

PROSES KOMUNIKASI PUBLIK ANTARA TIM IBADAH RAYA I DENGAN JEMAAT DIAKONIA BEREGA BETHEL INJIL SEPENUH RIVER OF LIFE SURABAYA

Cynthia Patricia Wahyudi, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

Cynthia.wahyudi@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan proses komunikasi publik yang dilakukan Tim Ibadah Raya I kepada jemaat diakonia Gereja Bethel Injil Sepenuh River of Life Surabaya dalam menyampaikan visi gereja yaitu Tahun Investasi. Peneliti akan menggunakan metode studi kasus dan melakukan observasi non partisipan serta wawancara dengan informan sebagai teknik pengumpulan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen komunikasi publik seperti pembicara, pesan, konteks, audiens, dan gangguan sangat berperan dalam menyampaikan visi GBIS ROL. Ketika pesan tersebut dapat disampaikan dengan cara yang tepat maka pesan tersebut diterima maka jemaat akan memberikan efek yang positif.

Kata Kunci: komunikasi publik, tim ibadah raya I dan jemaat diakonia, gereja bethel injil sepenuh river of life (GBIS ROL) Surabaya

Pendahuluan

Kita berkomunikasi baik secara pribadi, kelompok, maupun dalam suatu organisasi. Selain tiga jenis komunikasi tersebut, ada juga komunikasi publik. Misalnya di dalam kelas, komunikasi publik yang terjadi adalah antara guru dengan murid. Pada saat kita menghadiri sebuah konser musik juga terjadi komunikasi publik, dimana artis yang ada menyampaikan sesuatu kepada pengunjung konser melalui lagu yang dinyanyikan. Contoh komunikasi publik yang paling marak saat ini adalah orasi calon gubernur di suatu provinsi. Salah satu calon berorasi menyampaikan visi dan misinya kepada masyarakat sehingga mayoritas masyarakat tertarik untuk memilih calon gubernur tersebut pada saat proses pemilihan.

Selain terjadi di kelas, panggung konser, ataupun lapangan besar untuk orasi, komunikasi publik juga dapat terjadi di dalam tempat ibadah. Biasanya komunikasi publik yang terjadi adalah pada saat khotbah atau dakwah di mana pemimpin agama mereka menyampaikan sesuatu kepada jemaat ataupun anggota

lainnya. Hal ini juga terjadi di dalam gereja. Pada saat pendeta berkhotbah maka terjadi komunikasi publik.

Tahun 2013 GBIS ROL memiliki visi Tahun Investasi. Pada saat peneliti bertanya kepada pendeta gereja tersebut mengapa memilih visi ini, pendeta tersebut mengatakan bahwa tahun investasi yang dimaksud adalah mendorong jemaat kepada belajar untuk memberi materi misal berupa uang atau barang.

GBIS ROL merupakan gereja kecil yang sebenarnya masih kurang mampu untuk membiayai kebutuhan organisasinya sendiri. Hal ini dibuktikan dengan gedung yang ada masih kredit dan keuangan masih defisit. Apalagi apabila ada acara tentu gereja ini pasti meminta bantuan dari jemaat yang sukarela membantu.

Gereja ini merupakan gereja yang mengkhususkan diri untuk memberikan pelayanan kepada orang-orang yang berlatarbelakang ekonomi kurang mampu. Mereka hanya bekerja sebagai pedagang asongan, pembantu rumah tangga, bahkan pengangguran. Di GBIS ROL, orang-orang ini disebut jemaat diakonia. Selain jemaat diakonia, ada juga jemaat yang bekerja sebagai wiraswasta ataupun karyawan bahkan memiliki suatu perusahaan, namun gereja ini berkonsentrasi untuk melayani mereka yang kurang mampu.

Tentu saja untuk menanamkan visi gereja, yaitu Tahun Investasi, sangat sulit kepada mereka. Hal ini terbukti pada saat hari Minggu di gereja, hanya sebagian yang memberikan persembahan. Bahkan kadang mereka tidak memberikan persembahan. Persembahan dilakukan agar uang yang kita berikan sebagai tanda bahwa kita memberikan sebagian apa yang kita miliki untuk Tuhan. Ke depannya uang itu akan digunakan oleh gereja untuk memfasilitasi kegiatan-kegiatan gereja. Untuk mengatasi hal ini, maka GBIS ROL membagi ibadah raya menjadi 3 bagian. Untuk jemaat diakonia (35 orang) mengikuti ibadah raya I atau disebut ibadah diakonia. Untuk jemaat yang berekonomi menengah ke atas serta berpendidikan (55 orang) mengikuti ibadah raya umum atau ibadah raya II. Sedangkan untuk anak-anak kurang mampu yang mendapatkan beasiswa (13 orang) sekolah ada di ibadah raya III.

