

ABSTRAK

Selama ini gereja dan pasar sering ditempatkan dalam posisi antagonistik. Kini, posisi itu tampaknya sudah bergeser: tidak antagonistik lagi melainkan malah berduet dengan harmonis. Penelitian ini mengkaji fenomena pergeseran tersebut. Gereja dan pasar, dua hal yang dipahami secara berbeda, dalam kenyataannya sekarang ini bergabung menjadi satu. Sadar atau tidak sadar manusia tidak bebas memilih apa yang diinginkannya, melainkan mensintesakan pilihan-pilihan tersebut. Dalam penelitian ini, pilihan tersebut adalah soal ibadah dan belanja.

Untuk mendapatkan pengetahuan tentang fenomena di atas, ada beberapa masalah yang akan dijawab, yaitu bagaimana proses pembentukan gereja di mal, sejauh mana model bergereja di mal menyerupai model konsumsi, dan realitas sosial seperti apakah yang terlahir lewat pola menggereja di mal? Melalui dinamika ibadah dan konsumsi di gereja mal kita akan melihat budaya massa yang berkembang saat ini sebagai ciri dari masyarakat konsumsi.

Untuk mendukung pencarian jawaban atas fenomena di atas, penulis melakukan penelitian lapangan di Jakarta dan Yogyakarta. Data empirik sangat penting untuk mengetahui pengalaman orang-orang yang selama ini belum terjangkau oleh konsep-konsep tertentu. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode wawancara dan pengamatan langsung di lapangan. Melalui metode ini, penulis akan menemukan bagaimana kegairahan ibadah dan belanja dalam pesona mal. Data yang diperoleh dalam penelitian lapangan akan diolah dengan bantuan dari kerangka teoretis yang diambil dari Interaksionisme Simbolik karya George Herbert Mead dan Sosiologi Konsumsi Jean Baudrillard.

Akhirnya, penelitian ini menemukan beberapa temuan yang menarik untuk dicermati. Temuan-temuan itu antara lain: adanya kemiripan dalam pola beribadah dan pola berkonsumsi di gereja mal. Kemiripan itu tampak lewat besarnya hasrat beribadah dan pemuasan yang diperoleh dalam beribadah di gereja mal serta kepuasan hasrat belanja dalam konsumsi barang-barang yang dipamerkan di toko-

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

toko yang terdapat di mal. Gereja mal juga melahirkan suatu realitas sosial baru bagi cara menggereja (*ekklesiologi*) umat yang datang ke sana, jika dibandingkan dengan gereja-gereja arus utama. Orang terhisap masuk menjadi bagian dari komunitas bukan hanya berdasarkan keimanan atau kebutuhan, melainkan berdasarkan interaksi simbolis dan nilai tanda konsumsi yang ditafsirkan dalam pola-pola hubungan seorang dengan yang lainnya.

ABSTRACT

During times, the church and the marketplace are often placed in antagonistic positions. Now, that position seems to have shifted: no longer antagonistic but even a duet with harmony. This research examines the shifting phenomenon. Church and market, two things that were understood differently, in fact now joined into one. Conscious or not, human beings are not free to choose what they want, but synthesizes these choices. In this research, the choice is a matter of worship and shopping.

There are several issues to be answered to know about the phenomenon: the process of establishing the church at the mall, the extent of the in-mall church model resembles the model of consumption, and the kind of social life realities that was born through the in-mall church pattern. Through the dynamics of in-mall church worship and culture of consumption, we will see a mass culture that was growing as a hallmark of consumptive society today.

To support the search for answers to this phenomenon, I conducted field research in Jakarta and Yogyakarta. I believe that empirical data is very important to know people experiences that so far have not been answered by certain concepts. Therefore, in this research, I use interviews and observations directly in the field as methods. Through this method, I will find people excitement and how they got enchanted by the way of worship and shopping malls. The data which was obtained in field will be processed with the help of a theoretical framework drawn from the theory of symbolic interactionism by George Herbert Mead and the Sociology of Consumption by Jean Baudrillard.

Finally, this research found some interesting findings to be observed. The findings include: the similar pattern of in-mall church worship and consumption in mall. Similarities were looked from the desire and satisfaction gained within the worship in an in-mall church as well as satisfaction and desire in the consumption of goods that were displayed in stores within shopping malls. In-mall church also gave

PLAGIAT MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

birth to a new social reality of how people go to in-mall church (ecclesiology) compares to the main stream churches. People who get into a part of the community were not based on faith or needs only, but by the symbolic interaction and sign of consumption values that were interpreted in patterns of relationship one with the other.

