

# Analisa Citra Penggunaan Media Sosial (*Whatsapp dan Line*) Sebagai Sarana Komunikasi Kegiatan Gereja yang Efektif

*Gandadinata Thamrin*

Universitas Pelita Harapan, Indonesia

*Correspondence email: gandadinata.thamrin@uph.edu*

Received: 29/03/2021

Accepted: 27/05/2021

Published: 31/05/2021

## **Abstract**

*The purpose of this study was to determine whether Whatsapp and Line social media have an effect as a means of communication for church activities where the study used 613 Christian student respondents at Pelita Harapan University, Karawaci using the Image Analysis Method with a familiarity scale and a favorability scale where the initial test of validity and reliability with SPSS and the result is that the use of social media in the church is significant and this research can be used as input for church leaders such as pastors and church members.*

**Keywords:** *Analisa citra, Skala Familiaritas, Skala Favorabilitas, Sosial Media dan Komunikasi.*

## **Pendahuluan**

Dalam bukunya Kenichi Ohmae<sup>1</sup> sudah menjelaskan bahwa era globalisasi akan terjadi dan dalam era ini arus informasi dan komunikasi global menjadi sangat penting terlebih melalui perkembangan teknologi yang sedemikian cepat dan maju terutama komputer melalui saluran internet, saluran komunikasi telepon selular dan peralatan *gadget* lainnya menciptakan suatu ikatan atau relasi yang luas di antara individu, kelompok, komunitas, daerah, negara hingga antarbenua di dunia ini yang didalamnya tidak terlepas dari sarana komunikasi, ikatan ini memiliki koneksi global yang menciptakan dunia tanpa batas/*the borderless world*,<sup>2</sup> dunia yang tanpa batasan dan terhubung satu sama lain atau dunia terhubung/*connected world*<sup>3</sup> atau sebagai desa global (*global village*) dimana setiap orang memungkinkan terlibat lebih banyak dalam proses komunikasi global.<sup>4</sup>

Beberapa penelitian sebelumnya rancang bangun aplikasi berbasis android untuk komunikasi dan informasi kegiatan dan pelayanan gereja memberikan manfaat bagi gereja

---

<sup>1</sup> Kenichi Ohmae, *Dunia Tanpa Batas: Kekuatan dan Strategi di dalam Ekonomi yang saling Mengait*, terjemahan Budiyanto (Jakarta, Indonesia: Binarupa Aksara, 1991), 230-231.

<sup>2</sup> Fahmi Anwar, "Perubahan dan Permasalahan Media Sosial". Jakarta, Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni, Vol1, no.1 (2017), 137-144. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i1.343>

<sup>3</sup> Fakih Mansour, *Runtuhnya Teori Pembangunan dan Globalisasi* (Yogyakarta, Indonesia: Insist Press dan Pustaka Pelajar,<sup>4</sup> 2006), 3.

<sup>4</sup> Marshall McLuhan, *Understanding Media; The Extension of Man* (Cambridge, MA: The MIT Press, 1994), 427.

GBI Menorah Manado<sup>5</sup>, komunikasi dan informasi digital yang dilakukan dalam membuat aplikasi user interface untuk warta digital berbasis android untuk gereja Kemenangan Iman Indonesia cabang Bandung sebagai alternatif solusi yang lengkap dan aplikatif<sup>6</sup>, beberapa penelitian diatas menunjukkan adanya kebutuhan akan media sosial pada kegiatan gereja sehingga peneliti media sosial *Whatsapp* dan *Line* sebagai perencanaan dan sarana komunikasi berbagai kegiatan di dalam gereja dengan menggunakan 613 responden pada mahasiswa Kristen Universitas Pelita Harapan (UPH) yang memiliki cakupan yang mewakili gambaran secara umum karena responden dari berbagai daerah di Indonesia dan dianalisa dengan Metode Analisa Citra dengan ukuran skala familiaritas dan skala favorabilitas menunjukkan persentasenya signifikan media sosial sebagai perencanaan dan sarana komunikasi kegiatan gereja sangat dibutuhkan pada saat sekarang ini.

