif” (White, 2017: 46).
- *Keempat*, *sexually fluid* (seksualitas yang cair), sifat menerima generasi Z mengarah pada dukungan yang kuat untuk hal-hal seperti pernikahan sesama jenis dan hak-hak transgender (White, 2017: 46). Semakin meningkatnya fluiditas seksual yang menolak

label homoseksual atau heteroseksual. Idenya adalah sesksualitas harus dibebaskan dari label yang bersifat represif itu (White, 2017: 47).

- *Kelima, Post-Christian*, bisa dikatakan bahwa generasi Z adalah generasi pertama di Barat (Amerika Serikat) yang dibesarkan dalam konteks pasca-kekristenan. Sebagian besar generasi ini masih percaya adanya Tuhan (78%). Tetapi kurang dari setengahnya yang masih menghadiri layanan keagamaan dalam bentuk apa pun (White, 2017: 49).

Dari lima karakteristik generasi Z tersebut, White kemudian menggarisbawahi bahwa pada dasarnya ada dua berita utama tidak boleh dilewatkan. *Pertama*, mereka hilang. Tidak hanya tinggal di dalam dan dibentuk oleh konteks budaya pasca-Kristen, mereka bahkan tidak memiliki ingatan akan Injil. Tingkat buta huruf spiritual sangat menakutkan (White, 2017: 64). Kedua, mereka tidak memiliki pemimpin. Sedikit yang memperhatikannya. Pertanyaan-pertanyaan yang muncul di usia remaja dan dua puluhan adalah berbatasan dengan patah hati. Bagaimana saya melepaskan diri dari pornografi? Bagaimana saya menjadi suami / istri? Bagaimana saya menjadi orang tua? Bagaimana saya berdoa? Bagaimana saya...? Itu semua adalah daftar pertanyaan paling mendasar dalam kehidupan generasi Z. Mereka memiliki jumlah informasi yang tak ada habisnya tetapi sedikit kebijaksanaan (dalam menyikapi informasi tersebut?), dan hampir tidak ada mentor yang mendampingi (White, 2017: 65).

Inilah setidaknya karakteristik generasi Z yang diungkapkan oleh James White. Dari paparan tersebut setidaknya kita mendapatkan informasi mengenai generasi yang berbeda ini. Generasi Z selain memiliki tingkat buta huruf spiritual yang tinggi seolah menjadi akibat atas keengganan mereka untuk terlibat dengan gereja dan macam-macam kegiatan di dalamnya yang dikatakan menumbuhkan spiritualitas. Namun nyatanya segala macam pendidikan Kristiani dalam gereja tidak mampu membantu mereka dengan segala keresahannya. Sebagai contohnya dalam kegiatan persekutuan remaja atau pemuda di gereja, topik yang dibahas seringkali tidak *update* dengan perkembangan zaman saat ini, atau kurang disesuaikan dengan isu-isu dalam kehidupan mereka sehari-hari. Seperti bagaimana ketika para pemuda gereja berhadapan dengan isu kesehatan mental atau perihai seksualitas di usia mereka, atau perihai media sosial yang kini sudah menjadi kebiasaan keseharian generasi ini. Gereja sebagai komunitas dengan berbagai macam program di dalamnya bukan berarti tidak berfungsi, namun kurang relevan dengan generasi Z saat ini, bahkan kurang relevan dengan pengalaman sehari-hari.

Laporan penelitian yang berjudul *The Connected Generation: How Christian Leaders Around The World Can Strengthen Faith & Well-Being Among 18-35 Years Old* dari Barna yang bekerjasama dengan *World Vision* tahun 2019 menyebutkan bahwa: “Orang muda tidak hanya ingin melihat bahwa Kekristenan itu benar; Mereka juga ingin memahami bahwa itu baik” (Barna Group Research, 2019).

Kesan awal kita, generasi Z ini terlihat tidak terlalu mementingkan aspek spiritual atau tidak ingin terlalu berhubungan dengan yang namanya agama. Tentu pernyataan di atas itu menarik bagi penulis, untuk mengetahui bahwa sebenarnya generasi Z ini bukanlah berarti generasi yang benar-benar tidak peduli pada aspek spiritualitas. Mereka memiliki idealisme tersendiri untuk percaya pada sesuatu, ketika mereka yakin itu baik maka mereka akan mulai masuk ke dalamnya. Maka, jangan-jangan mereka sebenarnya bukanlah generasi Z yang terhilang dari gereja, namun gereja yang tidak ada untuk mereka.

Ernest Zarra, seorang pakar pendidikan melalui bukunya untuk para orang tua generasi Z memberikan beberapa saran untuk memahami mereka. Sekalipun tujuannya untuk orang tua, namun apa yang coba disarankan Zarra adalah penting untuk mengetahui pada celah mana gereja layaknya sebagai orang tua bisa terlibat dalam kehidupan generasi Z.

