

Media Sosial Sebagai Penjalin Hubungan antara Gereja dan Jemaat

Frimus Kennedy Hendarwin¹, Yugih Setyanto^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: frimus.915190124@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: yugihs@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal: 09-12-2022, revisi tanggal: 07-01-2023, diterima untuk diterbitkan tanggal: 05-02-2023

Abstract

Through the development of existing technology, social media is very influential in human life. During this pandemic, the church has experienced a decline in its relationship with the congregation. With social media, it really helps the church in establishing relationships with congregations. Researchers conducted research on the use of church social media in establishing relationships with congregations. The purpose of this research is to find out how the church can utilize social media in establishing relationships with congregations. The theory used in this study is the theory of internal communication, community relations, new media, and social media. In this study, researchers used qualitative research methods by collecting data by means of interviews, observation and documentation. The results of this study indicate that GBI PRJ has carried out routine and active strategies in attracting congregations, social media as a means of communication and obstacles in establishing relationships with congregations. The conclusion of this research is that the application of social media that has been carried out is quite good in establishing relationships with the congregation because the church presents all information in full using an attractive design, and is clear in the information and captions conveyed as well as efforts to overcome obstacles that occur in the congregation regarding information social media use.

Keywords: *establishing relationships, social media, utilize social media*

Abstrak

Media sosial sangat berpengaruh di kehidupan manusia. Selama pandemi ini, gereja mengalami penurunan hubungan dengan jemaat. Keberadaan media sosial, sangat membantu gereja dalam menjalin hubungan dengan jemaat. Peneliti melakukan penelitian mengenai pemanfaatan media sosial gereja dalam menjalin hubungan dengan jemaat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gereja bisa memanfaatkan media sosial dalam menjalin hubungan dengan jemaat. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi internal, *community relations*, *new media*, dan media sosial. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan mengumpulkan data dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa GBI PRJ telah melakukan strategi rutin dan aktif dalam menarik jemaat, media sosial sebagai sarana komunikasi dan hambatan dalam menjalin hubungan dengan jemaat. Kesimpulan dari penelitian ini adalah penerapan media sosial yang telah dilakukan sudah cukup baik dalam menjalin hubungan dengan jemaat karena gereja menyajikan semua informasi dengan lengkap dengan menggunakan desain yang menarik, dan jelas dalam informasi dan *captions* yang disampaikan serta upaya mengatasi hambatan yang terjadi pada jemaat mengenai info penggunaan media sosial.

Kata Kunci: media sosial, menjalin hubungan, manfaat media sosial

1. Pendahuluan

Pada zaman ini, manusia akan terus berkembang yang beriringan dengan waktu, media serta teknologi, selain itu perkembangan teknologi sekarang ini dapat menyebabkan masyarakat terikat dengan informasi yang selalu baru. Melalui perkembangan teknologi saat ini, media sosial sangat berpengaruh didalam kehidupan manusia. Media sosial adalah sebuah media di internet yang dimana pengguna dapat mengungkapkan jati diri dan berinteraksi, bekerja sama dan bisa berkomunikasi dengan pengguna lain melalui virtual. Ada tiga bentuk dari media sosial yang terkait dengan kepentingan sosial adalah persepsi awal, komunikasi dan kerjasama (Setiadi, 2014). Selama pandemi, banyak gereja yang mengalami penutupan karena adanya peraturan pemerintah yang tidak boleh adanya aktivitas keramaian selama adanya pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat atau PPKM. Keterbatasan kegiatan ini menjadi salah satu tantangan besar bagi semua gereja. Meski demikian, gereja tetap bisa menjaga hubungan antar jemaat dengan menggunakan teknologi dan media sosial. Hal ini disebabkan oleh perkembangan teknologi informasi, internet dan media sosial yang dapat mengubah bentuk dan cara masyarakat berinteraksi. Dengan adanya media sosial, gereja bisa membagikan beberapa poster kegiatan yang bisa diikuti secara online dan salah satu media yang tepat untuk sekarang ini adalah Instagram.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pemanfaatan media sosial dalam menjaga hubungan antara jemaat dengan gereja Bethel Indonesia. Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara gereja bisa memanfaatkan media sosial dalam menjaga hubungan antar jemaat.

Komunikasi

Komunikasi adalah proses kegiatan penyampain sebuah berita atau informasi dari pihak kepada pihak lain agar bisa saling memahami informasi yang tersampaikan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komunikasi adalah proses pengiriman atau penerimaan pesan antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami; hubungan; kontak (Oktavia, 2016).

