

**W  
J  
R  
O  
L**

# Filsafat dan Teologi

**Dominasi Teknologi dan Kapitalisme  
(Perspektif Teori Kritis Herbert Marcuse)**  
*Kornelius Ayub Dwi Winarso*

**Fenomena Iklan Terhadap Kaum Muda  
(Sebuah Tinjauan Pastoral Menurut Dokumen  
*Christus Vivit*, Art. 79)**  
*Eric Yohanis Tatap*

**Perdamaian Melalui "Politik Cinta Kasih"  
dalam Pancasila (Dialog Antara Filsafat Politik  
Menurut Armada Riyanto  
dan Filsafat Pancasila Menurut Driyakara)**  
*Thomas Onggo Sumaryanto*

**Kebahagiaan dalam Ruang Keseharian Manusia**  
*Yakobus Banusu & Antonius Denny Firmanto*

**Kesadaran dan Kepedulian Ekologis Budaya  
dalam Upacara *Mangokal Holi***  
*Juli Antonius Sihotang*

**Spiritualitas Imam dalam Bayang-bayang  
Tantangan Pastoral**  
*Emanuel Richardus Buang Lela & Edison R.L. Tinambunan*

**Imam Pelayanan Sabda: Perspektif Spiritualitas Imam**  
*Hironimus Edison & Edison R.L. Tinambunan*

\*\*\*\*\*

TELAAH BUKU

---

# FORUM Filsafat dan Teologi

---

**P-ISSN 0853 - 0726**

FORUM is a scientific journal that aims to become a forum for new ways of doing theology and philosophy and for philosophical and theological thinking in general for students of philosophy and theology and academics and the wider community.

FORUM was founded in 1979 and is a scientific journal that elaborates philosophical and theological reflections with a multidisciplinary approach. This journal is published by STFT WidyaSasana and is published twice a year.

FORUM invites students, academics and anyone to make philosophical and theological contributions the humanities study in order to realize a life that is faithful, humanist and tolerant. Articles that are reviewed peer support and realize the new way of doing theology and philosophy. It is therefore important to agree on standards of expected ethical behavior for all parties involved in the act of publishing: authors, journal editors, peer reviewers, publishers and the public.

## **FOCUS AND SCOPE:**

FORUM focuses on philosophical and theological studies based on library studies and field research. Philosophical and theological reflections should present a systematic effort to explore new ways of doing philosophy and theology. traditions.

## **PUBLISHER :**

P3M Sekolah Tinggi Filsafat Teologi  
Widya Sasana Malang  
Jl. Terusan Rajabasa 2,  
Malang 65146 Indonesia  
Telp. 0341 - 552120  
Fax. 0341 - 566676  
Email : [forum\\_stftws@yahoo.com](mailto:forum_stftws@yahoo.com)  
Website : <http://www.forumstftws.org>

## **Editor in Chief**

HendricusPidyartoGunawan; (*Google Scholar*; *h-index*: 2);  
*WidyaSasana College of Philosophy Theology, Malang.* (Editor-in-Chief).

## **Managing Editors**

Valentinus Saeng; (*Google Scholar*; *h-index*: 2); WidyaSasana  
College of Philosophy Theology, Malang.  
Gregorius Tri Wardoyo; (*Google Scholar*; *h-index*: ); WidyaSasana  
College of Philosophy Theology, Malang.

## **Editorial Board**

Pius Pandor; (*Google Scholar*; *h-index*: 2); Widya Sasana College of  
Philosophy Theology, Malang.  
Robert Pius Manik; (*Google Scholar*; *h-index*: ); Widya Sasana  
College of Philosophy Theology, Malang.  
Benny Phang; (*Google Scholar*; *h-index*: ); Widya Sasana College of  
Philosophy Theology, Malang.  
William Chang; (*Google Scholar*; *h-index*: 5); Widya Darma  
University, Pontianak.  
Kristianus Atok; (*Google Scholar*; *h-index*: 3); STAKATN,  
Matias Daven; (*Google Scholar*; *h-index*: 1); STFK Ledalero.  
Agustinus Wisnu Dewantara; (*Google Scholar*; *h-index*: 13); Widya  
Yuwana University, Madiun.  
Carolus Borromeus Mulyatno; (*Google Scholar*; *h-index*: 4); Sanata  
Dharma University, Yogyakarta.  
Laurentius Tinambunan; (*Google Scholar*; *h-index*:); STFT  
Pematang Siantar.  
Muji Kartika Rahayu; (*Google Scholar*; *h-index*: 4); Brawijaya  
University, Malang.  
Nikasius Jatmiko; (*Google Scholar*; *h-index*: 2); Parahyangan  
University, Bandung.  
Shelomita Selamat; (*Google Scholar*; *h-index*: ); Santi Buana  
Institute, Bengkayang - Kalimantan Barat.  
Dr. I Ketut Gegel; (*Google Scholar*; *h-index*: 1); Widya Sasana  
College of Philosophy Theology, Malang.

## **English Language Advisor**

Odilia Rahayu Widji Astuti

## **Indonesian Language Advisor**

Edison R.L. Tinambunan

## **Information and Technology**

Imilda Retno Arum Sari

## **Author Guidelines**

1. Article must have between 100 and 150 words abstract in English and Indonesian with four or five keywords.
2. Article should be between 4,000 and 7,000 words, included references and footnotes.
3. Article must be a study base on either literature (text) or field research.
4. Article should be submitted in Word (single-spaced and 12-point font).
5. Please be noted that Forum allows quotation from classic languages in Latin only; any other quotations in Greek, Hebrew, Arabic etc., and any symbol characters are not permitted.
6. Heading:
  - First-level headings (e.g. Introduction, Conclusion) should be in bold with a capital letter for any proper nouns and words other than articles.
  - Second-level headings should be in bold italics with a capital letter for any proper nouns and words other than articles.
  - Third-level headings should be in italics with a capital letter for any proper nouns and words other than articles.
7. Footnote and Bibliography (see to Turabian Style).
8. The article submitted will be peer-reviewed by qualified academics; this process may take weeks or months. All submitted papers are subject to review of the editors, editorial board, and reviewers.
9. The author should be willing to respond questions from the readers of his/her article; in case there is corrections, the author must revise the article as soon as possible.