*Pertama*, memahami bahwa gen Z mencari penerimaan tanpa syarat. Mereka adalah anak-anak dari generasi lain dan tidak ingin dihakimi karena keyakinan dan perilaku mereka. Gen Z adalah generasi yang lebih lembut dan mengutuk tantangan terhadap keyakinan mereka. Oleh karena itu, orang dewasa harus mempertimbangkan diskusi dengan gen Z yang lebih relasional dan kurang menghakimi. Tentu saja, gen Z juga harus matang dan menerima dunia nyata apa adanya- dan tahu bahwa terkadang dunia terasa keras (Zarra, 2017: 90). Ini juga mencakup poin penting bagaimana pendidikan Kristiani dapat diterima oleh generasi Z, yaitu adalah dengan tidak menghakimi dan mengembangkan pola relasi yang lebih *egaliter*. Pendidikan Kristiani dalam gereja seyogyanya menghindari menggunakan bahasa-bahasa penghakiman seperti mana yang paling benar dan yang salah. Apalagi jika klaim mengenai apa yang benar dan salah tersebut tanpa disertai oleh penjelasan yang kritis dan memadai. Jika klaim tersebut tidak disertai penjelasan yang memadai dapat menyebabkan generasi muda meninggalkan gereja.

*Kedua*, gen Z menempatkan nilai dasarnya, tidak seperti generasi yang lainnya. Mereka menghargai apa yang mereka yakini, tetapi mereka juga tidak yakin tentang keyakinan mereka. Termasuk, mereka sangat peduli tentang bagaimana apa yang mereka yakini bisa diterima (Zarra, 2017: 91).

*Ketiga*, generasi sebelumnya memiliki pengalaman lebih dari gen Z dalam membuat keputusan hidup dan pilihan ekonomi untuk karir masa depan. Orang tua yang meluangkan waktu untuk membagikan kebijaksanaan mereka melalui cinta dan kesabaran akan bertemu dengan penuh hormat dari generasi Z. Empati adalah ciri khas dari generasi baru ini.

*Keempat*, di lapangan pekerjaan tempat gen Z bekerja terdapat pula generasi veteran di sana. Secara umum mereka dapat belajar dari karyawan yang sudah mapan di tempat kerjanya (Zarra, 2017: 91). Sementara generasi tua juga belajar pada generasi Z bagaimana memanfaatkan teknologi dalam pekerjaannya (Zarra, 2017: 92).

*Kelima*, waktu yang dibutuhkan untuk mengembangkan hubungan yang dalam sangat penting. Generasi Z menikmati hubungan interpersonal seperti *face-to-face*, sekalipun mereka

enggan untuk mengurangi teknologi mereka (Zarra, 2017: 92). Artinya sekalipun tetap bergantung pada teknologi seperti *smartphone*, mereka tetap melihat relasi interpersonal penting untuk dilakukan, dan mungkin tidak bisa digantikan begitu saja dengan relasi secara *online*. Kelima poin ini penting serta saling melengkapi, dan kelima poin dari karakteristik untuk memahami generasi Z ini, bisa menjadi pintu masuk untuk menjumpai mereka di mana pun.

---

## Kajian Teori Budaya Populer

Clifford Geertz seorang sosiolog menulis beberapa definisi yang paling menembus dan berwawasan terkait dengan budaya, dan dia telah menyimpulkan bahwa budaya itu “tebal,” yang berarti tidak dapat direduksi menjadi satu hal. Alih-alih, hal itu adalah seluruh cara hidup. Ia menambahkan, sebagian besar diciptakan sendiri. Budaya adalah sesuatu yang kita temukan, ciptakan, dan gaya hidup (White, 2017: 80). Maka budaya itu ada ketika dihidupi dan dilakukan oleh sekelompok masyarakat tertentu dan dalam konteks tertentu. Maka, budaya di Indonesia akan berbeda dengan budaya di Korea misalnya.

Salah satu bentuk budaya yang sering kali dipandang oleh sebagian orang bukan budaya adalah budaya populer. Ariel Heryanto mengutip Strinati dan Macdonald (2015) mengemukakan bahwa budaya pop sering kali bersekutu dengan industri hiburan yang akhirnya secara kasar memburu laba, maka sulit bagi para cendekiawan untuk menghargai budaya populer. Akibatnya budaya pop sering dijuluki ‘budaya masa’. Istilah tersebut mengacu pada budaya yang direndahkan, diremehkan, dangkal, dibuat-buat, dan seragam (Heryanto [ed.], 2008: 6). Sampai pada penjelasan ini, maka asumsi penulis bisa dikatakan bahwa budaya populer seolah berada di posisi kedua jika dibandingkan dengan budaya-budaya lokal di Indonesia.

Strinati melanjutkan, keprihantinan umum dari budaya pop adalah konsumsi budaya populer di kalangan masyarakat awam selalu menjadi masalah bagi ‘orang lain’, entah itu kaum intelektual, pemimpin politik atau pembaharu moral dan sosial. Orang lain ini sering beranggapan bahwa masyarakat awam harusnya berurusan dengan sesuatu yang lebih mencerahkan atau berfaedah *ketimbang* budaya populer (Heryanto [ed.], 2008: 6).

Penulis tidak bisa menampik bahwa dari beberapa ahli muncul tuduhan bahwa budaya populer bersangkutan dengan industri yang artinya untuk kepentingan laba, dan ujung-ujungnya dituduh kapitalisme. Mungkin tuduhan itu ada benarnya, tetapi apakah selalu bisa diartikan begitu? Tentu tidak. Saat kita sudah beranggapan bahwa budaya populer salah, maka kita tidak akan pernah menemukan sisi yang positif dari budaya populer. Penulis sendiri kurang setuju jika hanya berhenti pada artian kapitalisme, karena selalu ada sisi lain yang menjadikan budaya ini memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan budaya lokal. Tidak berarti dalam asumsi penulis ini, penulis mengkotak-kotakkan budaya dan memberi *label* tertentu. Namun penulis



sedang mencoba melihat secara setara dan dari perspektif yang lain untuk membuka wawasan kita bersama.