Community Relations

Istilah *Community Relations* (Hubungan dengan komunitas) dalam *public relations* menurut Moore (2004) adalah: "Hubungan antara kelompok orang yang berada di tempat sama, organisasi sama dan yang memiliki sebuah kebudayaan dan sejarah yang pada umumnya turun temurun dan mempunyai tujuan yang sama". Menurut Grunig dan Hunt (1984), program *community relations* bisa dibagi menjadi 2 jenis. Untuk kategori program yang pertama adalah sebuah kegiatan yang berfokus untuk membantu komunikasi organisasi dengan tokoh masyarakat setempat. Selain itu, program yang kedua berfokus kepada kegiatan yang mengikutsertakan organisasi di masyarakat, salah satu contohnya adalah dengan memberikan dukungan untuk proses pendidikan dan juga sekolah, ataupun membuat program penggalangan dana di masyarakat setempat.

Program *community relations* tentunya dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu (Cutlip, Center & Broom), yaitu:

- 1) Memberi informasi kepada masyarakat mengenai organisasi itu sendiri, produk yang dikerjakan dan layanan aktivitas yang akan dilakukan.
- 2) Memahami serta menanggapi kritik opini dari public dengan benar, serta berupaya mendapatkan dukungan yang positif.
- 3) Mempengaruhi suasana kerja masyarakat
- 4) Mengetahui pengetahuan, harapan, serta sikap masyarakat.
- 5) Memberikan dukungan dalam sarana pendidikan, aktivitas budaya, Kesehatan dan juga rekreasi.
- 6) Mendapatkan citra baik dari pemerintah daerah tersebut.
- 7) Membantu dalam pengembangan ekonomi lokal dengan cara membeli produk lokal di daerah sekitar.

Berdasarkan tujuh tujuan diatas, dapat disimpulkan bahwa tujuan dari program *community relations* bukan hanya ditujukan untuk masalah ekonomi, melainkan termasuk dalam upaya pendampingan untuk meningkatkan sarana informasi serta komunikasi. Penentuan tujuan tersebut bisa dipengaruhi dari karakter sebuah komunitas. Sebelum melaksanakan program *community relations*, beberapa karakter komunitas yang harus diidentifikasi, yaitu:

- 1) Struktur komunitas adalah struktur yang meliputi tingkatan seperti heterogenitas ataupun homogenitas kedua struktur tersebut adalah struktur kepemimpinan yang bersifat formal ataupun informal, dan juga terdapat nilai yang berkembang dalam sebuah komunitas serta sarana komunikasi
- 2) Kekuatan dan kekurangan komunitas, meliputi: mengidentifikasi sebuah masalah yang sedang dialami terjadi di masyarakat, keadaan ekonomi politik serta sumber daya yang masyarakat miliki mulai dari sumber daya alam, budaya, maupun manusia.

Pemahaman serta sikap masyarakat terhadap organisasi, seperti: pemahaman masyarakat terhadap produk, jasa, aktivitas dan organisasi, perasaan dan sikap masyarakat terhadap organisasi, segala kesalahpahaman yang terjadi dan harapan masyarakat terhadap organisasi (Yudarwati, 2013).

Media Sosial

Media sosial adalah sebuah *platform* yang lebih berfokus pada kehadiran penggunaanya dalam mendorong aktivitas serta kolaborasi antar pengguna. Oleh sebab itu, media social dapat dilihat bukan hanya sebagai ikatan social belaka, namun juga sebagai fasilitator ataupun media online yang dapat menguatkan hubungan sesama pengguna lainnya.

Media sosial merupakan kumpulan dari beberapa perangkat lunak yang dimana komunitas maupun individu dapat saling berbagi, berkumpul dengan yang *user* lain, berkomunikasi dan juga berkolaborasi. Kekuatan media sosial adalah *user-generated content* (UGC), yang dimana pengguna dapat membuat konten yang berbeda dari jurnalis di agensi media. Pada dasarnya, media sosial dapat mengimplementasikan berbagai fungsi dua arah dalam berbagai bentuk berbagi, berkolaborasi dan saling mengenal baik dalam bentuk tulisan, visual maupun audio-visual. Media sosial dimulai dengan tiga hal, yaitu *Sharing*, *Collaborating*, dan *Connecting* (Setiadi, 2014).