## **Guidelines for book reviews**

1. Please include, at the beginning: Author, Title, Place, Publisher, Date, number of pages, ISBN of the book reviewed.  
  
E.g., Taylor, Charles. *A Secular Age*. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press, 2007. 874+x pp. ISBN-13: 978-0-674-02676-6.
2. The review begin with abstract, three or four keywords and continue with a brief overall description of the book.
3. The review may include:
  - The content and its complexity of the book.
  - Comments on the author's style and contribution of the book.
  - Philosophical or theological methodology of presentation.
  - Position of the philosophical or theological arguments in its field.
4. The preferred format for submissions is MS-Word.
5. Review should be about 1500 words long. The name, affiliation and email address of the reviewer should appear at the end of the review.

# FENOMENA IKLAN TERHADAP KAUM MUDA

## Sebuah Tinjauan Pastoral menurut Dokumen *Christus Vivit* Art. 79

Eric Yohanis Tatap, Pr

Mahasiswa Program S-1 STFT Widya Sasana, Malang  
ericjohanes96@gmail.com

---

### Abstract

Young people are currently experiencing a crisis where advertisements are scattered here and there. Advertisements streak human life and people know everything just by looking at advertisements. However, advertising also has a dark side: it provides false information. Therefore, this article aims to explore the phenomenon of advertising that is rife in human life and especially affects young people. His finding was to design a strong pastoral structure to help the young people of the Church live out their faith in the person of Jesus Christ the True Advertiser. The method used in this paper is to use qualitative methods by means of literature study with the aim of helping to decipher the problems that are happening.

**Keywords:** Young people, Advertising, Church, Jesus Christ, Pastoral.

---

### Abstrak

Orang muda saat ini tengah mengalami krisis di mana iklan bertebaran di sana sini. Iklan mengguyuri kehidupan manusia dan manusia saat ini mengetahui segala sesuatu hanya dengan melihat iklan. Namun, iklan juga memiliki sisi gelap yaitu dengan memberikan informasi yang palsu. Maka dari itu tulisan kali ini ingin mendalami fenomena iklan yang sedang marak dalam kehidupan manusia dan secara khusus berpengaruh pada orang muda. Temuannya adalah dengan merancang suatu bangunan pastoral yang kokoh untuk membantu orang muda Gereja dalam menghayati imannya kepada pribadi Yesus Kristus Sang Iklan Sejati. Adapun metode yang digunakan dalam tulisan ini adalah menggunakan metode kualitatif dengan cara studi kepustakaan dengan tujuan untuk membantu mengurai permasalahan-permasalahan yang sedang terjadi.

**Kata Kunci:** Kaum Muda, Iklan, Gereja, Yesus Kristus, Pastoral.

---

---

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi memudahkan guyuran informasi dan iklan-iklan bermunculan dewasa ini. Kehadiran iklan di satu sisi sangat membantu manusia untuk mengetahui segala hal, serta memberi ruang gerak baginya, oleh karena iklan adalah kebutuhan manusia dalam kebutuhan harian.<sup>55</sup> Di sisi lain, iklan mengubah hidup manusia secara radikal dalam segala aspeknya, baik berupa tingkah laku, pemikiran hingga gaya hidup manusia.

Simbol iklan hadir sebagai pedang bermata dua. Di satu sisi menghanyutkan dalam kegelisahan di sisi lain sebagai sumber acuan. Adapun fenomena saat ini, kaum muda sering kali tenggelam dalam zona narsisisme-eksisisme.<sup>56</sup> Fenomena ini memiliki semboyan jika tidak narsis maka tidak ada atau sebaliknya aku narsis-eksis maka aku ada. Semboyan ini membuat kerancuan dalam diri kaum muda. Narsis dan eksis adalah keutamaan bagi kaum muda. Dalam konteks ini muncul suatu semangat baru yakni ingin tetap tampan, selalu cantik dan awet muda.

Dengan hadirnya suatu semangat baru ini membuat kaum muda mulai kehilangan orientasi dirinya sebagai seorang beriman. Gereja dalam fenomena ini gelisah akan dirinya. D dibawa ke manakah Gereja nanti? Apakah Gereja hanya sebatas pelarian? Ataupun Gereja harus narsis dan eksis dalam menampilkan kesejatan dirinya? Apa identitas Gereja saat ini? Berhadapan dengan fenomena ini Gereja tentu mengalami kegelisahan, jika kaum muda terus jatuh dalam disorientasi semangat baru ini. Tulisan kali ini ingin menjawab semua pertanyaan tersebut dengan melakukan studi pustaka untuk mengurai fenomena iklan yang terjadi.

### 1. Isi Dokumen *Christus Vivit* Art. 79

Dokumen *Christus Vivit* (Kristus Hidup) Seruan Apostolik Pasca sinode adalah sebuah dokumen Gereja yang membahas tentang seluruh orang muda Katolik dan umat Allah di dunia. Ditulis oleh Paus Fransiskus pada tahun 2019 yang lalu. Terdapat tiga gagasan besar yang ingin ditekankan dalam dokumen tersebut. Poin *pertama* ditegaskan bahwa Kristus adalah sumber hidup, Dia adalah sumber harapan manusia yang memberi kemudahan dan

---

55 Bdk. Valentinus, *Kritik Ideologi Menyibak Selubung Ideologi Kapitalis Dalam Imperium Iklan: Telaah Kritis dari Perspektif Filsafat Herbert Marcuse* (Yogyakarta: Kanisius, 2011), 20.

56 *Narsisme* dalam KBBI diartikan sebagai 1) hal atau keadaan mencintai diri sendiri; 2) hal atau keadaan mempunyai kecenderungan atau keinginan secara seksual dengan diri sendiri. *Eksisisme* dari kata *ekses* yang artinya suatu hal atau peristiwa yang melampaui batas. Kedua arti ini, Narsisme dan Eksisisme adalah sesuatu perbuatan yang dilakukan secara berlebihan. Gaya hidup seperti ini sangat digemari oleh kaum muda dengan cara menunjukkan kelebihan diri mereka melalui media-media massa berupa postingan-postingan. Lih. Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), 379 dan 1066.

kebaruan dalam hidup. Sebagai sumber hidup, Allah menginginkan agar manusia khususnya orang-orang muda ini hidup dan bersumber dari Kristus sendiri. Poin *kedua*, Kristus selalu ada dalam diri setiap manusia, Ia tidak akan membiarkan manusia hidup dalam kegelisahan dan kesusahan, karena Ia telah bangkit mengalahkan dunia dan akan membangkitkan serta memberikan harapan kepada manusia. Poin *ketiga*, dengan mempercayai, mengimani dan bersumber pada Kristus, manusia khususnya orang muda dapat bertumbuh dan berkembang dalam kekudusan hidup sehari-hari. Selain itu, orang muda harus memiliki komitmen dan tujuan yang dicapai setelah memilih jalan hidupnya masing-masing.