Pembagian ibadah ini terjadi di awal tahun 2013 karena diharapkan dengan pembagian ibadah sesuai dengan latar belakang ekonomi yang ada, visi dapat tersampaikan dengan jelas. Apalagi selama ini khotbah yang mereka dengarkan sering tidak mereka mengerti karena penggunaan bahasa atau istilah-istilah yang tidak mereka mengerti (Bahasa Inggris).

“Kita membagi ibadah raya ini menjadi tiga bagian agar kita dapat menyampaikan visi gereja secara maksimal. Kita tidak mungkin menggunakan bahasa yang tinggi (istilah, bahasa Inggris) kepada mereka yang jemaat diakonia. Mereka kasihan karena sering tidak mengerti apa isi dari khotbah yang ada. Maka dari itu kita mengadakan ibadah raya I atau ibadah diakonia untuk mereka. Bahasa yang kita gunakan juga bahasa yang mudah mereka mengerti. Tidak mungkin kita akan menyanyikan lagu berbahasa Inggris pada saat ibadah diakonia. *Lha* bicara Bahasa Indonesia saja masih *gak* lancar kok.”

(Pdt. Agung, *personal communication*, Februari 10, 2013).

Ketidakmengertian khotbah yang selama ini dialami oleh jemaat diakonia didukung oleh pernyataan salah satu jemaat diakonia. Bapak ini mengatakan

“*Kadang ya nggak* mengerti apa yang dikhotbahkan. Kebanyakan Bahasa Inggris apa kata-kata susah. Jadi ya *kadang* saya bingung artinya dari khotbah bapak pendeta.

(Misnan, *personal communication*, Februari 17, 2013).”

Untuk jemaat diakonia ini, gereja menetapkan bahwa jemaat yang memiliki pendapatan keluarga di bawah 1,5 juta termasuk dalam jemaat diakonia

“Untuk memudahkan dalam menentukan jemaat diakonia, gereja ini membatasi bahwa orang-orang yang berpendidikan rendah dan dalam pendapatan keluarga mereka 1,5 juta ke bawah maka mereka sebaiknya masuk dalam jemaat diakonia. Namun tidak menutup kemungkinan mereka tetap dapat beribadah di jam-jam berikutnya apabila mereka berhalangan hadir pada saat ibadah diakonia atau ibadah raya I berlangsung.”

(Pdt. Agung, *personal communication*, Februari 10, 2013).

Dalam memudahkan penyampaian visi yang ada, maka pengurus gereja membagi diri menjadi tiga tim. Setiap tim bertugas untuk melayani dan menangani ibadah raya yang ada. Mereka bertugas untuk menentukan tema serta khotbah yang akan disampaikan kepada jemaat. Maka dari itu khotbah antara ibadah raya I, II, dan III berbeda-beda. Untuk ibadah raya I lebih mengarah ke pengajaran dalam kehidupan sehari-hari. Karena mereka selama ini susah untuk mengerti khotbah yang disampaikan, maka mereka dididik dari awal seperti pengenalan siapa Yesus itu dan dasar-dasar Alkitab.

Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang sulit untuk bisa dikenali satu persatu (Mulyana, 2009, p.74). Komunikasi publik membuka peluang agar pesan yang ditujukan pada efek afektif, pada emosi, dan perasaan komunikannya. Dalam komunikasi publik pasti melibatkan komunikasi kelompok, karena kelompok besar itupun terbentuk atas kelompok-kelompok kecil, dan karenanya pula, juga terjadi komunikasi antar pribadi dan intrapribadi (Vardiansyah, 2004, p.32).