Media sosial memiliki manfaat sangat penting saat ini. Media social memiliki beberapa manfaat yang berdasarkan menurut Puntoadi (2011) sebagai berikut (Yuni, 2017a):

- 1) *Personal Branding is not only figure, it's for everyone*. Dengan banyaknya media sosial yang sekarang ini ada seperti Instagram, Facebook, Twitter,

YouTube dan sebagainya yang menjadi sarana untuk kegiatan komunikasi, berdiskusi dan juga memberikan popularitas pada dunia maya.

- 2) Media sosial sebagai salah satu sarana interaksi. Interaksi yang terjadi didalam media sosial dapat berkomunikasi *invididual*, dua arah dan personal.
- 3) Media sosial sebagai sarana informasi. Fenomena saat ini dimana banyak masyarakat lebih cenderung menggunakan dan memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan beberapa informasi terkini.
- 4) Media sosial mempunyai sifat viral. Menurut Puntoadi (2011), viral yang dimaksud seperti virus yang dapat menyebar secara cepat. Informasi dapat tersebar dengan cepat karena para pengguna saling berbagi satu sama lain.

New Media

Saat ini perkembangan teknologi dapat membawa dampak pada kehidupan pola komunikasi masyarakat yang bergantung kepada sebuah media. Masyarakat lebih banyak menggunakan media untuk mencari sebuah informasi yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut terjadi karena sangat mudah untuk mendapatkan sebuah informasi terkini dengan lebih cepat, efisien dan juga efektif. Fenomena ini dikenal dengan pemanfaatan komunikasi melalui *new mediase* (Okselviana, 2016).

New media merupakan sebuah media berbasis internet dan juga sebagai media online berbasis teknologi, bersifat fleksibel, berinteraktif dan berfungsi secara privasi dan publik (Mondry, 2008). *Network Society* merupakan salah satu bagian dari *new media*, yang dimana sebuah formasi sosial dengan memiliki infrastruktur kelompok, organisasi dan komunitas massa yang menegaskan sifat organisasi dalam segala aspeknya (individu, kelompok, organisasi dan komunitas sosial) (Norhabiba & Ragil, 2018).

2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, pendekatan yang dipakai ialah pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor (1992), penelitian kualitatif sendiri adalah proses penelitian yang dapat menunjukkan data deskriptif berupa tulisan, ucapan, ataupun perilaku orang yang diamati (Febrianti & Oktaviani, 2020). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus. Menurut Yin (Nur'aini, 2020) studi kasus merupakan penyelidikan empiris yang mencari tahu fenomena kontemporer yang ada pada konteks kehidupan nyata. Subyek dari penelitian ini adalah seseorang yang mengurus sosial media GBI PRJ dan jemaat sebagai narasumber. Objek dari penelitian ini adalah media sosial gereja dalam menjaga hubungan dengan jemaat. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, dokumentasi, serta wawancara. Teknik mengolah dan menganalisis data dengan cara pengumpulan, reduksi, penyajian data, hingga penarikan kesimpulan.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Strategi Aktif dan Rutin dalam Menarik Jemaat

Dalam proses menjalin hubungan dengan jemaat, GBI PRJ sudah menjalankan beberapa strategi yang sudah baik dalam membangun *image* gereja yang mengayomi jemaat dengan publikasi beberapa kegiatan melalui media sosial Instagram. Hal tersebut juga selaras dengan apa yang disampaikan oleh narasumber dalam wawancara

yang dilakukan peneliti.

Dengan teori manfaat media sosial menurut Puntoadi (Yuni, 2017), gereja sudah menjalankan 4 manfaat yang dimana menggunakan beberapa platform media sosial dan yang jadi fokus utama ialah Instagram. Dengan adanya Instaram gereja, jemaat dapat berinteraksi melalui *direct message* dan gereja juga melakukan interaksi dengan cara memposting ulang *story* jemaat yang sudah menandai Instagram gereja. Rutinitas gereja melakukan postingan mulai dari ibadah raya pada hari minggu, ibadah anak, ibadah dewasa muda, ibadah anak muda (Junior) bahkan event besar yang akan diadakan dan juga kegiatan internal diluar ibadah hari minggu (Gambar.1).

Gambar 1. Poster Ibadah Raya Minggu



Sumber: Dokumentasi Peneliti (2022)

Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi

Dengan kehadiran media baru yang menjadi bagian kehidupan masyarakat saat ini, memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi. Media baru yang berkembang di masyarakat saat ini ialah internet, dan pada akhirnya digunakan sebagai media sosial. Melalui media sosial, pola komunikasi pada masyarakat sudah tidak ada batasan ruang maupun waktu, karena dapat diakses dengan mudah.