### Media sosial Whatsapp dan Line

Pengertian Media sosial adalah sebuah media daring (dalam jaringan) online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia *virtual* di seluruh dunia. Media sosial sebagai *'sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan tehnologi web 2.0 dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran user generated content'*.<sup>7</sup> Menurut Howard Greenstein *"Social media are the online technologies and practices that people used to share content, opinions, insights, experiences and media themselves. They are media for social interaction, you can tell social software because it is no fun to use by yourself – an account with no friends connected has no value"*.<sup>8</sup>

Jadi dapat dikatakan bahwa media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi atau berkomunikasi dengan memberi *feedback* secara terbuka, memberi komentar serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas atau media sosial adalah teknologi yang *mobile* dan berbasis *web* yang mendorong adanya interaksi diantara pihak-pihak yang menggunakannya.<sup>9</sup>

Teori *New Media* atau Media Baru atau dikenal sebagai *"digital"* yang diperkenalkan oleh Marshall McLuhan dan Denis McQuail dimana pemikiran dasar McLuhan tentang media yang mengejutkan dan mendapat kritik bahwa media elektronik atau teknologi komunikasi yang digunakan dapat memengaruhi dan mengubah penggunanya.<sup>10</sup> Berdasarkan hasil studi yang dilakukan advokasi *Common Sense Media* Amerika terhadap 1.000 remaja berusia 13 – 17 tahun 65% lebih mengaku berkirim pesan setiap hari dengan sedikitnya dua jenis media

<sup>5</sup> Rumat Dennis Axel, Xaverius Najoan dan Brave A Sugiarto, "Rancang Bangun Aplikasi Berbasis Android Untuk Informasi Kegiatan dan Pelayanan Gereja" *eJournal Teknik Elektro dan Komputer Unsrat, Manado* (2017), 1-2

<sup>6</sup> Josua Tafonao, Riksa Belasunda dan Aris Rahmansyah, "User Interface Aplikasi 'Warta Digital' berbasis Android untuk Gereja Kemenangan Iman Indonesia cabang Bandung" *eProceeding of Arts and Design, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Telkom* (2017). 47.

<sup>7</sup> Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, "jenis-jenis media sosial". *Journal of Systems and Information Technology* (Paris, 2010), 1.

<sup>8</sup> *Social Media*, Social Media Club NYC, [www.heidicohen.com](http://www.heidicohen.com) (2018), 1.

<sup>9</sup> Sopiah, Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan media facebook, *Proceeding Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI) Universitas Islam Indonesia* (2013): 16-20.

<sup>10</sup> Harris Munandar dan Maman Suherman, "Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwal Kamil di Media Sosial", Bandung, *Prosiding, Prodi Hubungan Masyarakat, Universitas Islam Bandung* (2016), 423-427.

sosial dan terjadi adanya peningkatan kebutuhan komunikasi online media sosial pada remaja.<sup>11</sup>

Hasil survei yang dilakukan oleh Kementerian Kominfo menunjukkan 5 media sosial yang terpopuler di Indonesia adalah *Facebook* dengan 65 juta pengguna, *Twitter* dengan 19,5 juta pengguna, *Google+* 3,4 juta pengguna, *LinkedIn* 1 juta pengguna dan *Path* 700 juta pengguna<sup>12</sup>, dan data ini memiliki kecenderungan terus berubah dinamis dengan trend naiknya pengguna *Whatsapp*, *Instagram*, *Line* dan lainnya.<sup>13</sup>

### Media sosial sebagai sarana komunikasi

Hubungan universal dari komunikasi mengandung elemen-elemen yang ada di dalam setiap tindakan komunikasi, terlepas dari apakah itu bersifat antarpribadi, kelompok kecil, pidato terbuka atau komunikasi massa.<sup>14</sup> Everett M. Rogers seorang pakar Sosiologi Pedesaan Amerika dalam bukunya *Hafied* yang telah banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi sebagai berikut: "Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka", kemudian definisi ini dikembangkan oleh D. Lawrence Kincaid sehingga melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa: "Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam".<sup>15</sup>