Peneliti tertarik untuk meneliti proses komunikasi publik antara tim ibadah raya I dengan jemaat diakonia: bagaimana tim ibadah raya I selaku komunikator dapat menyosialisasikan, bahkan menanamkan visi Tahun Investasi, kepada jemaat diakonia yang berlatarbelakang perekonomian dan pendidikan rendah selaku komunikan sampai jemaat ini dapat melakukan atau mempraktikkan visi GBIS ROL dalam kehidupan sehari-hari. Menurut peneliti, proses komunikasi ini melibatkan tantangan yang cukup besar, baik dari sisi komunikator sebagai penyampai pesan maupun dari sisi komunikan sebagai pelaksana pesan, sebab visi yang sedang diterapkan GBIS ROL sangat bertolak belakang dengan kondisi sosial ekonomi salah satu kelompok jemaatnya. Contoh di lapangan kondisi sosial ekonomi jemaat diakonia yang jelas berlawanan dengan visi gereja antara lain

untuk dapat beribadah ke gereja mereka harus berkumpul bersama di satu tempat, padahal mereka dari lingkungan tempat tinggal yang berbeda, dan berbagi untuk menyewa satu mobil angkutan umum yang kemudian dipakai untuk mengantar mereka ke gereja. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan pendekatan kualitatif, di mana peneliti akan menjelaskan fenomena-fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2007, p.58).

Penelitian yang berhubungan dengan komunikasi publik, diantaranya pernah dilakukan oleh Lilies (2011). Peneliti tersebut meneliti proses komunikasi publik antara guru dengan murid kelas persiapan olimpiade PPPK Petra Surabaya. Selain itu ada juga penelitian dari Melysa (2011) yang meneliti tentang proses komunikasi publik antara tutor dan anak jalanan dalam program bimbingan belajar Pendidikan Anak Usia Sekolah (PAUS) di Sanggar Alang-Alang. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini dilakukan di sebuah gereja yang sedang berusaha menanamkan visi gerejanya kepada jemaat dimana keadaan jemaat itu terbalik dengan visi yang ada. Ada juga penelitian yang berhubungan dengan gereja. Penelitian itu disusun oleh Yulianita Sugiono (2009) mahasiswa Universitas Kristen Petra. Judul penelitiannya adalah Komunikasi Persuasif Pemuka Agama dalam Pembentukan Pilihan Konstituen pada Pemilu Presiden 2009. Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian Yulianita adalah penelitian ini akan meneliti proses komunikasi secara keseluruhan dari Tim Ibadah Raya I sebagai komunikator kepada jemaat diakonia sebagai komunikan. Peneliti tidak secara khusus meneliti komunikasi persuasif yang terjadi di antara mereka.

Dalam proses komunikasi penyampaian visi gereja kepada jemaat diakonia, komunikasi yang terjadi merupakan komunikasi publik Hal ini disebabkan pesan-pesan yang disampaikan oleh pembicara ada dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar (Cangara, 2011, p.34). Dalam hal ini komunikasi publik diperlukan karena proses dari komunikasi publik adalah melibatkan komunikan dan komunikator untuk saling berinteraksi. Di mana komunikasi timbal balik antara pihak yang satu dengan pihak yang lain sudah mengandung maksud-maksud tertentu, yakni untuk mencapai pengertian bersama yang kemudian untuk mencapai tujuan (Sardiman, 2010.). Apabila dikaitkan dengan teori yang ada, maka untuk mencapai visi gereja GBIS ROL dibutuhkan komunikasi publik.

Maka dari itu bagaimana proses komunikasi yang terjadi antara tim ibadah raya I dengan jemaat diakonia Gereja Bethel Injil Sepenuh *River of Life* Surabaya?

Tinjauan Pustaka

Elemen-elemen Proses Komunikasi Publik

Adapun elemen-elemen proses komunikasi publik menurut Patton adalah:



- *Stimuly*=stimulus
Stimulus pembicara diharapkan memberi rangsangan stimulus psikologis pada pendengar di setiap pernyataan publik serta memiliki beberapa alasan seperti sifat spontan komunikasi interpersonal.
- *Speaker*=pembicara
Pembicara yang ditunjuk membangun pesan bicaranya dilandaskan pada pengalaman masa lalu, keadaan emosional-psikologis, dan tujuan langsung. Pembicara berharap untuk dapatnya mencapai tujuan tertentu serta menyajikan pesan kepada kelompok pendengar.
- *Message*=pesan
Pesan verbal yang diungkapkan dalam bentuk kode simbolis dan nonverbal dalam bentuk gerak, sikap, dan perubahan intonasi ditularkan oleh pembicara ke pendengar.
- *Channel*=saluran
Suara dan penglihatan adalah saluran utama dalam komunikasi pembicara dengan pendengar. Ada atau tidaknya sistem alamat publik yang mempengaruhi hubungan. Pembicara harus didengar dan dilihat oleh pendengar.
- *Audience*=pemirsa
Pemirsa adalah sekelompok orang yang berkumpul untuk mendengarkan pembicara. Setiap anggota pendengar pada umumnya akan mengevaluasi masa lalu untuk menghadiri. Pendengar membuat pilihan apakah akan mendengar atau tidak pada pembicaraan yang berlangsung.
- *Context*=konteks
Respon yang terjadi memerlukan konteks waktu, tempat, dan kesempatan adalah variabel yang signifikan. Pendengar merespon secara berbeda terhadap seorang pembicara di sore hari dibanding di pagi hari, di ruang penuh sesak daripada di auditorium terbuka. Alasan pertemuan tersebut membuat perbedaan.
- *Effect*=dampak/pengaruh
Pengukuran yang berpengaruh terhadap perilaku pendengar terkadang sulit dimengerti keinginannya. Meskipun demikian, beberapa tanda yang dapat dilihat adalah perubahan pendengar dalam kepercayaan, sikap, konsep diri, dan perilaku. Dalam mempertimbangkan berbagai kemungkinan efek ini, suatu pertimbangan yang penting adalah: Apakah pembicara mencapai tujuannya dalam berbicara.
- *Feedback*=umpan balik
Adanya tepuk tangan, perhatian, dan terbuka menunjukkan minat atau umpan balik yang positif, pendengar memberikan petunjuk sebagai pembicara untuk respons mereka. Umpan balik negatif yang ditunjukkan oleh kurangnya perhatian terhadap pembicaraan yang ada.
- *Noise*=gangguan
Setiap gangguan atau masalah datang antara pembicara dengan audiensnya dapat diberi label noise Seperti masalah statis dalam alamat publik, atau kurang jelas gangguan seperti gangguan visual atau reaksi emosional dalam pikiran individu dapat menyebabkan gangguan.
- *Intra audience communication*=komunikasi antar anggota

Anggota dalam satu ruang, saling mempengaruhi dan memberi tanggapan verbal dan nonverbal dari apa yang dilakukan oleh pembicara. Dalam proses berbicara di depan umum, masing-masing komponen ini mempengaruhi semua yang lain dan dinamika dari aktivitas komunikasi terjadi.

(Patton, 1983, p.16).

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Penelitian yang peneliti lakukan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang mana dalam penelitian ini berisi mengenai gambaran tentang pengamatan, orang, tindakan, dan pembicaraan. Penelitian ini berisi semua peristiwa dan pengalaman relevan yang didengar dan dilihat serta dicatat selengkap dan seobjektif mungkin (Moloeng, 2005, p.211).

Penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi dan peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Rachmat, 1989, p.34). Penelitian ini bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2007, p.67).

Penelitian ini adalah untuk melihat cara tim ibadah raya I GBIS ROL dalam mensosialisasikan visi gereja kepada jemaat diakonia, sehingga penelitian melihat realita komunikasi publik yang terjadi dalam ibadah raya I di gereja tersebut.

Penelitian studi kasus yaitu strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* atau *why*, peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki dan bilamana fokus penelitian terletak pada fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2008, p.1).

Dalam penelitian ini, peneliti memilih studi kasus karena fenomena yang terjadi adalah bersifat kontemporer. Peneliti akan menganalisa suatu fenomena dengan terlebih dahulu mempelajari kasus yang terdapat di lapangan. Studi kasus ini dimaksudkan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang masalah keadaan dan posisi suatu peristiwa yang berlangsung saat ini.

Subjek Penelitian

Dalam penelitian ini, unit analisis adalah individu. Individu yang ada adalah individu-individu atau orang-orang yang terlibat langsung dalam proses komunikasi interpersonal yang akan penulis teliti.

Dalam penelitian ini informan yang dipilih adalah individu-individu atau orang-orang yang terlibat dalam ibadah raya I. Untuk mempermudah penelitian, peneliti hanya memilih 2 orang dari anggota tim ibadah raya I sebagai informan yaitu Joshua dan Robert Tjahyono. Informan itu merupakan orang-orang yang paling sering berinteraksi dengan jemaat diakonia. Dalam hal ini yaitu yang paling sering berkhotbah. Selain itu 2 orang jemaat diakonia yang dianggap ketua oleh jemaat diakonia karena mereka yang sering diajak berkomunikasi oleh tim ibadah raya I. Kedua orang ini memiliki pertumbuhan rohani yang pesat. Dan menurut pengamatan yang peneliti lakukan kedua orang ini paling aktif di antara jemaat lainnya. Kedua orang tersebut adalah Esther dan Wartiah.