Heryanto juga menyatakan pada hakekatnya, budaya pop merupakan produk masyarakat industrial, di mana kegiatan pemaknaan dan hasilnya (yakni kebudayaan) dihasilkan dan ditampilkan dalam jumlah besar, kerap dengan bantuan teknologi produksi, distribusi, dan penggandaan-massal, sehingga gampang dijangkau masyarakat luas (Heryanto [ed.], 2008: 9). Inilah salah satu keunggulannya yaitu gampang dijangkau masyarakat luas. Artinya para penikmatnya bukan hanya terdiri dari satu kalangan saja, bisa dari berbagai macam kalangan. Ada faktor teknologi juga yang menyertai budaya ini, khas sekali dengan realitas di era yang lekat teknologi.

Salah satu contoh produk dari budaya populer adalah musik atau lagu yang saat ini bisa dengan mudah diproduksi oleh siapa pun, bahkan akan dengan mudah untuk memperdengarkan karyanya itu melalui *channel Youtube* misalnya. Dengan diunggah ke *Youtube*, orang lain akan lebih mudah mengakses dan melihat. Jika dibandingkan dengan musisi dulu saat memproduksi karya tidak bisa langsung diakses dengan cepat dan dinikmati dengan bebas seperti sekarang. Bisa jadi lagu-lagu itu membawa pesan atau makna yang relevan dengan kehidupan pendengarnya, atau bahkan membawa pengaruh positif bagi pendengarnya. Karya-karya seperti musik tersebut menurut penulis merupakan salah satu contoh budaya populer yang *digandrungi* generasi Z. Mereka mendapatkan pemaknaan hidup dari karya yang mereka dengarkan di *platform-platform digital*.

Salah satu budaya populer yang kini menjadi perhatian penulis adalah budaya minum kopi atau biasanya disebut *ngopi*. Bahkan ketika anak-anak muda ingin *nongkrong*, mereka mengajak temannya dengan ajakan *ngopi*, pun sebenarnya bisa saja di tempat mereka berkumpul tersebut mereka memesan yang lainnya bukan hanya kopi. Sekali lagi penulis tidak menyangkal bahwa budaya *ngopi* ini bersih dari yang namanya perilaku konsumerisme. Namun menariknya budaya ini bisa dilakukan di mana saja, di kafe, di kedai kopi yang kecil hingga besar, dan bahkan di tempat-tempat umum seperti taman. Sebenarnya titik temunya bukanlah pada minum kopinya, namun di sela-sela menikmati kopi selalu ada obrolan yang menarik dan terbuka terhadap berbagai macam topik, tidak terbatas.

Ruang-ruang tempat berkumpul seperti kedai kopi, taman kota, kafe, atau pun tempat-tempat umum lainnya inilah yang menurut penulis membuat orang-orang, terutama generasi Z mudah dijumpai. Di tempat-tempat yang cenderung cair inilah, generasi akan merasa tidak dihakimi karena tidak sedang menyangkut institusi mana pun. Semua bebas menjadi dirinya sendiri. Lalu pertanyaannya, apakah melalui pertemuan-pertemuan di ruang umum (biasa orang menyebut bukan ruang-ruang sakral) tersebut mereka bisa memperoleh pendidikan Kristiani dan menumbuhkan iman spiritualitas mereka? Untuk itulah penulis merasa perlu untuk melihat ide *Ruang Ketiga* dari buku yang ditulis Keith Anderson tersebut dalam gambaran yang



lebih dalam, terutama untuk tetap belajar dan melihat bagaimana kehidupan sehari-hari kita berjumpa dengan iman.

---

### Ruang Ketiga: Perjumpaan Kehidupan dan Iman

Keith Anderson menyatakan para pemimpin pelayanan menemukan diri mereka dalam lanskap agama baru, di mana gereja arus utama telah kehilangan tempat sentral dan istimewa yang pernah diadakan dalam budaya Amerika dan jumlah individu yang tidak beragama secara religius terus bertambah (Anderson, 2015: 39). Kita tidak bisa hanya menunggu orang-orang muncul di gedung-gedung gereja kita. Kita juga tidak bisa tetap terjebak dalam pemahaman sempit tentang ruang sakral “substansial” (Anderson, 2015: 39). Ide ini penting untuk memahami pernyataan penulis mengenai apakah orang muda meninggalkan gereja, atau sebenarnya gereja yang meninggalkan orang muda? Atau sebagai pelayan, kita cenderung mengkotak—kotakkan ruang, sehingga kita tidak bisa menjumpai anak-anak muda, generasi Z, di tempat mereka berada.

Cara terbaik yang Anderson temukan untuk memperjumpakan iman dengan kehidupan adalah dengan memindahkan diri secara fisik, pindah dari kantor gereja ke lokasi lingkungan dan *platform* media sosial. Dalam tindakan memindahkan diri ke ruang yang berbeda- seperti dari gereja ke lingkungan sekitar, dari gereja ke ruang-ruang publik lainnya. Dalam ‘kepindahan’ tersebut tidak hanya secara fisik, namun disertai niat untuk hadir dan menyediakan ruang, maka kita dapat menemukan kembali yang sakral itu juga ada di aktivitas sehari-hari dan di tempat yang tak terduga sekaligus membantu orang lain melakukan hal yang sama (Anderson, 2015: 40). Pernyataan ini menegaskan bahwa yang sakral tidak berarti selalu ada di tempat yang dikira orang sakral, namun bisa di mana saja.