Media sosial merupakan alat komunikasi dan informasi yang efektif karena dapat diakses oleh siapa saja sehingga jaringan komunikasi dan informasi bisa lebih luas terjangkau dan memiliki sedikitnya 4 kelebihan yaitu kesederhanaan, membangun relasi, jangkauan global dan terukur.<sup>16</sup> Gereja tidak mungkin menghindari arus keras perkembangan teknologi dan informasi karena arus perubahan ini memberi dampak kepada seluruh peradaban manusia di dunia ini dan gereja sebagai bagian dari dunia yang terus berkembang ini tidak tepat hanya tampil sebagai penonton, tetapi gereja harus menjadi pelaku dan proaktif dalam kemajuan teknologi yang ada dan memanfaatkannya dalam kegiatan gereja seperti pewartaan, memperkenalkan iman Kristiani dan pemberian pengajaran-pengajarannya kepada jemaat agar dapat bertumbuh dan semakin dewasa sehingga dengan setiap informasi harus dapat dipahami sebagai perencanaan dan pelayanan yang matang.<sup>17</sup>

---

<sup>11</sup> Hanjani, Febyuka, "Peningkatan kebutuhan akan Media Sosial pada Remaja, salah siapa?." *Personal Growth Conseling and Development Center*, [www.personalgrowth.co.id](http://www.personalgrowth.co.id) (2014).

<sup>12</sup> "Indonesia Pasar Paling Menguntungkan", *Suara Merdeka* (27 Maret 2015).

<sup>13</sup> Fahmi Anwar, "Perubahan dan Permasalahan Media Sosial". Jakarta, *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni*, Vol1, no.1 (2017), 137-144. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i1.343>

<sup>14</sup> Joseph A, DeVito, *Komunikasi Antar Manusia*, terjemahan Agus Maulana (Jakarta, Indonesia: Karisma Publishing Group, 2011), 24.

<sup>15</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta, Indonesia: PT Raja Grafindo Persada, 2000), 19-20

<sup>16</sup> Wawan Setiawan, "Era Digital dan Tantangannya", *Seminar Nasional Universitas Pendidikan Indonesia* (2017).

<sup>17</sup> Robby Chandra, *Teologi dan Komunikasi* (Yogyakarta, Indonesia: Duta Wacana University Press, 1996), 14.

## Landasan Biblika Kitab Ulangan 6:4-9

Kitab Ulangan memberikan gambaran secara umum perspektif yang luas mengenai peristiwa-peristiwa dari generasi bangsa Israel saat keluar dari Mesir dimana Musa mengingatkan mereka akan perbuatan-perbuatan Allah dan memberikan garis besar anggaran dasar yang ditetapkan Ilahi bagi teokrasi baru yang akan didirikan di negeri perjanjian yaitu saat bangsa Israel akan masuk ke tanah Kanaan berupa perintah-perintah Allah dan kitab Ulangan, kitab Taurat yang kelima ini dikenal dengan nama '*elleh haddebarim*' (inilah firman-firman) atau dalam bentuk yang lebih singkat lagi '*dedebarim*'.

Kitab Taurat ini diambil dari Ulangan 1:1 kitab yang berisikan pengulangan dari keempat kitab lainnya dalam Taurat dan sering diistilahkan sebagai '*naskah perjanjian atau dokumen perjanjian*' yang artinya bangsa Israel dipanggil untuk mewujudkan secara penuh keterpilihannya menjadi umat Allah melalui ketaatannya kepada kewajiban-kewajibannya, hal itu tampak dalam bagian suruhan dan teguran (Ul. 5–11), peraturan perjanjian (Ul. 12-26) serta kutukan bagi yang salah dan berkat bagi yang benar (Ul. 28).

Ulangan 6:4-9 berbunyi: "Dengarlah, hai orang Israel; Tuhan itu Allah kita, Tuhan itu Esa! Kasihilah Tuhan, Allahmu, dengan segenap hatimu dan dengan segenap jiwamu dan dengan segenap kekuatanmu. Apa yang kuperintahkan kepadamu pada hari ini haruslah engkau perhatikan, haruslah engkau mengajarkannya berulang-ulang kepada anak-anakmu dan membicarakannya apabila engkau duduk di rumahmu, apabila engkau sedang dalam perjalanan, apabila engkau sedang berbaring dan apabila engkau bangun. Haruslah juga engkau mengikatkannya sebagai tanda pada tanganmu dan haruslah itu menjadi lambang di dahimu, dan haruslah engkau menuliskannya pada tiang pintu rumahmu dan pada pintu gerbangmu".