Secara keseluruhan isi dokumen ini terdiri dari sembilan bab. Pada bagian bab satu dan dua berisi tentang gambaran orang muda dalam diri tokoh-tokoh Kitab Suci Perjanjian Lama, Perjanjian Baru dan dari para orang kudus. Posisi artikel 79 yang penulis angkat dalam dokumen ini berada di bab tiga dengan judul "kalian adalah masa kini Allah". Orang muda sebagai masa kini Allah mengandaikan bahwa setelah menerima inspirasi dari Sabda Allah dan belajar dari para tokoh Perjanjian Lama, Perjanjian Baru dan para orang kudus, mereka sedang memperkaya diri melalui keterlibatan di tengah Gereja. Orang muda adalah mereka yang sedang dalam masa hidupnya mulai memikul tanggung jawab yang berbeda, dengan berpartisipasi bersama orang dewasa lain dalam pengembangan keluarga, masyarakat dan Gereja.<sup>57</sup> Sebelum melangkah menuju topik pembahasan yang akan ditelusuri, di sini akan dicantumkan isi dari dokumen *Christus Vivit* Art. 79. Bunyinya sebagai berikut:

Budaya masa kini menghadirkan model seseorang yang terkait erat dengan gambaran orang muda. Seseorang merasa baik apabila terlihat muda, dengan melakukan perawatan untuk menghilangkan jejak waktu. Tubuh-tubuh muda terus digunakan dalam iklan untuk dijual. Model kecantikan adalah model berusia muda, namun kita harus berhati-hati karena ini bukanlah sebuah pujian yang ditujukan bagi orang muda. Hal ini berarti bahwa orang dewasa ingin merebut kemudaan untuk dirinya sendiri, bukan karena mereka menghormati, mengasihi dan memedulikan orang muda.<sup>58</sup>

Artikel 79 yang penulis angkat dalam tulisan ini merupakan studi pertama kali yang baru dilakukan. Dengan memiliki alasan bahwa, artikel ini memiliki isi yang cukup padat maknanya, walau hanya terdiri dari satu paragraf saja. Permasalahannya berupa tindakan yang berlebih-lebihan terhadap diri manusia itu sendiri. Sebagaimana manusia dirias dalam bentuk sedemikian rupa, lalu kemudian dijadikan sebagai barang dagangan atau dijual.

---

57 Departemen Dokumentasi Dan Penerangan KWI, *Christus Vivit*, dalam Seruan Apostolik Pascasinode Paus Fransiskus 25 Maret 2019, diterjemahkan oleh Agatha Lydia Natania (Jakarta: DOKPEN KWI, 2019), art. 64, 26.

58 *Ibid.*, art. 79, 31.

Gagasan penting dari isi dokumen *Christus Vivit* art. 79 adalah tentang orang muda. Sebagaimana realita orang muda sekarang mulai menghidupi suatu semangat modelisme dalam dirinya. Semangat itu nyata dihidupi sebagai realita kehadirannya di dalam dunia. Misalnya, mulai menjaga atau merawat kecantikan, ketampanan, lalu dijadikan sebagai objek tontonan dan barang dagangan. Artikel 79 ini hadir mau memberikan suatu pemahaman baru bagi orang muda saat ini bahwa betapa berharga kesejatan diri manusia sebagai citra Allah. Dengan demikian, orang muda sadar akan keberartian dirinya dalam menghidupi semangat narsisme zaman kegemilangan ini.

## 2. Tantangan Gereja Terhadap Iklan

Dunia iklan atau periklanan pertama, tulis Marcel Danesi seorang Profesor Semiotik pada University of Toronto, dalam peradaban manusia adalah sejumlah besar tanda yang dipasang di atas pintu toko di kota-kota Timur Tengah zaman kuno.<sup>59</sup> Bahwa sejak tahun 3000 SM, masyarakat Babilonia menggunakan tanda demikian untuk mengiklankan toko-toko mereka. Demikian juga diikuti oleh bangsa Yunani dan Romawi kuno. Iklan pada zaman ini ditandai dalam bentuk visual pada ukiran-ukiran kayu dan keramik. Pada abad ke-15 diciptakannya mesin cetak yang memudahkan manusia untuk membuat poster. Pada abad ke-19 didirikannya agensi periklanan pertama di kota New York pada tahun 1842 oleh seorang wirasastrawan Philadelphia bernama Volney B. Palmer.<sup>60</sup>

Pada awal abad ke-20 ditemukannya listrik dan meningkatnya penggunaan listrik serta yang memungkinkan dunia periklanan pada poster luar ruangan yang diberi pencahayaan dan *photo- engraving* serta penemuan lain dibidang percetakan berupa editorial maupun majalah berbentuk materi gambar yang efektif untuk dimasukkan ke dalam teks iklan.<sup>61</sup> Tahun 1960-1990 adalah tahun di mana ditemukannya dunia komputerisasi. Hal ini ditandai dengan era revolusi teknologi informasi digital fase pertama yang membuat segala sesuatu dapat diakses dengan cepat dan super dahsyat.<sup>62</sup> Berlanjut pada awal abad ke-21, dunia komputerisasi yang telah digagas pada abad ke-20 kini dibaharui menjadi sesuatu yang lebih istimewa, di mana

---

59 Marcel Danesi, *Pesan Tanda dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotik dan Teori Komunikasi* (Judul Asli: *Message Signs and Meanings: A Basic Textbook in Semiotics and Communication Theory*), diterjemahkan oleh Evi Setyarini dan Lusi Lian Piantari (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), 365.