Analisis Data

Setelah melakukan observasi dan wawancara, maka langkah selanjutnya yang dilakukan peneliti adalah analisis data sesuai dengan teknik yang ada. Analisa data atau bukti didahului dengan mengemukakan analisis bukti atau data yang terdiri atas pengujian, pengkategorian, pentabulasian, ataupun pengkombinasian kembali bukti-bukti untuk menunjuk proposisi awal suatu penelitian (Yin, 2008).

Temuan Data

Robert Tjahjono

- *Stimuly*
Pada saat berkhotbah, Robert memberikan rangsangan kepada jemaat. hal yang dilakukan Robert adalah mengajak jemaat berdoa, kemudian menyapa mereka dengan kata “*Shallom*”.
- *Speaker*
Sebagai pembicara, Robert berusaha mendekatkan diri dengan jemaat. kedekatan yang dibangun adalah sebagai bapak rohani bagi jemaat diakonia.
- *Message*
Pesan yang diberikan adalah pesan yang disusun sesuai visi gereja yaitu “Tahun Investasi”. Robert memberikan contoh dalam kehidupan sehari-hari dengan Bahasa Jawa ataupun Bahasa Indonesia. Sifat pesan yaitu informatif dan persuasif.
- *Channel*
Saluran yang dipakai adalah saluran suara dan visual. Saluran suara nampak pada saat dia berada di depan dan berkhotbah. Pada saat berkhotbah, pembicara menggunakan Bahasa Jawa dan Bahasa Indonesia. Sedangkan saluran visual nampak dari mimik wajah. Pada saat menerangkan sesuatu yang penting maka wajah Robert akan serius. Selain itu menggunakan *power point* untuk berkhotbah.
- *Audience*
Pemirsa di sini adalah jemaat diakonia. mereka adalah orang-orang yang berpendidikan rendah dan kriteria pekerjaan mereka seperti pedagang asongan, pembantu rumah tangga, pengangguran.
- *Context*

Dalam proses komunikasi ini terjadi proses komunikasi secara tatap muka antara pembicara dengan jemaat. proses ini terjadi di dalam gedung gereja GBIS ROL pada pukul 7.30-8.30

- *Effect*
Dampak yang terjadi adalah secara kognitif mereka mengerti isi dari khotbah yang diberikan dan secara afektif mereka sudah berpikir untuk memberi orang lain.
- *Feedback*
Umpan balik yang diberikan adalah jemaat selalu menjawab sapaan dari pembicara. Selain itu ekspresi dari jemaat juga nampak di mana mata jemaat selalu tertuju pada pembicara. Di akhir khotbah pun jemaat melakukan apa yang diminta pembicara yaitu memotivasi teman-teman lainnya.
- *Noise*
Gangguan yang terjadi adalah AC mati, suara dari gereja depan yang mulai beribadah, suara anak-anak kecil, jemaat yang berbicara sendiri, dan yang terakhir adalah penggunaan peribahasa yang dilakukan oleh pembicara.
- *Intra Audience Communication*
Jemaat saling berbicara dengan teman sebelahnya. Di akhir khotbah, jemaat saling bersalaman dan mengatakan “Ayo mulai mengasihi sesama dengna memberi”.

Joshua

- *Stimuly*
Menyapa jemaat dengan kata “*Shalom*”. Selain itu juga menyapa jemaat secara pribadi dan kemudian *sharing* tentang terberkatinya dia dengan sebuah lagu.
- *Speaker*
Memosisikan diri sebagai kakak rohani bagi jemaat diakonia.
- *Message*
Memberikan contoh dalam kehidupan sehari-hari. Tema yang diberikan juga sesuai dengan visi gereja. Pesan yang disampaikan bersifat informatif, persuasif, dan koersif.
- *Channel*
Sama seperti Robert menggunakan saluran suara. Pesan disampaikan dengan Bahasa Jawa dan Bahasa Indonesia. Pertemuan pertama dengan berkhotbah di depan, pertemuan kedua dengan sistem tanya jawab. Secara visual nampak dari mimik wajah yang tersenyum dan serius ketika hal yang dibicarakan penting. Juga menggunakan *power point*.
- *Audience*
Sama dengan Robert. Jemaat yang ada adalah jemaat diakonia.
- *Context*
Hal ini juga sama dengan temuan yang sebelumnya
- *Effect*
Secara kognitif mereka mengerti tentang apa yang dikhotbahkan dan secara afektif mereka mau belajar untuk memberi.