Ray Oldenburg seperti yang dikutip Anderson menyebut tempat-tempat lokal yang menjadi tempat orang banyak berkumpul misalnya kedai kopi, toko buku dan tempat-tempat serupa lainnya dengan sebutan “ruang ketiga.” Di ruang ketiga ini orang tidak banyak terikat seperti di ruang pertama (rumah) dan ruang kedua (tempat kerja) dan justru lebih fleksibel dan terbuka. Ruang ketiga ini bukan hanya sekadar tempat berjumpa, namun juga tempat adanya keterlibatan yang mendalam melalui percakapan., tempat di mana orang bisa meluangkan waktunya untuk mengenal yang lainnya (Anderson, 2015: 130). Saat berada di ruang ketiga, orang tidak merasa bahwa mereka harus memberikan jawaban yang benar atau berperilaku dengan cara tertentu, dan dengan demikian percakapan dapat terjadi lebih bebas mengalir, relasional, jujur dan menyenangkan (Anderson, 2015: 131). Menurut Anderson, ada delapan karakteristik “tempat/ruang ketiga” yaitu (Anderson, 2015: 133):

- *Neutral ground*: orang dapat datang dan pergi sesuka mereka, tak ada yang menjadi tuan rumah dan bukan milik satu orang/kelompok.

- *Leveling*: tempat yang inklusif tanpa kriteria keanggotaan atau partisipasi.
- *Conversations*: menjadi aktivitas utama.
- Aksesibilitas dan akomodasi: tempat ini terbuka dan tersedia pada waktu yang tepat, menciptakan kondisi untuk pertemuan-pertemuan yang tidak direncanakan, tak terjadwal, tak teroganisir, dan tak terstruktur.
- Regular: kelompok yang sering hadir ikut andil dalam mengatur suasana tempat pada suasana hati orang-orang yang baru.
- *Low profile*: tempat yang sederhana dan tidak mencolok menjadikan pengunjung lebih membuat pengunjung nyaman untuk berkunjung atau berada di sana.
- *Playful mood*: ada kesukacitaan dan penerimaan atas kecemasan dan keterasingan.
- *Home away from home*: orang-orang dapat bersantai, menjadi diri sendiri, tanpa sebuah pekerjaan rumah dan kehangatan muncul karena keramahan, dukungan, dan perhatian timbal balik.

Karakteristik-karakteristik di atas seperti berada di tempat umum, percakapan yang mendalam, relasional serta mengalir bisa membuka ruang bagi pembahasan tentang hal apapun, termasuk hal beriman. Kemudian ada sisi kesetaraan karena tidak ada yang seolah menjadi tamu dan pemilik rumah, sehingga tidak ada sisi untuk saling menghakimi. Hal-hal tersebut menjadi tawaran yang menurut penulis sesuai dengan generasi Z, apalagi generasi Z memiliki empati yang kuat.

Dari uraian terkait ruang ketiga di atas, maka penulis mengasumsikan dan menyimpulkan bahwa budaya *ngopi* atau *nongkrong* atau orang bisa menyebutnya dengan sebutan lain, sebagai salah satu bentuk budaya populer yang termasuk dalam ruang ketiga. Untuk menopang asumsi-asumsi penulis dengan idea ruang ketiga, penulis meminjam teologi inkarnasi sebagai dasar teologis.

---

## Teologi Inkarnasi

Dietrich Bonhoeffer mengatakan bahwa Yesus Kristus adalah **inkarnasi Allah** di dunia, yang berarti bahwa Allah ada di dunia. Bagi Bonhoeffer inkarnasi berarti bahwa tidak ada lagi alasan untuk berpaling dari dunia untuk bertemu dengan Tuhan. Sebaliknya, Allah melalui Kristus bertemu dengan umat manusia dalam ciptaan melalui kemanusiaan dari Tuhan sendiri (Root, 2007: 88). Ini menarik karena Bonhoeffer mencoba menunjukkan contoh dari Kristologi dari bawah, mengajak kita menghayati Kristus yang adalah manusia.

Inkarnasi mengungkapkan bahwa pembebasan hanya dapat terjadi melalui manusia Yesus yang hidup dalam kepatuhan penuh kepada Bapa, dan dengan melakukan hal itu

mengungkapkan apa artinya menjadi benar-benar manusia. Dalam menjadi manusia, Allah memunculkan rekonsiliasi umat manusia (jadilah manusia sebagaimana Yesus adalah manusia) dan juga penghakimannya (tidak ada manusia di luar kemanusiaan Yesus). Ini mengungkapkan bahwa umat manusia “tidak lagi dengan cara apa pun terisolasi oleh [dirinya] sendiri, juga tidak dapat [kemanusiaan] lagi dianggap demikian; dalam, dengan, dan di bawah’ realitas manusia kita ditemui oleh realitas Allah (Root, 2007: 91).

Mengapa ini penting? Karena ketika inkarnasi dibahas dalam kaitannya dengan bentuk-bentuk pelayanan gereja bagi/bersama kaum muda, hal itu sering dibahas sebagai strategi atau rencana Allah, yang memungkinkan kita untuk memotong inkarnasi dari Yang inkarnasi. Kita sering berasumsi bahwa berinkarnasi berarti hadir sedemikian rupa sehingga kita memperoleh pengaruh untuk memengaruhi orang lain, seolah-olah Allah di surga memutuskan bahwa inkarnasi adalah cara terbaik untuk memengaruhi umat manusia. Jika kemanusiaan kita ingin diubah, kita membutuhkan Tuhan yang sepenuhnya manusiawi. Kita membutuhkan Tuhan yang menanggung realitas kita dan membawanya sepenuhnya ke dalam Tuhan (Root, 2007: 91).