60 Ibid.

61 Lih. *Ibid.*, 366.

62 Lih. Valentinus, "The Fourth Industrial Revolution: Quo Vadis Agama Dengan Tuhannya", dalam *Siapaakah Manusia; Siapaakah Allah Menyingkap Tabir Manusia Dalam Revolusi Industri Era 4.0*, Valentinus, Antonius Denny Firmanto dan Berthold Anton Pareira (ed.) (Malang: STFT Widya Sasana, 2019), 30.

internet tersedia di berbagai tempat, *artificial inteligen* (IoT), mesin-mesin pembelajaran dan *big data*. Selain itu, hal yang tampak jelas dari temuan pada abad ini dalam bentuk *smart phone*, semua hal bisa diproses dan diakses melalui *smart phone* ini. Muncul juga aplikasi-aplikasi seperti yang digemari oleh orang muda saat ini berupa *Tik-Tok*, drama Korea (*Drakor*) dan lain sebagainya yang akan dibahas pada poin selanjutnya.

Hadirnya penemuan-penemuan ini, manusia semakin digiring masuk ke dalam suatu dunia yang mana manusia semakin tergiur dan ikut menikmati oleh karena kecanggihan teknologi tersebut. Teknologi di satu sisi menampilkan dirinya sebagai alat perpanjangan tangan sedangkan di sisi lain sebagai candu bagi manusia.<sup>63</sup> Pengertian kedua mendapat tekanan khusus karena mengandung sebuah unsur ideologi di dalamnya. Secara literer tersingkap polemik bagi manusia yang menggunakannya.

Kaum atau orang muda dalam situasi ini sering jatuh pada poin yang kedua. Mengapa demikian? Karena kaum muda hidup di dalam dunia dan bukan dunia yang hidup di dalam dirinya. Artinya, ungkapan ini mau mengatakan suatu semangat orang muda zaman ini hanya mengalir begitu saja - mengikuti arus terhadap realita dunia yang sedang terjadi tanpa memiliki suatu landasan dan pengharapan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa orang muda sekarang menghidupi suatu semangat yang disebut sebagai narsisisme-eksisisme.

Suatu fenomena ini hadir sebagai sebuah bayang-bayang yang membawa orang muda pada rasa ketertarikan dan ingin mencoba. Dalam tahapan ini akhirnya orang muda menjadi aktor yang berperan di dalamnya. Hal ini terjadi sesuai dengan fakta yang membuktikan bahwa kaum muda sering tergiur pada iklan dan narsis di setiap saat serta memposting sesuatu secara berlebihan. Dilihat dari kaca mata etis, adanya ketidakseimbangan bagi diri manusia. Dalam artian, bahwa kodrat manusia yang sesungguhnya menolak, oleh karena sejatinya manusia memiliki porsi yang demikian adanya lalu ditambah melebihi porsi yang sudah ada. Kemudian hal ini menjadi kerancuan juga bagi sahabat-sahabatnya, dipengaruhi untuk mengikuti dan menjadi indikator yang juga masuk berperan di dalamnya. Hal ini terus menjadi, berakibat, meluas, sehingga menimbulkan suatu habitus bagi diri manusia.

## 2.1 Fenomena Iklan

Iklan atau *advertising* berasal dari bahasa Latin *advertere* yang artinya mengarahkan perhatian kepada. KBBI mengartikan sebagai reklame atau pemberitahuan, dalam bahasa Jerman disebut *werbung*: kegiatan mencari pengikut, pembeli, anggota dari kata benda *anzeige* yang artinya iklan.<sup>64</sup> Iklan

---

63 Valentinus, 39.

64 Adolf Heuken, *Deutsch-Indonesisches Wörterbuch Kamus Jerman Indonesia* (Jakarta: Gramedia, 1987), 603.

dapat diartikan sebagai pemberitahuan yang mengarahkan perhatian subyek kepada obyek tertentu (iklan) dan sebagai suatu kegiatan untuk mencari pembeli dan pengikutnya. Dari kedua arti ini, iklan selain sebagai suatu informasi atau pemberitahuan, juga terkandung unsur-unsur sosio-politik di dalamnya.

Dewasa ini, dalam dunia iklan muncul sebuah persoalan yang mana iklan hadir melalui tanda yang ditampilkan, informasi yang disampaikan, makna yang diperoleh dan berkaitan dengan persepsi, pemahaman dan tingkah laku manusia. Persoalannya adalah sejauh mana iklan menampilkan realitas tentang sebuah produk yang ditawarkan atau hanya sebaliknya? Yasraf Amir Piliang melihat bahwa iklan yang ditampilkan zaman sekarang ini banyak menampilkan sebuah kebohongan.<sup>65</sup> Misalkan dalam sebuah iklan produk yang ditampilkan demikian menarik, ketika digunakan tidak ada manfaat dan perubahan sama sekali. Inilah disebut sebagai kejahatan dalam dunia iklan. Marcel Danesi menyebutnya bahwa iklan dalam hal ini hanya bertujuan dan mengangkat serta memancarkan nilai-nilai kenikmatan dalam hidup.<sup>66</sup>

Rolan Barthes dalam bukunya berjudul *Mythologies* menggunakan kata *neomania* untuk menekankan konsekuensi sosial secara keseluruhan dari hidup di tengah masyarakat konsumeris yang informasinya diberikan dari pesan iklan. Barthes mendefinisikan *neomania* sebagai selera tak terpuaskan akan obyek-obyek baru untuk dikonsumsi yang ditimbulkan sebagai pemikiran kelompok oleh iklan dan pariwisata yang tanpa henti menyemburkan satu janji untuk semua orang.<sup>67</sup> Dengan kata lain, kebahagiaan, kemudahan, keberhasilan, status, kemewahan, *fashion* dan pesan umum dalam iklan adalah sebuah solusi terhadap masalah manusia dan dapat ditemukan hanya dengan membeli dan mengonsumsi produk dari iklan tersebut.

Situasi kaum muda saat ini tengah mengalami dilema iklan yang menggiurkan. Hal ini dapat dilihat dari hadirnya iklan seperti produk kecantikan. Situasi ini di satu sisi menggembirakan mereka karena dapat mengenal produk baru yang saat ini sedang naik daun. Di sisi lain membuat mereka semakin mengalami dilema karena iklan produk kecantikan itu terus memberikan sesuatu yang baru, sehingga dari pada itu kebingungan ini membuat mereka semakin memilih secara terus menerus mana yang lebih dan paling baik. Dalam situasi seperti ini manusia atau subyek yang sedang mengalami situasi itu jatuh dalam jurang hedonistis. Tidak puas akan kepemilikan dan ingin memiliki yang lain atau baru.