Ulangan 6:4 "Dengarlah" adalah kata kerja Ibrani "*shema*" yang berarti mendengar untuk dilakukan (bandingkan dengan Ul. 4:1, 5:1, 9:1, 20:3, dan 27:9–10), Musa melanjutkan memberi penjelasan kepada umat tentang perintah-perintah itu seperti halnya mereka harus mengajar anak-anak mereka baik secara tertulis maupun lisan, yang dibawakan dalam liturgi dua kali sehari<sup>18</sup>, tradisi Yudaisme sebagai pengakuan iman yang wajib diucapkan (dihafal) tiap pagi pada ibadah pagi dan malam.

*Shema* (dengarlah) merupakan pernyataan iman Yahudi atas Keesaan Allah sebagai dogma fundamental dalam Perjanjian Lama bahkan tidak ada ibadah Sabat yang diselenggarakan di sinagog tanpa memproklamirkan *Shema 'Yisra'el Hashem [Yehvah] 'Eloheynu Hashem [Yehvah] 'Echad*" – Dengarlah, hai orang Israel; Tuhan itu Allah kita, Tuhan itu esa, ini menyatakan *Shema* adalah suatu kesaksian tentang Kedaulatan Allah dan ini janji kesetiaan kepada Allah satu-satunya bagi orang Yahudi dan Tuhan Yesus sendiri menganggap paling penting dari semua Hukum (Mrk. 12:29-30) saat Iblis mencoba Yesus di Bait Suci, Yesus mengutip Ulangan 6:16 "Jangan engkau mencoba Tuhan, Allah dan hanya kepada Dia sajalah engkau berbakti" (Mat. 4:10, Ul. 6:13).

Ulangan 6:5 "Kasihilah Tuhan, Allahmu dengan segenap hatimu dan dengan segenap jiwamu dan dengan segenap kekuatanmu" memiliki arti yang sangat dalam dimana Allah ingin umatNya bukan hanya mendengarkan tetapi juga melakukan (Ul. 4:1, 5:1, 9:1, 20:3, dan 27:9–10) dimana mendengarkan Allah melibatkan pikiran, hati, jiwa dan kekuatan tindakan nyata seperti yang dilakukan orang Yahudi sehingga mereka menuliskannya dalam potongan-potongan kecil perkamen lalu dimasukkan ke dalam kotak kulit kecil yang disebut

<sup>18</sup>Tafsiran Alkitab Masa Kini 1, terjemahan (Jakarta, Indonesia: BPK Gunung Mulia, 1983), 317.

*filakteria* lalu diikatkan di lengan kanan dan dahi saat seorang Yahudi berdoa siang dan malam serta ditempelkan pada tiang pintu rumah dan pada pintu gerbangnya sebagai simbol yang begitu sangat penting melampaui apapun.

Ulangan 6:6-7 merupakan perintah untuk mengajarkan dan untuk membicarakannya dimanapun bangsa Yahudi berada, ini menyangkut waktu dimana mereka sedang mengadakan persiapan untuk masuk ke tanah Kanaan dan berkenaan dengan perintah, peraturan dan ketetapan yang sudah diberikan Allah yaitu cara mengasihi Tuhan secara turun temurun.

Kata '*haruslah*', '*perhatikan*' merupakan kalimat perintah dan tidak boleh tidak harus menaruh minat dan mengindahkan apa yang diperintahkan sebagai bentuk pengajaran yang dilakukan secara berulang-ulang (teks Ibrani *wrshinatam*) berasal dari kata dasar (*sh'nan*) yang artinya mempertajam. Melakukannya dengan berulang-ulang agar proses pengajaran ini dapat dipertajam dengan tekun dan harus diingat oleh keturunan bangsa Israel bila saat duduk di rumah, dalam perjalanan, berbaring dan bangun menunjukkan proses pengajaran ini tidak boleh berhenti dan dilakukan berulang-ulang, kontiniu, sepanjang waktu dan dalam seluruh kehidupan manusia sampai mati.