- *Feedback*
Umpan balik yang diberikan sama dengan Robert. Di mana jemaat mata jemaat selalu tertuju pada pembicara. Selain itu jemaat berusaha menjawab pertanyaan yang diberikan dan maju untuk didoakan oleh pembicara.
- *Noise*
Gangguan yang muncul sama dengan saat Robert berkhotbah. Yang memberdekana adalah di mana Joshua menggunakan Bahasa Inggris “*grace*” saat berkhotbah
- *Intra Audience Communication*
Jemaat berbincang sendiri dengan teman sebelahnya, dan jemaat mau maju untuk didoakan.

Analisis dan Interpretasi

Dalam proses penyampaian pesan dalam komunikasi publik antara anggota tim ibadah raya I dengan jemaat diakonia, identitas personal sangat berpengaruh. Menurut DeVito (2010, p.428) identitas personal terdiri dari pembentukan unik dari karaktersistik personal, tingkah laku, perasaan, nilai-nilai, dan ciri-ciri yang orang-orang rasakan sebagai penilaian personal. Pada saat pembicara berusaha menempatkan diri berada di atas (sebagai Bapak bagi mereka) maka pendengar akan merasa sungkan serta berusaha menghormati pendengar. Sedangkan pada saat pembicara memosisikan diri sebagai kakak rohani bagi mereka, di mana jemaat merasa bebas untuk berpendapat.

Hal ini menunjukkan kesetaraan antara pembicara dengan jemaat. Karena kesetaraan itu membuat jemaat lebih *enjoy* dalam menerima pesan. Jemaat pun dengan semangat menjawab setiap pertanyaan yang diajukan. Namun jemaat akan terlihat lebih ramai saat mendengarkan khotbah. Misnan, salah satu dari jemaat GBIS ROL mengatakan bahwa dia dan teman-teman jemaat lain lebih senang dengan pembicara yang banyak bergurau. Hal ini membuat kesan yang ada tidak terlalu formal. Apabila terlalu formal maka jemaat akan susah mengerti karena terlalu tegang. Selain itu pembicara yang luwes serta menganggap diri mereka setara membuat jemaat lebih merasa nyaman (Misnan, *personal communication*, Juni, 23, 2013).

Secara integritas, pembicara menunjukkan dari apa yang mereka katakan atau khotbahkan, mereka juga melakukan dalam kehidupan sehari-hari. Bahkan mereka sudah melakukan hal tersebut sebelum memberikan khotbah. Hal ini membuat pembicara menjadi teladan bagi jemaat. Dengan adanya teladan tersebut membuat jemaat menjadi percaya kepada pembicara serta menjadi mengerti apa yang dikhotbahkan.

Selain itu, semua pesan yang disampaikan oleh pembicara adalah pesan yang berhubungan dengan visi GBIS ROL yaitu Tahun Investasi. Pesan yang diberikan bersifat informatif. Dalam setiap khotbahnya, pembicara memberikan pesan-pesan tentang bagaimana cara kita mengasihi Tuhan yaitu dengan memberi, memberi merupakan cara salah satu untuk memecahkan kutuk terhadap kemiskinan, serta

kita adalah Bait Allah dan sebagai Bait Allah kita harus menjalankan fungsi Bait Allah yaitu dengan cara memberikan sesama yang kekurangan. Pesan ini membuat jemaat menjadi tahu apa itu Tahun Investasi. Penambahan pengetahuan juga nampak dari mereka mendapatkan informasi apa yang harus dilakukan sebagai anak Tuhan dalam kehidupan sehari-hari.

Selain secara informatif, pesan yang disampaikan juga bersifat persuasif. Pesan persuasif ini disampaikan dengan pembicara memberikan contoh serta mengajak jemaat untuk mulai berbagi. Karena sudah ada contoh atau teladan yang diberikan jemaat menjadi tahu bagaimana mereka harus menerapkannya. Selain itu pesan juga bersifat koersif. Secara koersif nampak ketika jemaat memberikan ancaman secara tidak langsung saat membaca Alkitab. Pesan ini dikatakan memaksa namun hukuman yang diberikan bukan dari manusia melainkan dari Tuhan sendiri. Dengan pesan yang diberikan ini jemaat menjadi mengerti bahwa tahun investasi itu seperti apa melalui pesan-pesan yang ada serta contoh-contoh yang diberikan. Dengan contoh-contoh yang diberikan ini membuat jemaat lebih mudah mencerna isi dari pesan yang disampaikan.