---

65 Lih. Yasraf Amir Piliang, *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna* (Yogyakarta: Jalasutra, 2003), 279.

66 Marcel Danesi, 363.

67 Roland Barthes, *Mythologies* (Paris: Seuil, 1957), 110.

Fenomena selanjutnya adalah dunia *game*.<sup>68</sup> *Game* hadir dalam suatu dimensi yang berlainan dengan kenyataan. Terlihat bahwa *game* menampilkan bentuk kartun yang di mana hal ini sangat digemari oleh para kaum muda saat ini. Selain itu dimensinya menarik minat dalam suatu pertarungan sengit yang tak berhingga. Dari ketertarikan ini membuat semacam kompetisi di dalamnya, agar dapat berlaga dan memperebutkan suatu kejuaraan. Selain itu dalam beberapa survei mengatakan bahwa *game* juga dapat meningkatkan keaktifan dan kreativitas otak saat bekerja. Tapi pertanyaannya adalah apakah benar hal ini demikian? Bukankah hanya membuang energi dan waktu begitu saja?

Fenomena lain yang lagi *booming* saat ini adalah Drama Korea (*Drakor*)<sup>69</sup> dan *Tik-Tok*.<sup>70</sup> Ini merupakan suatu sikap antusiasme anak muda sekarang dalam berlomba-lomba mempraktikkan dan menghidupi suatu gairah dan semangat hidup yang kekorea-koreaan. Lebih parahnya lagi orang-orang Korea dijadikan sebuah obyek dan bayang-bayang diri mereka kelak akan menjadi seperti itu. Lebih jauh lagi dapat dilihat dari gaya rambut, berpakaian, gaya bicara dan sebagainya. Dalam *Tik-Tok* dunia yang dihadirkan adalah bentuk kesenangan manusia dalam memamerkan dirinya sebagai sesuatu yang baik, keren, cantik, gemulai dan sebagainya. Dunia-dunia seperti inilah yang membuat kaum muda saat ini terus antusias dan bersemangat tampil beda dalam keunikan dan keberlainannya dari yang lain.

## 2.2 Gereja Dalam Krisis

Berhadapan dengan fenomena dan situasi kaum muda saat ini maka Gereja dengan ini juga tengah menghadapi suatu krisis. Krisis di mana Gereja akan menghadapi kaum muda yang tengah larut dalam dunia narsisisme dan eksisisme yang marak. Dalam artian bahwa iman umat yang terdapat dalam kaum muda itu sendiri mengalami kekaburan oleh karena yang menjadi sumber utama dalam hidup dijadikan sebagai sumber kedua. Bahwa

---

68 *Game* dalam kamus bahasa Inggris disebut permainan atau pertandingan. *Game* adalah aplikasi permainan dalam dunia internet yang dilakukan dan dimainkan dalam suatu pertandingan menarik. Hal ini merupakan bentuk aplikasi pelarian bagi kaum muda ketika mengalami kejenuhan. Lih. John M. Echols and Hassan Shadeily, *Kamus Inggris Indonesia* (Judul Asli: An English-Indonesian Dictionary), (Jakarta: Gramedia, 2007), 263.

69 *Drakor* adalah singkatan yang dipakai untuk menggabungkan dua kata dari Drama Korea. Drama Korea ini digemari oleh orang muda saat ini, yang mana dalam drama-drama itu memperlihatkan sisi romantis dalam kehidupan orang-orang Korea. Lih. Difa dalam *brainly.co.id*, diunduh pada 10 Desember 2020, pukul 20.33 WIB.

70 *Tik-Tok* atau dengan kata lain *Douyin* yang artinya video pendek-vibrato. Sebuah aplikasi yang merupakan pementasan atau sering disebut pelampiasan diri ketika mengalami kejenuhan dalam bekerja. Selain itu aplikasi ini adalah sebuah pameran identitas untuk menampilkan kehadirannya di dalam dunia. Lih. *Wikipedia.org*, diunduh pada 10 Desember 2020, pukul 20.35 WIB.

hal yang mendapat perhatian khusus dan utama adalah hal-hal yang berkaitan dengan dunia narsisisme dan eksisisme, sedangkan iman kepada Kristus dijadikan kebutuhan tambahan.

Hal ini bukan merupakan suatu bentuk kekeliruan, melainkan suatu simbol yang mendatangkan kekaburan makna. Bandingkan saja sebelum hadirnya dunia periklanan atau zaman teknologi, manusia hanya memiliki satu pilihan saja. Namun, setelah munculnya zaman kejayaan ini, manusia dihadapkan pada banyak pilihan, sehingga manusia kehilangan orientasi untuk memilih bahkan mendapatkan.

Berhadapan dengan fenomena kaum muda saat ini, bagaimana Gereja harus melakukan suatu tindakan pastoral yang dapat menarik kembali umat secara khusus orang muda, untuk menemukan suatu jalan yang benar. Sekali lagi orang muda memang masih dalam tahapan kekaburan terhadap bayang-bayang iklan yang kian menarik dan mempesona. Untuk itu Gereja mulai saat ini merangkul umat untuk memberikan pembinaan yang baik dan bijak dalam menghadapi situasi yang dialami oleh orang muda ini.

Gereja dalam hal ini mengambil suatu tindakan yang tertuang dalam Dokumen berjudul “Gereja dan Internet Etika dan Internet Perkembangan Cepat” di sana ditegaskan bahwa media komunikasi sosial membawa berita-berita dan informasi mengenai peristiwa-peristiwa keagamaan, gagasan-gagasan keagamaan, dan tokoh-tokoh agama; media merupakan alat untuk evangelisasi dan katekese.<sup>71</sup> Gereja mengajarkan bahwa media komunikasi yang digunakan bukan hanya untuk kebutuhan sehari-hari, memberi informasi dan lain sebagainya, tetapi melainkan kepada pewartaan. Dengan ini jelas bahwa Gereja sudah mengambil alih terhadap fenomena iklan, hanya saja tergantung pada subyek pengguna, sejauh mana ia menggunakan hal itu secara baik.