Ulangan 6:8-9 perintah itu harus menjadi tanda dan lambang dan menuliskannya pada tiang pintu rumahmu dan pada pintu gerbangmu menjadi ungkapan *figurative* (sebagai ibarat) yang dipahami sebagai suatu lambang, bangsa Israel memahami dengan arti harafiah atau yang sebenarnya menunjukkan perintah Allah ditaatinya secara totalitas dan menjadi ungkapan pernyataan kasih kepada Allah sebagai peringatan terus-menerus bagi generasi bangsa Israel bahwa hubungan dengan YHWH itu harus dilaksanakan dalam kehidupan pribadi, keluarga, komunitas, persekutuan dengan umat.

Demikian Ulangan 6:4-9 makna *shema* adalah pernyataan dan tindakan iman bangsa Yahudi yang paling ultimat dengan mengasihi Tuhan yang Esa dengan segenap hati (bahasa Ibrani – *Lebhabh* yang berarti menyerahkan segala proses pemikiran, perasaan, tindakan dan keputusan kepada Tuhan untuk dituntun sesuai kehendakNya), dengan segenap jiwa (bahasa Ibraninya '*Nefesy*' yang berarti menundukkan dan mengabdikan segala perkara hanya pada kehendak Tuhan sehingga seluruh hidup kita menjadi alat dan sarana kehendak Tuhan dan bertindak sekuat tenaga untuk melakukan tujuan yang Tuhan kehendaki. *Shema* menjadi bagian penting dari hukum Taurat yang terus diucapkan orang Yahudi saat mereka beribadah dan berdoa dan menjadi bagian vital kehidupan orang Yahudi dari dulu hingga sekarang.

### **Pandangan Teologis Kitab Ulangan 6:4-9 terhadap Peran Media Sosial**

Setelah melihat dasar biblika Kitab Ulangan 6:4-9 terhadap peran Media Sosial maka peneliti mengupas garis besar pandangan teologis kitab Ulangan 6:4-9 terhadap peran Media Sosial adalah sebagai berikut:

Pertama, ayat 4 merupakan pernyataan Iman yang fundamental yang menyatakan bahwa Tuhan itu Allah kita yang Esa yang tidak digantikan oleh apapun juga dan menjadi dasar iman dan hidup manusia. Kemudian pada ayat 5 mengajarkan peneliti untuk mengasihi Tuhan Allah dengan segenap hatimu dan dengan segenap jiwamu dan dengan segenap kekuatanmu, ini berarti mengasihi Tuhan Allah dengan totalitas penuh dengan mempersembahkan hati seutuhnya, tidak ada yang lainnya selain Tuhan Allah dan mengasihi dengan segenap jiwa yang berarti seluruh hidup ini hanya dan hanya untuk Tuhan semata

dan dengan bertindak aktif melakukannya dengan segenap kekuatanmu, bukan setengah-setengah tetapi sampai titik darah penghabisan.

Kedua, ayat 6-9 menekankan perintah untuk mengajarkan dan membicarakannya dimanapun peneliti berada dan dalam keadaan apapun perintah ini harus dilakukan bukan saja untuk diri sendiri tetapi juga untuk orang lain mulai dari keluarga, suami, istri, anak-anak, cucu, teman, saudara dalam suatu kesaksian hidup dan tanda serta lambang seluruh hidup dan pengabdian secara berulang-ulang dan dalam setiap kesempatan serta sejak anak-anak.

Ketiga, dari kedua poin diatas peneliti menyoroti ayat 8 "Haruslah juga engkau mengikatkannya sebagai tanda pada tanganmu dan haruslah itu menjadi lambang di dahimu" dimana *Shema* menjadi tanggung jawab yang istimewa ini sebagai suatu Perjanjian Allah kepada manusia dan menjadi suatu lambang atau simbol atau identitas yang luar biasa bagi orang Kristen mengajarkan *Shema* kepada anak-anak kita dan generasi berikutnya secara turun temurun. Bagi orang Yahudi sendiri lambang atau simbol dituliskannya dalam potongan-potongan kecil perkamen yang dimasukkan ke dalam kotak kulit kecil yang sering disebut sebagai *Tefillin* (bahasa Ibrani: תפילין) atau juga disebut *phylacteries* lalu diikatkan di lengan kanan dan dahi saat seorang Yahudi berdoa siang dan malam serta ditempelkan pada tiang pintu rumah dan pada pintu gerbangnya sebagai simbol yang begitu sangat penting melampaui apapun.