Hanya Tuhan yang sepenuhnya manusiawilah yang mengubah kemanusiaan kita dan mengerti sungguh-sungguh realitas kita sebagai manusia. Bagi penulis, ini mengingatkan kita akan sisi Tuhan yang imanen. Kadang kala kita terlalu sibuk mencapai dan mengayati Tuhan yang transenden, hingga melupakan harusnya keduanya berjalan bersama-sama. Artinya yang transenden itu sekaligus yang imanen, dan meresap ke mana pun, termasuk dalam pelayanan pada generasi muda.

Pada intinya, pelayanan relasional adalah tentang orang. Ini bukan tentang strategi pelayanan tetapi tentang pribadi Kristus, yang bertemu dengan orang-orang di dunia sebagai yang menjelma, disalibkan dan dibangkitkan (Root, 2007: 101). Bonhoeffer memahami, baik gereja dan dunia sebagai lokasi mendasar di mana orang dapat saling bertemu dalam hubungan relasional. Karena Yesus adalah pribadi, ia menjumpai orang-orang melalui gereja dan dunia (Root, 2007: 101).

Gereja, dari sudut pandang Bonhoeffer, terutama bukanlah lembaga sosial atau tempat di mana individu datang untuk menerima pengampunan; Gereja adalah komunitas orang-orang yang bersaksi dalam kemanusiaan mereka sendiri yang telah bertransformasi menjadi pribadi Kristus, yang ditemukan secara konkret sebagai orang-orang yang bertemu dengan orang-orang dalam ibadah dan sakramen. Dunia, bagi Bonhoeffer, pada akhirnya tidak dibentuk oleh ideologi politik atau sistem ekonomi; melainkan dunia adalah tempat di mana orang asing dan tetangga bertemu sebagai pribadi (Root, 2007: 94). Lalu di mana posisi ruang ketiga? Menurut Bonhoeffer mungkin ruang ketiga termasuk dalam dunia, di mana kita dapat bertemu dengan siapa pun, baik yang kita kenal maupun tidak.

Saat paradigma kita hanya berhenti pada gereja dan mengecualikan dunia, maka pelayanan mungkin menjadi tempat pengabaian (Root, 2007: 94). Jauh dari kata pengabaian,

sesungguhnya pelayanan ini bukan menjauhi namun justru mendekat dengan yang menderita. Saat pelayan mendekati pergumulan hidup yang dialami remaja, sama seperti kita mendekati salib Kristus, turut dalam penderitaan atau pergumulan secara lebih dekat. Kita harus melihat bahwa dari pemahaman teologis tentang inkarnasi, penderitaan dan pelayanan relasional tidak dapat dipisahkan. Mengikuti inkarnasi Kristus berarti mengikuti-Nya ke salib (Root, 2007: 95). Ketika Kristus hadir dalam ruang ketiga, maka itu berarti Kristus hadir juga dalam penderitaan apa pun yang dialami oleh generasi muda.

Bonhoeffer mengingatkan kita bahwa Yesus bukan hanya yang disalibkan tetapi juga yang dibangkitkan. Melalui kebangkitan-Nya kita dijanjikan bahwa penderitaan itu tidak kekal, bahwa Allah tidak hanya akan mengatasi kejahatan dan penderitaan tetapi juga akan mengakhirinya dan menebusnya dalam kepenuhan dan finalitas hadirat Allah (Root, 2007: 99).

Maka ruang ketiga yang ditopang oleh teologi inkarnasi berarti adalah ruang di mana Kristus hadir dan menjumpai orang-orang termasuk generasi muda. Artinya, tidak ada lagi ruang yang disebut sakral atau sekuler, karena di kedua ruang tersebut Dia Yang Transenden sekaligus Yang Imanen hadir. Di gereja maupun di ruang ketiga, Yesus Kristus menjumpai kita.

### **—— Ruang Ketiga sebagai Upaya Pendidikan Kristiani dalam Konteks Budaya Populer untuk Merespon Hilangnya Generasi Z dalam Gereja**

Budaya populer memiliki kelebihan yaitu dapat menjangkau masyarakat luas dan digandrungi oleh generasi muda atau generasi Z. Maka menurut penulis, secara spesifik sebaiknya tenaga pelayan gereja dari berbagai generasi tidak memandang sebelah mata pada budaya populer, namun justru mencoba melihat dengan lebih dekat, melihat dengan lebih objektif. Bayangkan bila sesuatu yang disukai oleh generasi Z, kemudian di-*counter* begitu saja oleh gereja, maka kita sebagai pelayan maupun gereja akan semakin ditinggalkan dan tidak mampu menjangkau generasi Z. Maka untuk masuk ke konteks di era yang serba ber-budaya populer saat ini, akan tepat untuk masuk melalui budaya populer itu sendiri. Tentu pertimbangan ini harus memiliki dasar teologis, seperti teologi inkarnasi.