Menurut Trevo Barr dan Holmes yang dikutip dari (Varenia & Phalguna, 2022) menyatakan ada beberapa jenis interaksi yang terjadi dengan kehadiran media baru (internet) yaitu:

Distributed message database: pesan yang dikirim dengan cepat dan luas. Maka dari itu penggunaan media sosial Instagram dinilai sesuai untuk menjadi alat komunikasi untuk menyebarkan pesan. Gereja GBI PRJ menyebarkan semua jadwal ibadah hari minggu dan juga ibadah online.

1) *Real Time Communicatio*

Sebuah proses komunikasi yang dilakukan lewat penggunaan internet, seperti chatting. Hal ini dibuktikan bahwa dalam GBI PRJ menggunakan media sosial Instagram bukan hanya untuk menyebarkan informasi mengenai kegiatan ibadah saja, tetapi juga melakukan interaksi dengan jemaat melalui *direct message* di akun Instagram GBI PRJ dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dikirimkan oleh followers jika ada informasi yang kurang jelas dan membutuhkan jawaban yang lebih detail.terkait kegiatan yang akan di selenggarakan oleh GBI PRJ.

- 2) *Real time remote computer utilization*
Dalam kasus ini, GBI PRJ menggunakan real time remote computer berbasis android. Hal ini disebabkan karena penggunaan android lebih mudah dan simpel dalam penggunaannya, seperti yang kita ketahui bahwa *real time remote computer utilization* adalah sebuah bentuk dari alat komunikasi.
- 3) *Remote information retrieval*
Berkomunikasi dari jarak jauh atau sebagai alat untuk mencari informasi di internet. Untuk memberikan informasi yang detail kepada jemaat, akun Instagram GBI PRJ terbilang sangat informatif, hal ini dapat dilihat bahwa dalam postingan feeds Instagram GBI PRJ sangat rutin untuk berbagi informasi mengenai kegiatan-kegiatan yang akan diselenggarakan oleh gereja GBI PRJ (Gambar.2).

Gambar 2. Post Feeds Instagram GBI PRJ



Sumber: Dokumentasi Peneliti (2022)

Pada masa pandemi, beberapa kegiatan gereja mulai beralih menjadi online dan gereja mengalami penurunan jumlah jemaat karena kurangnya persiapan untuk mengadakan ibadah. Tidak hanya kurangnya persiapan ibadah, melainkan pendekatan jemaat dengan gereja semakin menurun. Maka dari itu dengan adanya media sosial, gereja dapat membangun kembali hubungan antara jemaat dan gereja seperti sebelum pandemi.

Hambatan Dalam Menjalin Hubungan Dengan Jemaat

Di setiap kegiatan komunikasi pasti adanya hambatan yang terjadi. Kesuksesan komunikasi yang baik bergantung dari besarnya hambatan komunikasi yang terjadi. Karena itulah, seorang komunikator harus paham mengenai setiap hambatan yang ada di komunikasi dan harus dapat mengantisipasi agar hambatan tersebut tidak mengganggu jalannya komunikasi. Ada beberapa hambatan komunikasi didalam sebuah organisasi (Universitas et al., 2018):

1) Hambatan Teknis

Hambatan ini terjadi dikarenakan terbatasnya fasilitas serta peralatan dalam menyampaikan komunikasi. Berbicara tentang hambatan teknis dalam penyampaian pesan melalui media sosial pasti tidak lepas dengan jaringan internet dan perangkat yang digunakan. Dalam penggunaan media sosial ini, gereja menggunakan jaringan seluler atau *wireless fidelity* (Wi-Fi) dan juga *smartphone* dan komputer sebagai *device* yang digunakan.

2) Hambatan Simentik

Hambatan ini terjadi karena adanya penafsiran yang keliru sehingga komunikator dapat memilih kalimat atau kata-kata yang tepat dalam menyampaikan informasi. Namun berdasarkan pendapat yang di utarakan oleh narasumber C dan D, penyampaian informasi yang diberikan oleh akun Instagram GBI PRJ sudah jelas karena disampaikan dengan singkat, padat dan jelas sehingga jemaat dengan mudah memahami pesan yang disampaikan oleh Instagram GBI PRJ. Maka dari itu, hambatan simetrik yang terjadi di gereja GBI PRJ tidak relavan.

3) Hambatan Manusiawi

Hambatan ini bersumber dari para pelaku komunikasi yaitu komunikator dan komunikan. Hambatan manusiawi terjadi karena terdapat faktor emosi, persepsi, pendengaran seseorang serta kecakapan dalam komunikasi. Hambatan ini terjadi pada jemaat yang kurang memahami penggunaan media sosial dan juga belum tertanam didalam gereja.