Keempat, *Tefillin* (bahasa Ibrani: תפילין) atau juga disebut *phylacteries* adalah sepasang kotak kulit hitam berbentuk kubus yang dicat hitam dengan ikat kulit hitam di satu sisinya dan kotak itu berisi gulungan perkamen dengan tulisan ayat Alkitab di dalamnya. *Tefillin*-tangan atau *shel-yed* dipakai oleh orang Yahudi untuk dililitkan di sekeliling lengan, tangan, dan jari mereka, hal ini dimaksudkan dekat dengan hati manusia sedangkan *Tefillin*-kepala atau *shel-rosh* diletakkan di atas dahi yang dimaksudkan dekat dengan pikiran manusia. Torah menyebutkan *Tefillin* harus digunakan untuk pelayanan sebagai "tanda" dan "peringat" bahwa Tuhan membawa anak-anak Israel keluar dari Mesir setiap ibadah dan doa pagi setiap harinya dimana hal ini memaknai bahwa *Tefillin* adalah sebagai suatu media komunikasi secara visual yang sudah perintahkan kepada orang Israel lewat Musa.

Kelima, tradisi ini sudah ada selama ribuan tahun dan orang Yahudi yang taat menganggap menggunakan *Tefillin* merupakan *mitzvah* (perintah) yang sangat agung. "Haruslah juga engkau mengikatkannya sebagai tanda pada tanganmu dan haruslah itu menjadi totafot dahimu" (ayat 8) dan definisi totafot sendiri tidak jelas. Namun perintah ini memaknai bahwa sejak dulu orang Yahudi sudah memiliki media komunikasi visual yang penting saat ibadah dan doa pagi setiap harinya dengan memakai kotak hitam *Tefillin* ini dan tentunya sekarang ini bagi generasi muda dapat memakai media komunikasi yang berbeda yaitu media sosial sebagai sarana komunikasi, informasi dan promosi kegiatan gereja.<sup>19</sup>

Keenam, ketaatan menggunakan media komunikasi visual *Tefillin* yang dipakai oleh orang Israel secara turun temurun dan menjadikannya sebagai pusat kehidupan dan gaya hidup sejati mereka menjadikan hal ini sebagai contoh yang akurat bahwa pada jaman milenial ini generasi muda tidak boleh melupakan ajaran *Shema* sampai generasi berikutnya dengan kemajuan teknologi yang pesat maka generasi muda dapat menggunakan media komunikasi visual *Tefillin* sebagai dasar yang penting dan contoh Teologis yang baik bahwa dalam menggunakan media sosial sebagai komunikasi, informasi dan promosi pada saat ini

---

<sup>19</sup> <https://jewishcentersurabaya.wordpress.com/praktek-yahudi/tefillin/informasi-tefillin/apa-itu-tefillin/>

haruslah untuk kemuliaan Tuhan (*Shema*) dan menjadikannya sebagai gaya hidup sejati orang Kristen.

Ketujuh, pada era digital dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat, Media Sosial mengambil peran mengkomunikasikan *Shema* di setiap waktu dan setiap tempat dimanapun juga, hal ini sama dengan orang Israel menggunakan *Tefillin* tangan dan *Tefillin* kepala pada saat ibadah dan doa setiap harinya. Terlebih lagi dengan internet maka jarak dan waktu tidak menjadi suatu masalah, begitu juga dengan Informasi dapat dilakukan dengan seketika dan dimanapun yang berarti dengan media sosial kita dapat mengkomunikasikan, menginformasikan dan mempromosikan *Shema* ke seluruh dunia dan kepada orang Kristen setiap saat. Dasar Teologis Ulangan 6:4-9 ini menunjukkan bahwa peran media sosial menjadi dasar penting memberitakan *Shema* khususnya di Gereja sehingga Peran Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi, Informasi dan Promosi Kegiatan Gereja dapat dilaksanakan sesuai kebutuhan dan perkembangan teknologi saat ini.