Selama proses komunikasi publik berlangsung, terdapat gangguan-gangguan baik dari dalam maupun dari luar. Gangguan dari dalam secara ekologi nampak ketika jemaat sedang berbincang sendiri dengan teman sekitarnya serta suara anak-anak yang mengganggu konsentrasi. Selain itu secara mekanis juga ada ketika pendingin ruangan mati serta listrik mati. Selain itu dari luar nampak ketika suara-suara gereja di depan GBIS ROL mulai beribadah. Suara musik mereka mengganggu konsentrasi jemaat. Selain itu secara semantik juga terdapat gangguan di mana pembicara menggunakan istilah atau peribahasa serigala berbulu domba dan Bahasa Inggris “*grace*” ketika berkhotbah. Gangguan semantik terberntuk ketika pembicara dan pendengar memiliki perbedaan sistem pengartian; termasuk bahasa atau perbedaan dialek, penggunaan bentuk lambing atau istilah-istilah kompleks yang berlebihan dan ambigu atau istilah-istilah abstrak yang berlebihan yang pengartiannya dapat dengan mudah disalah tafsirkan (DeVito, 2009, p.17).

Selain itu secara kultur juga nampak perbedaan antara pembicara dengan jemaat. Di mana jemaat bersuku Jawa. Dengan kultur Jawa serta pendidikan yang rendah hal ini membuat jemaat berkomunikasi dalam Bahasa Jawa dengan sesama. Dan tentu saja mereka menyukai apabila mendengar khotbah dengan Bahasa Jawa atau bahasa sehari-hari. Hal ini membuat mereka lebih mengerti maksud dari apa yang dibicarakan (Esther dan Wartiah, *personal communication*, Mei 19, 2013). Dengan perbedaan kultur ini membuat pembicara harus berusaha mengkomunikasikan pesan yang ada dengan keadaan mereka

Dari pesan tersebut kemudian membuat dampak terhadap pendengar atau jemaat. Dampak pertama yaitu berupa dampak kognitif di mana jemaat mengerti dengan apa yang dikhotbahkan setiap hari Minggu. Hal ini diakui oleh Esther dan Wartiah ketika peneliti bertanya kepada mereka. Mereka mengatakan bahwa dalam setiap khotbah yang diberikan oleh pembicara dapat mereka mengerti. Mereka menjadi

tahu apa tahun investasi itu dan bagaimana mereka seharusnya bertindak (Esther dan Wartiah, *personal communication*, Mei 19, 2013).

Dampak secara afektif juga nampak dari jemaat yang ada. Esther serta Wartiah mengatakan bahwa mereka akan belajar untuk memberi. Mereka akan memberi dimulai dari tetangga-tetangga mereka ketika tetangga mereka membutuhkan (Esther dan Wartiah, *personal communication*, Mei 19, 2013). Hal ini adalah hal yang sama mereka katakan setiap peneliti mewawancarai mereka. Misnan juga mengatakan bahwa dengan adanya khotbah yang diberikan terus menerus dia semakin mengerti apa yang harus dilakukan. Dia pun mengatakan bahwa dia mau belajar untuk memberi sesamanya yang membutuhkan (Misnan, *personal communication*, Juni, 23, 2013).

Simpulan

Dalam proses penyampaian visi GBIS ROL yaitu Tahun Investasi kepada jemaat diakonia, GBIS ROL membentuk suatu tim yang disebut tim ibadah raya satu. Tim ini bertugas untuk mensosialisasikan visi gereja sehingga mereka mengerti apa yang dimaksud Tahun Investasi. Untuk menyampaikan visi tersebut maka tim ibadah raya I menyusun setiap tema pada hari Minggu yang berhubungan dengan visi gereja.