### 3. Tinjauan Terhadap Kaum Muda

Pada uraian ini akan diberikan tahap-tahapan dasar dalam menganalisis apa yang menjadi sasaran dan keraguan kaum muda saat ini terhadap dilema iklan yang marak. Kisaran ini ditinjau dalam sudut pandang psikologis, sosiologis, budaya dan religius dengan tujuan agar orang muda mengenal integritas diri dalam kehausan mekanisme peradaban zaman dan keagungan teknologi.

*Ditinjau dalam sudut pandang psikologis.* Pada tahapan ini kaum muda tengah berhadapan dengan apa yang disebut mendalami gambaran pribadi yang organis melalui proses pemilihan, penataan dan penyatuan terhadap

---

71 Departemen Dokumentasi Dan Penerangan KWI, *Gereja dan Internet Etika dan Internet Perkembangan Cepat*, diterjemahkan oleh F.X. Adisusanto (Jakarta: DOKPEN KWI, 2019), art. 5, 14.

nilai-nilai sosio-budaya yang dijumpai dalam lingkup hidup kesehariannya.<sup>72</sup> Pengenalan diri ini terus mereka cari, namun pada proses pencariannya terjun dalam dunia viral seperti narsisisme dan eksisisme. Dengan melakukan suatu narsis mereka dapat mengetahui diri sebagai pribadi yang baik, ganteng, indah, mempesona dan sebagainya.

*Ditinjau dalam sudut pandang sosiologis.* Pada tahapan ini kaum muda mulai menyadari bahwa dirinya tengah mengalami kematangan sosial, sebagai suatu generasi baru dan sebagai sub-kultur baru.<sup>73</sup> Kematangan sosial pada bagian ini adalah suatu proses menuju pengakuan dan penerimaan dirinya serta memiliki kewajiban sebagai seorang dewasa. Artinya bahwa tidak ada keraguan lagi dalam dirinya untuk melakukan hal apa saja. Sehingga dalam situasi ini terlihat bahwa dari sudut pandang ini kaum muda bebas saja melakukan narsis (iklan) sebagai suatu simbol kematangan pada dunia modern.

*Ditinjau dalam sudut pandang budaya.* Pada bagian ini kaum muda menyadari dirinya sebagai generasi yang hadir dalam suatu budaya, menghidupi budaya dan berbudaya dalam dunia.<sup>74</sup> Artinya hadir dalam budaya, tinggal dan mengikuti unsur yang ada di dalamnya. Sudut pandang ini mau mengatakan bahwa kaum muda saat ini harus mengembangkan segala sesuatu yang ada di dalam budaya itu dan menjadikan hal tersebut sebagai sesuatu yang lebih bermanfaat dan berguna bagi dirinya dan juga bagi orang lain.

*Ditinjau dalam sudut pandang religius.* Pada bagian ini kaum muda disadarkan pada periode di mana mereka mengalami suatu kematangan spiritual-rohaniah, pembentukan nilai-nilai moral dan prinsip-prinsip etis.<sup>75</sup> Kesadaran ini membantu kaum muda itu sendiri untuk menemukan kembali kesejatian dirinya sebagai orang beriman Katolik yang mempercayai Yesus Kristus adalah Sang Sumber Penyelamat umat manusia. Sehingga pada bagian ini adanya suatu kekuatan dan daya bagi kaum muda sebagai orang yang beriman walaupun di samping itu ada tantangan zaman.

Dari keempat tinjauan ini, muncul sebuah pertanyaan bahwa apa sebenarnya yang sangat diharapkan oleh orang muda saat ini? Jika ditelusuri secara lebih dalam, orang muda saat ini memerlukan suatu pembinaan yang dasar dan memperkenalkan kesejatian pribadi Kristus sebagai Sang Iklan Sejati (Bdk. Why. 22:16). Dengan tujuan agar mereka semakin menemukan diri

---

72 Bdk. Adi Saptowidodo, *Diktat Pastoral Kaum Muda II* (Malang: STFT Widya Sasana, 2010), 3, *unpublish.*

73 *Ibid.*, 4.

74 Bdk. Clifford Geerts, *Tafsir Kebudayaan* (Judul Asli: *The Interpretation of Culture*), diterjemahkan oleh F. Budi Hardiman (Yogyakarta: Kanisius, 1992), 40.

75 Bdk. Adi Saptowidodo, 5.

sebagai manusia yang berbudi baik, tahu melakukan apa yang baik dan mengenal bahwa ia adalah secitra dengan Allah. Maka dengan rasa kesadaran itu orang muda sadar bahwa Gereja saat ini sangat membutuhkan mereka sebagai perpanjangan tangan Allah. Dalam situasi yang seperti ini, Gereja harus merangkul orang muda dan memberikan sebuah pengharapan kepada mereka. Dengan demikian mereka mengetahui keberartian sebuah hidup yang akan dijalani dalam dunia ini.

#### **4. Membangun Fondasi Pastoral “Gamblang” Dari Dokumen *Christus Vivit* Art. 79**

Setelah melihat dan mengenal keempat tinjauan terhadap kaum muda di atas maka pada bagian ini perlunya mengadakan suatu rancang bangun pastoral yang gamblang dan kokoh. Tujuannya agar membantu kaum muda mengenal diri, mengenal tujuan hidup dan secara khusus mengenal iman dalam pribadi Yesus Kristus. Dalam hal ini perlu memperkenalkan secara lebih mendalam bahwa Gereja adalah pembawa harapan bagi kaum muda. Harapan itu terlihat dalam pribadi Yesus Kristus karena Dia adalah “iklan” yang layak dijadikan sebagai sarana dan ekspresi iman bagi kaum muda saat ini.

##### **4.1 Pembinaan Dasar: Gereja Pembawa Harapan Bagi Orang Muda**

Dalam fenomena yang digeluti oleh orang muda saat ini, Gereja secara sadar telah menerbitkan sebuah dokumen dengan judul *Christus Vivit* (Kristus Hidup) yang berisi fenomena, tantangan dan tanggapan atas realita-realita itu. Selain itu dokumen ini juga memberikan sebuah gambaran serta kepastian cara berpastoral yang gamblang dalam dunia, secara khusus dalam dunia orang muda.