Namun ide ini pun terkadang terhalang oleh pemikiran orang-orang yang cenderung mempolarisasi antara yang sakral dan sekuler. Budaya populer dipandang sebagai budaya yang kontra dengan tradisi Kekristenan dan dianggap sebagai sesuatu yang sekuler, yang duniawi. Pola pikir ini warisan dari masa sebelum reformasi gereja ketika keduanya justru ditabrakkan satu sama lain, yang kemudian dalam perkembangannya mulai terkotak-kotak sebagai tempat yang sakral dan yang sekuler.

Namun kemudian, menurut Charles Taylor yang dikutip oleh Andrew Root ada tiga pemahaman tentang 'sekuler'. Sekuler 1 adalah *sacred versus secular planes* yang didefinisikan dengan adanya kesenjangan antara yang sakral dan yang sekuler (Root, 2017: 106). Sekuler 2

adalah *religious versus A-religious spaces* yang mendefinisikan bahwa sakral dan sekuler tidak lagi bertabrakan, namun memiliki lokasi yang berbeda dan terikat pada lembaga atau ideologi. Seperti contohnya iman terikat pada afiliasi kelembagaan agama (Root, 2017: 109). Terakhir, sekuler 3 disebut *the negating of transcendence*. Sekuler 3 dalam pengertian ini adalah hal yang transenden atau tindakan ilahi yang merupakan hal yang sulit dipercaya (Root, 2017: 109) oleh kaum muda (generasi Z). Sekuler 3 telah membawa orang-orang muda ke sudut gelap di mana transendensi atau tindakan ilahi adalah suatu kemustahilan (Root, 2017: 112). “Perbedaan antara zaman modern, ‘sekuler’, dan zaman lampau tidak selalu merupakan katalog kepercayaan yang tersedia, melainkan asumsi bawaan tentang apa yang bisa dipercaya” (Root, 2017: 109).

Bingkai imanen menurut Taylor adalah ruang sosial yang dibangun yang membingkai kehidupan kita sepenuhnya dalam tatanan alam (bukan supranatural). Ini adalah ruang terbatas dari imajiner sosial modern yang menghalangi transendensi. Sekuler 3, kemudian, melihat ke samping dan secara skeptis pada definisi atau artikulasi pengalaman manusia yang didasarkan pada apa pun selain yang imanen (Root, 2017: 110). Sekuler 3 telah membawa orang-orang muda (jika bukan kita sendiri) ke sudut gelap di mana transendensi atau tindakan ilahi adalah suatu kemustahilan (Root, 2017: 112). Dan ini pulalah karakteristik generasi Z, yaitu mereka meyakini bahwa transendensi adalah suatu kemustahilan. Jika gereja tetap tinggal diam tanpa memahami mereka, ini akan menjadi masalah yang cukup besar kemudian.

Menurut Root, mungkin satu-satunya cara untuk pembentukan iman di zaman otentisitas (zaman sekular 3 begitu menguat) adalah menjelajahnya melalui zona yang diberikan oleh sekuler 3 untuk mencari pemahaman tentang iman di dalam (imanen). Kemudian melalui negasi (dengan “negasi” berarti tidak hanya pengalaman kehilangan, kehancuran, dan kematian, tetapi juga keterbatasan kegembiraan dan harapan transformasional dinegasikan untuk dibuat baru) (Root, 2017: 117). Penulis setuju dengan Root terkait cara pembentukan iman dengan mengeksplorasi sisi imanen tersebut karena aspek pengalaman memiliki peranan yang penting untuk mampu membantu generasi muda dalam menumbuhkan spiritualitasnya di tengah ketegangan akan karakteristik mereka (spiritualitas pencari) dan budaya populer.

Pengalaman iman adalah perjumpaan dengan pribadi Kristus yang hidup. Iman menerima karunia kehadiran Yesus, yang melayani kita sebagai makhluk baru. Transendensi dan perjumpaan dengan tindakan ilahi memiliki bentuk yang sama dengan karunia iman itu sendiri. Transendensi harus dipindahkan dari iman menjadi cinta. Melayani sesama kita dengan memberi diri untuk berbagi pada generasi Z, sebagaimana Yesus telah berbagi dalam diri kita (Root, 2017: 197).

Berbagi pengalaman, dapat menjadi sebuah bentuk pendidikan Kristiani yang penting. Namun disayangkan seringkali gereja tidak menempatkan pengalaman dengan serius. Maka yang muncul adalah pendidikan Kristiani yang tidak relevan, tidak mampu menjawab pergumulan generasi muda, penuh peraturan dan tentu menghambat pertumbuhan iman mereka. Ketika mereka merasa tidak bertumbuh dan tidak dilibatkan, tidak didengarkan, akhirnya perlahan mereka hilang dari gereja.

Penelitian yang sama, yang dilakukan Barna yang bekerjasama dengan *World Vision* tahun 2019, juga menyatakan bahwa: generasi terhubung (*Connected Generation*) ingin gereja menjadi laboratorium kepemimpinan, bukan hanya tempat kerohanian. Ini menarik dan selaras dengan aspek pengalaman, karena artinya mereka sebenarnya memiliki harapan yang lebih untuk gereja bisa melakukan sesuatu bagi mereka. Mereka memiliki sebuah gagasan tentang gereja. Gagasan itu juga seolah menjadi kritik tersendiri bagi gereja yang masih sibuk dengan kegiatan-kegiatan dengan label rohani yang pada akhirnya sebatas rutinitas.