Untuk memudahkan pembicara dalam menyampaikan pesan, pembicara juga melakukan pendekatan kepada jemaat. Seorang pembicara berusaha menjadi bapak rohani bagi mereka sedangkan seorang lagi berusaha menjadi kakak rohani bagi jemaat. Pembicara berusaha berempati kepada mereka dengan cara memperhatikan mereka. Bahkan pembicara terkadang menceritakan apa yang dia alami serta apa yang dia rasakan. Hal ini pun membuat jemaat senang karena mereka merasa dihargai serta dibutuhkan oleh pembicara. Dengan kedekatan tersebut terbentuklah hubungan yang dekat antara jemaat. Hal ini membuat jemaat menjadi percaya dengan apa yang disampaikan oleh pembicara. Karena hubungan yang baik dan cara penyampaian pesan yang tepat maka hal ini membuat dampak bagi jemaat.

Pembicara yang merupakan anggota tim ibadah raya I berusaha untuk membuat jemaat nyaman mungkin dalam mendengarkan khotbah. Mulai dari tempat yang memadai untuk menampung jemaat (35 orang dengan jemaat aktif 20 orang) sampai fasilitas yang mereka berikan. Dalam ruangan tersebut terdapat pendingin ruangan yang membuat jemaat tidak akan gerah karena panas.

Dalam proses khotbah secara tatap muka ini, pembicara juga menyesuaikan diri dengan jemaat. Karena semua jemaat diakonia merupakan suku Jawa, maka pembicara juga menyesuaikan bahasa yang mereka gunakan walaupun terdapat perbedaan kultur antara pembicara dengan jemaat (jemaat bersuku bangsa Jawa sedangkan pembicara bersuku Tionghoa). Dalam berkhotbah, setiap pembicara berusaha untuk menyampaikan pesan dengan bahasa sehari-hari, Bahasa Jawa dan Bahasa Indonesia. Hal ini menunjukkan walau berbeda kultur, pembicara mau

berusaha untuk menyesuaikan diri dengan jemaat, semata-mata agar mereka dapat mengerti apa yang dikhotbahkan. Selain itu penyampaian yang dilakukan dengan memberikan contoh dalam kehidupan sehari-hari. Contoh-contoh tersebut diawali dengan pengalaman-pengalaman dari pembicara sehingga jemaat memiliki teladan.

Adapun dampak/efek yang jemaat berikan adalah secara kognitif dan afektif. Secara kognitif jemaat menjadi mengerti apa itu tahun investasi. Selain itu jemaat mengetahui apa yang harus mereka perbuat pada tahun investasi sekarang ini. Sedangkan secara afektif nampak di mana jemaat mulai berpikir untuk memberi. Mereka mau belajar memberi dengan diawali dari tetangga-tetangga mereka yang membutuhkan pertolongan mereka.

Dalam prosesnya terdapat gangguan-gangguan komunikasi. Gangguan yang utama adalah gangguan semantik di mana hal itu dipengaruhi oleh perbedaan kultur serta bahasa yang digunakan. Ada kalanya pembicara menggunakan Bahasa Inggris atau istilah-istilah yang tidak diketahui oleh jemaat. Namun pada akhirnya jemaat tetap mengerti apa yang dikhotbahkan karena pembicara dapat menutupi hal itu dengan penjelasan yang tepat.

Dari hasil penelitian ini, masih dapat dilakukan lagi penelitian selanjutnya. Penelitian tentang komunikasi persuasif yang dilakukan oleh tim ibadah raya I dengan jemaat diakonia. Dengan mengetahui proses komunikasi persuasif yang dilakukan secara detail maka diharapkan akan tampak dampak behavioral yang dilakukan oleh jemaat. Hal ini disebabkan karena penelitian ini hanya upaya agar jemaat diakonia mengerti tentang arti taun investasi yang merupakan visi GBIS ROL sedangkan dampak behavioral nya belum nampak.

Sedangkan dari penelitian ini, peneliti mendapat gambaran bahwa apa yang dilakukan oleh pembicara sudah tepat di mana mereka memposisikan diri dekat dengan jemaat. Dan cara mereka tersebut membuat jemaat mengerti tentang visi gereja yaitu Tahun Investasi. Maka dari itu disarankan agar cara mereka semakin mengembangkan usaha mereka dalam menyampaikan pesan sehingga nampak secara behavioral.

Daftar Referensi

- DeVito, Joseph. (2010). *Human Communication*. Jakarta: Profesional Books.
- Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Patton, Bobby R. (1983). *Responsible Public Speaking*. United State of America: Scott, Foresman and Company
- Rakhmat, J. (1989). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Vardiansyah, Drs. M.Si. Dani. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Yin, K, Robert, Prof. Dr. (2008). *Studi Kasus Desain & Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.