Hal pertama yang digelari dalam dokumen *Christus Vivit* terutama terhadap realita-realita kaum muda saat ini adalah Gereja harus ikut menjadi muda.<sup>76</sup> Artinya, Gereja ikut terjun dalam peziarahan orang muda saat ini. Tetapi memiliki sasaran yang tepat bahwa ikut berdinamika dengan mereka agar kaum muda sungguh-sungguh merasakan kehadiran Gereja bagi diri mereka. Dengan itu, mereka bisa memaknai diri dan mulai mengikuti apa yang menjadi instruksi-ajaran-ajakan dari Gereja itu sendiri.

Tenggelam dan ikut berdinamika tentu memiliki cakupan yang luas. Karena harus memperhatikan gerak serta lingkup kaum muda saat ini yang sedang mereka gemari. Hal ini sering disebut dalam bahasa Kitab Suci dengan ungkapan mengenal tanda-tanda zaman (Bdk. Mat. 16:3; 24:3,30). Sebagai

---

<sup>76</sup> Departemen Dokumentasi Dan Penerangan KWI, *Christus Vivit*, dalam Seruan Apostolik Pasca sinode Paus Fransiskus 25 Maret 2019, diterjemahkan oleh Agatha Lydia Natania (Jakarta: DOKPEN KWI, 2019), art. 34, 18.

praktisi pastoral ataupun yang menjalankan pastoral tahu dan mengerti dengan sungguh bagaimana dapat menjalankan suatu sistem pastoral yang baik. Yang harus dikerjakan adalah mengadakan pembinaan dasar yakni memperkenalkan secara tuntas apakah Gereja itu; hidup, karya dan tujuannya.

Gereja dalam hal ini harus diperkenalkan pada kaum muda bahwa Gereja itulah atau kita sendirilah sebagai umat-Nya yang merupakan pembawa gerakan dan pengharapan bagi perkembangan Gereja khususnya iman. Iman tidak lain dan tidak bukan adalah mengarah kepada pribadi Yesus dengan segala karya dalam hidup-Nya. Sebagai sebuah harapan bagi kaum muda, Gereja terus memperbaharui diri dan mengerti tanda-tanda zaman seperti yang ditekankan dalam dokumen *Christus Vivit*.<sup>77</sup> Gereja memperbaharui diri dengan cara hadir membawa suatu perubahan serta pengharapan bagi orang muda yang haus akan kebenaran-kebenaran Injili.

Dalam hal ini praktisi pastoral perlu untuk memberitakan sukacita Injil bagi orang muda.<sup>78</sup> Dengan tujuan agar mereka senantiasa tinggal dalam Sabda dan Sabda itu berbuah bagi diri mereka (Bdk. Mzm. 68:12). Selain itu hal lain yang perlu disadari adalah mengerti tanda-tanda zaman (Bdk. Mrk. 8:12). Artinya, mengerti serta memahami apa yang menjadi perhatian orang muda saat ini dengan tujuan mulia adalah menciptakan suatu keselarasan hidup yang berkenan dengan Allah.

#### **4.2 Ekspresi Iman: Yesus Kristus Sang Sumber Iklan Sejati Bagi Orang Muda**

Dalam bayang-bayang iklan yang menggiurkan dan membingungkan ini sering kali membuat manusia jatuh dalam sebuah urusan tentang *performance*. Artinya, sibuk mengurus tampilan-tampilan belaka. Tampilan memiliki daya kekuatan yang luar biasa karena berkaitan dengan ungkapan hidup atau hidup itu sendiri. Namun, dikala mengalami rasa kebingungan, manusia tidak merasakan bahwa tampilan itu menyinggung sisi kehidupan.

Bertolak dari hal ini ada suatu semangat yang ingin dibangun, yakni agar dapat dikenal dan dikagumi.<sup>79</sup> Lebih jauh lagi bertolak dari pemahaman tentang manusia akan dirinya sebagai makhluk yang kreatif terhadap hidup. Baginya tampilan atau narsis lebih mengungkapkan hidup, tapi belum tentu jika disandingkan dengan mereka yang mengalami cacat fisik.

---

77 *Ibid.*, art. 39, 19.

78 Bdk. Departemen Dokumentasi Dan Penerangan KWI, *Evangelii Gaudium*, dalam Seruan Apostolik Paus Fransiskus 24 November 2013, diterjemahkan oleh F.X. Adisusanto dan Bernadeta Harini Tri Prasasti (Jakarta: Dokpen KWI, 2019), art. 4, 12.

79 Bdk. Wimbido Purnomo, "Spiritualitas Kenosis: Sebuah Alternatif Bagi Problematika Fenomena Narsisisme", dalam *Jurnal Perspektif Agama dan Kebudayaan*, Vol. 11 - No. 2 (Malang: Aditya Wacana, 2016), 186.

Jika bertolak dari fenomena kesibukan tampilan ini Gereja mau berbicara apa kepada orang muda? Gereja perlu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai iklan, tampilan dan narsistik. Seperti yang digagas dalam dokumen Gereja yaitu *Gereja dan Internet, Etika dalam Internet dan perkembangan cepat* dikatakan bahwa media komunikasi Gereja menemukan bantuan berharga untuk menyebarkan Injil dan nilai-nilai keagamaan, untuk memajukan dialog, kerja sama ekumenis dan antaragama, juga untuk membela prinsip-prinsip kokoh yang harus ada untuk membangun suatu masyarakat yang menghargai martabat pribadi manusia dan memiliki perhatian terhadap kebaikan bersama.<sup>80</sup> Pesan ini mau mengatakan bahwa hadirnya bentuk-bentuk sarana dan prasarana ini ingin membantu Gereja saat ini dalamewartakan kabar gembira Tuhan. Namun, dalam disposisi ini, banyak yang salah menggunakan. Maka dari itu perlu mengadakan pendalaman tentang materi ini kepada kaum muda agar benar-benar paham apa yang menjadi maksud dan tujuan dokumen ini ditulis dan diterbitkan bagi umat manusia.