Dalam penelitian ini, menjaga hubungan dengan jemaat merupakan hal yang sangat diperlukan oleh sebuah gereja. Selain untuk menambah jemaat dalam gereja, menjaga hubungan dengan jemaat juga bermanfaat untuk menciptakan citra yang baik terhadap sebuah gereja. Namun, dalam menjaga hubungan pasti adanya sebuah hambatan salah satunya pada gereja, dimana dalam observasi yang dilakukan oleh peneliti ditemukan bahwa gereja mengalami hambatan dalam menjalin hubungan dengan jemaat karena tidak terbiasa dalam penggunaan sosial media.

Dalam membangun *community relations*, seorang humas dalam sebuah organisasi atau perusahaan dapat memanfaatkan media berbasis internet yaitu media sosial. Media sosial sangat menguntungkan bagi humas karena dapat membagikan suatu informasi dengan cepat dan mudah, menghemat waktu dan biaya, dan menjadi alat marketing kepada siapapun yang mengakses internet dan juga membuat suatu hubungan antara komunitas yang berada pada dalam organisasi tersebut. Dalam GBI PRJ, gereja sudah menerapkan *community relations* dalam membangun hubungan dengan jemaat melalui media sosial Instagram GBI PRJ yang dimana untuk mempermudah jemaat mengenai informasi yang disampaikan oleh gereja,

4. Simpulan

Berdasarkan data dan hasil penelitian yang dikumpulkan, maka penulis dapat menarik beberapa simpulan, sebagai berikut:

- a. Media sosial menjadi alat yang sesuai sebagai sarana komunikasi bagi sebuah gereja dalam menjalin hubungan dengan jemaat. Gereja GBI PRJ menggunakan media sosial sebagai penyampaian semua informasi mengenai kegiatan yang ada di gereja dan melakukan interaksi dengan jemaat.

- b. Strategi yang dilakukan oleh gereja dalam membangun *image* sudah cukup baik sehingga jemaat mengetahui sebagian besar apa yang akan dilakukan gereja GBI PRJ kedepannya. Dengan kebiasaan yang sudah dilakukan lama, hal itu menjadi bagian dari karakter tersendiri bagi gereja dalam membangun *image* gereja dalam menjalin hubungan dengan jemaat agar mengetahui semua informasi yang ada.
- c. Upaya yang dilakukan gereja GBI PRJ dalam menghadapi hambatan yang terjadi sudah cukup baik dengan memberikan pelayanan dalam komunitas untuk sebagai tempat pertumbuhan rohani kepada jemaat, memberikan arahan dalam penggunaan sosial media, sudah menggunakan teknologi yang mudah dan *simple* dalam penyampaian pesan dan menggunakan kata-kata atau *captions* pada Instagram GBI PRJ sudah jelas dan singkat.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, serta semua pihak yang turut serta membantu sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Febrianti, V., & Oktaviani, F. (2020). Community Relation Dalam Menjaga Citra Positif Radio. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2).
- Norhabiba, F., & Ragil, A. (2018). HUBUNGAN INTENSITAS AKSES MEDIA BARU DAN MAHASISWA UNTAG SURABAYA. 7(1), 8–15.
- Nur'aini, R. D. (2020). Penerapan Metode Studi Kasus Yin Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku. *INERSIA: LNformasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil Dan Arsitektur*, 16(1), 92–104.
- Okselviana, A. D. (2016). PENGGUNAAN NEW MEDIA SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI JEMAAT GBI KELUARGA ALLAH SOLO.
- Oktavia, F. (2016). Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk. *Ilmu Komunikasi*, 4(1), 239–253.
- Setiadi, A. (2014). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 16(1).
- Universitas, D., Nyak, T., & Medan, D. (2018). HAMBATAN KOMUNIKASI YANG SERING DIHADAPI. IV (1), 825–834.
- Varenia, I. A. N., & Phalguna, I. B. Y. (2022). Implikasi Media Baru Sebagai Media Komunikasi Dan Teknologi Informasi. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 4(1), 623–632.
- Yudarwati, G. A. (2013). Community Relations: Bentuk Tanggung Jawab Sosial Organisasi. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 1(2), 143–156.
- Yuni, F. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi bagi Masyarakat. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 19(2), 152.
- Yuni, F. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi bagi Masyarakat. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 19(2), 152.