Generasi muda ini ingin melihat bahwa gereja adalah tempat untuk belajar menumbuhkan jiwa-jiwa pemimpin. Tapi itu tidak akan terjadi bila gereja masih bersikeras tidak mau dengan rendah hati menjumpai mereka terlebih dahulu. Seperti halnya jika generasi yang lebih dewasa mau menjumpai generasi yang lebih muda, misalnya generasi Z, maka hal itu bisa menjadi sebuah teladan kepemimpinan yang baik. Tidak ada yang salah, karena keduanya sama-sama saling membutuhkan. Melalui teladan itu, para generasi Z juga lebih mampu merendahkan hatinya untuk belajar pada generasi sebelumnya.

Bagaimana caranya pendidikan Kristiani bagi generasi Z bisa melayani terutama dalam konteks yang serba berbudaya populer seperti sekarang? Ruang ketiga inilah yang penulis tawarkan untuk dipikirkan oleh gereja-gereja dalam memahami generasi Z. Ruang di mana para generasi Z merasa lebih bisa memiliki percakapan yang mengalir, jujur dan relasional. Karena rasa keterbukaan adalah kunci untuk membuka pintu-pintu yang lainnya, tak terkungkung oleh tembok-tembok yang lain. Di ruang ketiga, kita tidak berbicara mengenai suatu kelompok tertentu saja sehingga menjadi eksklusif, namun terbuka untuk siapa saja dan segala kemungkinan yang bisa terjadi. Bisa jadi lagu atau musik yang kita dengarkan di tempat-tempat itu kemudian membawa hiburan bagi kita, saat hati kita sedang kalut. Atau bercakap mengenai pergumulan kita dengan orang-orang yang lain di ruang ketiga, menjadikan hati kita hangat dan lega, dan juga menjadikan kita bersyukur bahwa ternyata melalui orang-orang tersebut Tuhan sedang hadir dan menyapa kita.

Melalui ruang ketiga dengan konteks budaya populer dan dihayati dengan teologi inkarnasi maka model pendidikan Kristen yang coba ditawarkan bagi generasi Z adalah pendidikan yang bisa dikatakan lebih eksploratif namun tetap kritis baik secara tempat/ruang, isu-isu yang akan dipercahkan dan juga penghayatan akan iman. Dalam konteks budaya populer, hal-hal yang seperti media digital, produk-produk budaya populer serta tempat-tempat di luar gedung gereja menjadi hal yang bisa diadaptasi dalam komunitas pemuda dengan generasi Z. Beberapa saran konkritnya adalah sebagai berikut:

- Sesekali menggunakan ruang-ruang di luar gereja seperti kafe, kedai kopi, taman, alam bebas atau ruang publik lainnya sebagai tempat untuk saling berkomunitas dengan topik percakapan yang tidak selalu mengenai hal-hal di dalam gereja dan aktivitas yang tidak

selalu beribadah. Seperti contohnya melakukan perjalanan ke alam dengan berjalan kaki sembari mengamati jalan-jalan yang sudah dilewati dan bercakap satu dengan yang lainnya. Setiap orang bebas merefleksikan apa yang dirasakan, bagaimana kemudian juga memaknai perbuatan Tuhan secara personal, dll. Komunitas tidak menutup diri hanya pada anggota, namun memperkenalkan orang lain juga ikut bergabung.

- Dalam persekutuan pemuda, disediakan minggu khusus untuk setiap anggota komunitas membagikan pengalaman atau pergumulan apa pun, bebas dalam bertanya atau memunculkan isu untuk dipercahkan bersama.
- Membicarakan isu-isu yang dianggap tabu di masyarakat pada umumnya, misalnya seperti isu seksualitas, masalah keimanan, masalah kesehatan mental, finansial, atau topik-topik terbaru yang sedang berkembang dan kemudian melihat bagaimana kaitannya dengan pandangan Kekristenan dan atau sekaligus didialogkan dengan pandangan dari disiplin ilmu lainnya.
- Menggunakan produk-produk dari budaya populer seperti film, lagu, tulisan dsb sebagai upaya untuk generasi Z dapat mengerti dan berefleksi secara lebih baik mengenai keimanan atau pun spiritualitas. Namun tetap disertai rasa kritis dan bertanggung jawab secara teologis atas produk budaya populer yang dipilih tersebut.
- Berjumpa dengan komunitas yang berbeda seperti perjumpaan lintas iman, lintas budaya atau pun perjumpaan dengan teman-teman yang berbeda secara fisik (kaum disabilitas). Sehingga melihat perjumpaan dengan yang lainnya bukanlah sesuatu yang menakutkan, namun justru melalui perjumpaan akan saling memperkaya wawasan satu dengan yang lainnya. Selain itu melalui perjumpaan pemuda akan belajar untuk berpikir kritis, tidak terburu-buru berprasangka akan orang atau kelompok tertentu. Harapannya pemuda menyadari bahwa perjumpaan dengan yang lainnya itu sebenarnya adalah suatu hal yang biasa, bukan hal yang aneh atau tabu.

Ketika koneksi dibuat, percakapan terbentuk dan perjumpaan terjadi, ruang ketiga ini bisa menjadi ruang yang sangat sakral. Seperti sebuah ikon, kita dapat ditarik ke pertemuan dengan Yang Ilahi, dan menemukan diri kita berdiri (atau duduk) di tanah suci. Menurut Berghoef, pada saat-saat ini bahkan *pub*, menjadi sakral dengan cara yang lebih mudah diakses setiap hari. Dualisme antara sakral dan profan hanyalah semacam penghambur, dan kita melihat bahwa ada persatuan atas kesucian semua hidup dan ketika kita dapat melakukan percakapan bahkan dengan orang asing. Kita dapat memiliki keterlibatan antar manusia dan dapat mendengar kisah mereka serta dapat melihat keaslian mereka di dalamnya. Kemudian kita dapat melihat Tuhan di dalamnya. Dan itu adalah momen suci dan sakral (Anderson, 2015: 132). Ruang ketiga bukan hanya sebuah ruang atau tempat, namun sebuah relasi yang di dalamnya hadir pula Sang Ilahi itu.



