

ABSTRAK

Perilaku konsumerisme merupakan fenomena sosial yang semakin menguat dalam kehidupan masyarakat modern, termasuk dalam konteks kehidupan bergereja. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis perilaku konsumerisme yang terjadi dalam Jemaat GMIT Efata Liliba, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhinya, serta merefleksikan fenomena tersebut dalam terang ugahari. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dengan metode deskriptif-analitis. Data diperoleh melalui observasi lapangan, kuesioner, dan wawancara dengan warga jemaat serta pelayan gereja, yang kemudian dianalisis secara sosial dan teologis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumerisme dalam Jemaat GMIT Efata Liliba tidak hadir secara tiba-tiba, melainkan terbentuk melalui interaksi berbagai faktor struktural dan kultural, seperti perkembangan teknologi digital, pengaruh media sosial dan iklan, lingkungan pergaulan, serta kedekatan geografis jemaat dengan pusat-pusat perbelanjaan modern. Konsumerisme tampak dalam pola konsumsi yang berorientasi pada keinginan, tren, dan simbol sosial, sehingga batas antara kebutuhan dan keinginan menjadi kabur. Kondisi ini berdampak pada meningkatnya tekanan ekonomi, melemahnya solidaritas sosial, munculnya ketimpangan relasi antarjemaat, serta pergeseran nilai-nilai spiritual seperti kesederhanaan, pengendalian diri, dan kepedulian terhadap sesama.

Dalam perspektif hidup ugahari, konsumerisme dipahami sebagai persoalan yang menyangkut moral individu, tetapi juga berkaitan dengan sistem ekonomi dan budaya yang populer. Iman Kristen tidak dapat dipisahkan dari praksis hidup ugahari terhadap ketidakadilan sosial. Oleh karena itu, gereja dipanggil untuk menghadirkan praksis iman yang membebaskan melalui pengembangan kesadaran kritis jemaat, diakonia yang transformatif, serta pembentukan pola hidup berjemaat yang berlandaskan pada nilai-nilai Kerajaan Allah, yaitu keadilan, kesederhanaan, solidaritas, dan kesejahteraan bersama.

Kata kunci: Konsumerisme, Hidup Ugahari, GMIT Efata Liliba.

ABSTRACT

Consumerism is a social phenomenon that is increasingly prevalent in modern society, including in the context of church life. This study aims to describe and analyze consumerism within the GMIT Efata Liliba congregation, identify the factors influencing it, and reflect on this phenomenon in the light of modernity. This study employed qualitative and quantitative approaches with descriptive-analytical methods. Data were obtained through field observations, questionnaires, and interviews with congregation members and church ministers, which were then analyzed socially and theologically. The results indicate that consumerism within the GMIT Efata Liliba congregation did not emerge spontaneously but rather was formed through the interaction of various structural and cultural factors, such as the development of digital technology, the influence of social media and advertising, the social environment, and the congregation's geographic proximity to modern shopping centers. Consumerism is evident in consumption patterns oriented towards desires, trends, and social symbols, blurring the boundaries between needs and wants. This situation has resulted in increased economic pressure, weakened social solidarity, the emergence of unequal relations between congregations, and a shift in spiritual values such as simplicity, self-control, and concern for others. From a sober perspective, consumerism is understood as a matter of individual morality, but also related to the economic system and popular culture. Christian faith cannot be separated from the practice of sober living in response to social injustice. Therefore, the church is called to present a liberating practice of faith through the development of critical congregational awareness, transformative diaconia, and the formation of a congregational lifestyle based on the values of the Kingdom of God: justice, simplicity, solidarity, and the common good.

Keywords: *Consumerism, Sober Living, GMIT Efata Liliba.*