### Metode Penelitian

Penelitian menggunakan 613 responden yang sebelumnya dilakukan uji sampel acak sebanyak 43 responden untuk melakukan tes validitas isi dan muka dan dianalisa tingkat reliabilitasnya menggunakan aplikasi *Statistical Product and Service Solution* (SPSS). Validitas pengukuran adalah kecocokan pengukuran dengan sasaran ukur yakni dengan apa yang mau diukur, berarti kemampuan mengukur ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.<sup>20</sup>

Kuesioner yang telah divalidasi dibagikan kepada 43 responden awal secara acak beberapa kelas dan data yang diperoleh diuji menggunakan program statistik yaitu *Statistical Product and Service Solution* (disingkat SPSS) tipe 22 yaitu program komputer yang digunakan untuk analisis data statistic seperti analisis reliabilitas, analisis korelasi, regresi dan analisis statistic lainnya, SPSS singkatan dari *Statistical Package for the Social Sciences*) yang akhirnya diperluas untuk melayani berbagai jenis user.<sup>21</sup> Kemudian setelah didapat hasil dan data yang ada maka peneliti akan menganalisa dan membahasnya dengan Analisa Citra yaitu skala yang mengukur seberapa jauh pengetahuan responden sasaran terhadap objek yang diteliti dan ada 2 skala yang dipakai dalam Analisa Citra yaitu Skala Familiaritas yaitu skala yang dipakai untuk mengukur seberapa dekat atau familiar dengan objek tersebut, sedangkan Skala Favorability adalah skala yang dipakai untuk mengukur seberapa jauh respon responden terhadap objek yang diteliti sehingga diharapkan akan muncul segi urgensinya faktor peranan media sosial sebagai sarana komunikasi kegiatan gereja yang dirasakan perlu atau tidak.<sup>22</sup>

### Analisa Data.

Dari data responden yang telah dikumpulkan maka dibuatkan perhitungan persentasi nilai. Cara perhitungannya dengan memberikan bobot nilai pada masing-masing jawaban

---

<sup>20</sup> Dali Santun Naga, *Teori Sekor pada Pengukuran Mental* (Jakarta, Indonesia: PT. Naga Rani Citrayasa, 3, 2013), 310–313.

<sup>21</sup> Singgih Santoso, *Menguasai SPSS22 from Basic to Expert Skills* (Jakarta, Indonesia: PT Elex Media Komputindo, 2015), 10–11.

<sup>22</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran I, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, terjemahan Ancella Anitawati Hermawan (Jakarta, Indonesia: Penerbit Salemba Empat, Prentice Hall, 1995), 707–736.

responden kemudian dari jumlah bobot nilai masing-masing responden pada kelompok pertanyaan tersebut dianalisa dalam persentase (%) dengan perhitungan sebagai berikut:

1. Perhitungan persentase Nilai Familiaritas B1 disingkat (PNFB1) dalam skala Familiaritas adalah:

$$\text{Persentase Nilai Familiaritas B1} = \frac{\text{Jumlah Bobot Nilai Responden}}{\text{Jumlah Responden} \times \text{Bobot Nilai Tertinggi}} \times 100\% \quad (\text{PNFB1})$$

Begitu selanjutnya perhitungan nilai Familiaritas B2 – B5.

2. Perhitungan persentase Nilai Favorabilitas C1 disingkat (PNFC1) dalam skala Favorabilitas adalah:

$$\text{Persentase Nilai Favorabilitas C1} = \frac{\text{Jumlah Bobot Nilai Responden}}{\text{Jumlah Responden} \times \text{Bobot Nilai Tertinggi}} \times 100\% \quad (\text{PNFC1})$$

Begitu selanjutnya perhitungan nilai Favorabilitas C2 – C6.