Selain itu, cara lain adalah dengan mendalami kebermaknaan pribadi Yesus sebagai Sang Iklan Sejati. Artinya, memberikan sebuah pemahaman dan pengharapan yang pasti bagi mereka. Pemahaman itu berangkat dari penjelasan mengenai Salib Kristus. Salib Kristus adalah tanda kemenangan sekaligus tanda yang menggembirakan bagi manusia (Bdk. 1Kor 2:2). Hal ini perlu dijelaskan secara lebih dalam bahwa Yesus disalibkan dengan tujuan mulia ingin memulihkan hubungan antara manusia dengan Allah yang telah dirusak akibat perbuatan dosa. Maka dari itu Yesus harus dihina melalui cara kematian atau kalah terhadap dunia tapi memberikan kemenangan terhadap Surga-Ilahi. Hal-hal semacam ini perlu diberi pemahaman yang baik terhadap orang muda, bahwa mereka harus memahami apa arti dari perbuatan mereka selama ini yang hanya ingin menampilkan dirinya paling baik di hadapan publik. Dalam hal ini mereka belum sampai pada suatu pemahaman keberartian hidup itu sendiri.

Gereja juga mengajarkan dalam dokumen *Christus Vivit* bahwa orang muda merupakan pelaku reksa pastoral.<sup>81</sup> Namun, pada saat bersamaan mereka tentu memerlukan pendampingan dan bimbingan dengan tujuan agar selalu bebas untuk menemukan jalan-jalan baru dengan kreativitas dan keberanian mereka masing-masing.<sup>82</sup> Singkatnya orang muda adalah pelaku dari reksa pastoral dan mereka juga adalah Gereja itu sendiri. Mereka adalah masa kini dan masa depan Gereja, sehingga mereka harus tahu dan mengerti bagaimana cara untuk memajukan serta mengembangkan iman Gereja. Tanpa suatu pendampingan terhadap mereka terlebih dahulu, tentu mereka juga akan mengalami banyak kesulitan dan kebingungan. Maka dalam hal ini perlu

---

80 *Gereja dan Internet, Etika dalam Internet dan perkembangan cepat*, art. 7, 53.

81 *Christus Vivit*, art. 169, 64.

82 Bdk. *Ibid.*, art. 204, 77.

mengadakan suatu dialog yang secara terus-menerus agar dapat membantu mereka yang mungkin mengalami krisis, hambatan, tantangan dan lain sebagainya. Sehingga iklan dan suatu sikap narsis pada saatnya dapat dipahami, dimengerti dan ditanggapi secara lebih baik dan kritis terutama bagi mereka yang sudah mendarah-dagingkan fenomena iklan itu.

## Penutup

Berhadapan dengan situasi kaum muda dan Gereja saat ini, terdapat sebuah nuansa yang bersifat manusiawi dan Ilahi. Artinya, bahwa terdapat jurang di antara kedua hal tersebut. Jurang ini kian memisahkan namun pada kenyataan menyatukan juga. Jurang yang terus membawa serta menghanyutkan seperti arus di sungai kini menemukan daratan yang menyelamatkan. Kaum muda yang sangat terpesona dalam bayang-bayang iklan melalui narsisisme dan eksisisme kini menemukan alasan dan kebermaknaan yang sesungguhnya dalam pribadi Yesus Kristus. Karena apalah arti dari semua itu jika tidak ditambahkan dengan unsur yang bernuansa rohaniah atau spiritual. Hal ini mendapat tekanan khusus bagi kaum muda saat ini, agar mereka dapat memanfaatkan iklan sebagai media atau bentuk ekspresi iman kepada Yesus Kristus atas hidup dan kehidupan di dunia yang fana sekaligus menggembirakan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

### *Dokumen Gereja:*

- Departemen Dokumentasi Dan Penerangan KWI. *Christus Vivit*. Dalam Seruan Apostolik Pascasinode Paus Fransiskus 25 Maret 2019. Diterjemahkan Oleh Agatha Lydia Natania. Jakarta: DOKPEN KWI, 2019.
- \_\_\_\_\_. *Evangelii Gaudium*. Dalam Seruan Apostolik Paus Fransiskus 24 November 2013. Diterjemahkan oleh F.X. Adisusanto dan Bernadeta Harini Tri Prasasti. Jakarta: Dokpen KWI, 2019.
- \_\_\_\_\_. *Gereja dan Internet, Etika dalam Internet dan perkembangan cepat*. Dalam Dewan Kepausan Untuk Komunikasi Sosial 22 Februari 2002 dan Surat Apostolik Paus Yohanes Paulus II 24 Januari 2005. Diterjemahkan oleh F.X. Adisusanto. Jakarta: Dokpen KWI, 2019.

### *Buku Penunjang:*

- Barthes, Roland. *Mythologies*. Paris: Seuil, 1957.
- Danesi, Marcel. *Pesan Tanda dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotik dan Teori Komunikasi* (Judul Asli: *Message Signs and Meanings: A Basic Textbook in Semiotics and Communication Theory*). Diterjemahkan oleh Evi Setyarini dan Lusi Lian Piantari. Yogyakarta: Jalasutra, 2010.

- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.
- Geerts, Clifford. *Tafsir Kebudayaan* (Judul Asli: *The Interpretation of Culture*). Diterjemahkan oleh F. Budi Hardiman. Yogyakarta: Kanisius, 1992.
- Heuken, Adolf. *Deutsch-Indonesisches Wörterbuch Kamus Jerman Indonesia*. Jakarta: Gramedia, 1987.
- Piliang, Yasraf Amir. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra, 2003.
- Saptowidodo, Adi. *Diktat Pastoral Kaum Muda II*. Malang: STFT Widya Sasana, 2010. Unpublish.
- Valentinus. *Kritik Ideologi Menyibak Selubung Ideologi Kapitalis Dalam Imperium Iklan: Telaah Kritis Dari Perspektif Filsafat Herbert Marcuse*. Yogyakarta: Kanisius, 2011.
- Valentinus. "The Fourth Industrial Revolution: Quo Vadis Agama Dengan Tuhannya". Dalam *Siapakah Manusia; Siapakah Allah Menyingkap Tabir Manusia Dalam Revolusi Industri Era 4.0*. Valentinus, Antonius Denny Firmanto dan Berthold Anton Pareire. (Ed.). Malang: STFT Widya Sasana, 2019.

**Jurnal:**

- Purnomo, Wimbido. "Spiritualitas Kenosis: Sebuah Alternatif Bagi Problematika Fenomena Narsisme". Dalam *Jurnal Perspektif Agama dan Kebudayaan*. Vol. 11 - No. 2. Malang: Aditya Wacana, 2016.