Sejalan dengan hadirnya Sang Ilahi itu dalam ruang ketiga, maka sebagai pelayan gereja tantangan itu juga semakin besar. Model pendidikan yang seperti penulis sarankan di atas, memberikan tantangan bagi pelayan bahwa diperlukan hati yang benar-benar mau untuk melayani dengan persiapan yang matang. Meneladan Yesus Kristus yang juga hadir di dunia, sejatinya begitulah pelayan gereja seharusnya menghidupi pelayanannya. Tidak hanya terkungkung dalam gedung gereja, namun hadir di luarnya. Rendah hati untuk terus menerus belajar, beradaptasi dan mengasah rasa kritis akan hal-hal dan isu-isu baru di dalam mendidik generasi Z. Kerendahan hati itu juga mencakup kerendahan hati untuk belajar pada generasi Z. Interaksinya saling, tidak searah. Menghadirkan yang sakral itu di mana pun, tak terbatas pada tempat.

---

## Penutup

Generasi Z adalah generasi unik dan memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya. Maka dalam pendidikan Kristiani yang dilakukan tidak bisa terus menerus disamakan dengan cara generasi sebelum-sebelumnya, gereja harus menyadari hal itu. Di samping itu generasi Z tumbuh akrab dengan berbagai bentuk atau produk budaya populer. Tentu budaya populer juga memiliki kekurangan dan keunggulan. Jika seringkali budaya populer dilihat sebagai penghambat spiritualitas generasi muda, maka justru yang sering dilihat sebagai pelemah ini, kemudian dapat dilihat sebagai pintu masuk. Kita melihat budaya populer bukan sebagai musuh, namun sebagai sahabat.

Ruang ketiga yang dalam pandangan penulis termasuk dalam budaya populer menjadi tawaran serta tantangan bagi gereja saat ini untuk memiliki kerendahan hati turun dan menjangkau generasi Z. Namun tetap diperlukan sikap terbuka, kritis dan kontekstual untuk berdialog dengan budaya populer. Tidak berarti semua budaya populer langsung diterapkan begitu saja dalam komunitas iman. Gereja harus tetap memiliki respon yang terbuka, namun juga bertanggung jawab secara teologis. Saran penulis untuk studi lebih mendalam mengenai ruang ketiga ini difokuskan pada bagaimana model/rancangan ruang ketiga yang tepat dan kontekstual untuk konteks generasi Z di Indonesia dengan tetap memiliki landasan teologis yang kuat.

## Tentang Penulis

---

Priskila Ditya Mediawati, lahir di Malang, 16 Januari 1995, asal Greja Kristen Jawi Wetan (GKJW Pulungdowo). Program studi Magister Filsafat Keilahian ditempuh di Fakultas Teologi Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW). Email: priskiladityam@gmail.com

**Daftar Pustaka** 

---

## Buku:

- Anderson, Keith. 2015. *The Digital Cathedral*. New York: Morehouse Publishing.
- Barna Group Research. 2019. *The Connected Generation: How Christian Leaders Around the World Can Strengthen Faith and Well-Being Among 18-35 Years Olds*. US: Barna Group.
- Heryanto, Ariel (ed). 2008. *Budaya Populer di Indonesia: Mencairnya Identitas Pasca-Orde Baru*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Root, Andrew. 2007. *Revisiting Relational Youth Ministry: From a Strategy of Influence to A Theology of Incarnation*. Illinois: InterVarsity Press
- \_\_\_\_\_. 2017. *Faith Formation in A Secular Age: Responding to the Church's Obsession with Youthfulness*. Michigan: Baker Academic.
- White, James Emery. 2017. *Meet Generation Z: Understanding and Reaching The New Post-Christian World*. Michigan: Baker Books.
- Zarra, Ernest J. 2017. *Helping Parents Understand The Minds and Hearts of Generation Z*. Maryland: Rowman & Littlefield.

## Website:

- Badan Pusat Pembinaan dan Pembinaan Bahasa. t.t. *Tongkrong (Def.2)*. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*. <https://kbbi.web.id>. Diakses 10 September 2021.
- Barna Group Research. 2011. "Six Reasons Young Christians Leave Church". *Barna Group*. 27 September. <https://www.barna.com/research/six-reasons-young-christians-leave-church/>. Diakses 20 Maret 2022.
- Irawan D., Handi, dan Cemara. A Putra. t.t. "Gereja Sudah Tidak Menarik bagi Kaum Muda." *Bilangan Research Center*. <https://bilanganresearch.com/gereja-sudah-tidak-menarik-bagi-kaum-muda.html>. Diakses 23 November 2021.

---

**Catatan:**

<sup>1</sup> Barna Group adalah sebuah lembaga penelitian dengan fokus pada isu-isu yang berkaitan dengan pengembangan spiritual dan memfasilitasi pertumbuhan spiritual yang sehat dari para pemimpin, anak-anak, keluarga dan pelayan Kristen.