Analisa data responden berdasarkan kelompok pertanyaan B (Skala Familiaritas) dan pertanyaan C (Skala Favorabilitas) sebagai Sarana Komunikasi Kegiatan Gereja adalah:

1. Persentase Nilai Familiaritas B1 (PNFB1) = 62,2%
2. Persentase Nilai Familiaritas B2 (PNFB2) = 69,5%
3. Persentase Nilai Favorabiliti C1 (PNFC1) = 80,7%
4. Persentase Nilai Favorabiliti C2 (PNFC2) = 83,6%

### **Pembahasan dan hasil penelitian.**

Dilihat dari perhitungan persentase responden mengenai Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Kegiatan Gereja dalam Skala Familiaritas menunjukkan bahwa:

1. Persentase Nilai Familiaritas (PNFB1) Media Sosial Whatsapp memperoleh 62,2 %
2. Persentase Nilai Familiaritas (PNFB2) Media Sosial Line memperoleh 69,5 %
3. Perhitungan persentase responden mengenai media sosial sebagai sarana komunikasi kegiatan gereja dalam skala familiaritas menunjukkan media sosial Whatsapp sebesar 62,2 % dan media sosial Line memperoleh nilai sebesar 69,5% menunjukkan antusia jemaat gereja menggunakan kedua media sosial ini sebagai sarana komunikasi kegiatan gereja.

#### Skala Familiaritas

Media Sosial	Persentase	Keterangan
Whatsapp	62,2% (PNFB1)	Sarana Komunikasi
Line	69,5% (PNFB2)	Sarana Komunikasi

Gambar 1 Tabel Persentase Skala Familiaritas Responden.

Perhitungan Persentase Responden mengenai Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Kegiatan Gereja dalam Skala Favorabilitas menunjukkan bahwa:

1. Persentase Nilai Favorabiliti Media Sosial Whatsapp (PNFC1) memperoleh 80,7 %
2. Persentase Nilai Favorabiliti Media Sosial Line (PNFC2) memperoleh 83,6 %



- Perhitungan persentase responden mengenai media sosial sebagai sarana komunikasi kegiatan gereja dalam skala favorabilitas menunjukkan media sosial Whatsapp sebesar 80,7% dan media sosial Line sebesar 83,6%, hal ini memperlihatkan bahwa responden memilih 2 media sosial Whatsapp dan Line (favorabilitasnya tinggi) sebagai sarana komunikasi kegiatan gereja.

Skala Favorabilitas

Media Sosial	Persentase	Keterangan
Whatsapp	80,7% (PNFC1)	Sarana Komunikasi
Line	83,6% (PNFC2)	Sarana Komunikasi

Gambar 2 Tabel Persentase Skala Favorabilitas Responden.

## Kesimpulan

Dari Analisa data diatas dan hasil penelitian yang telah dilakukan memperoleh beberapa poin kesimpulan yaitu:

- Dengan menggunakan metodologi penelitian Analisa Citra secara umum tujuan projek ini memberikan gambaran jelas akan ukuran penggunaan kelima media sosial sebagai sarana komunikasi kegiatan gereja (skala familiaritas) dan ukuran reaksi atau respons terhadap kelima media sosial sebagai sarana komunikasi kegiatan gereja bagi mahasiswa UPH (skala favorabiliti). Penelitian ini membuktikan hipotesis dengan hasil penelitian ternyata signifikan dimana dengan adanya arus teknologi yang kuat bebas gagasan, ide-ide, informasi dan komunikasi yang deras dan sangat sulit dibendung maka hampir seluruh responden yang diteliti menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi kegiatan gerejanya.
- Dari hasil Skala Familiaritas dan Skala Favorabiliti menunjukkan bahwa Whatsapp dan Line dipergunakan jemaat sebagai sarana komunikasi kegiatan gereja.
- Skala Familiaritas juga menunjukkan nilai tertingginya penggunaan media sosial Line yang digunakan sebagai Sarana Komunikasi sebesar 69,5% (PNFB1). Dalam wawancara lisan dengan beberapa mahasiswa didapat gambaran mereka lebih memilih Line karena banyak emoticon, praktis, memiliki fitur *videocall* yang disukai oleh generasi muda dan fitur variasi konferensi lebih beragam dan Whatsapp kurang lebih sama dengan Line dimana satu keunggulannya juga untuk mengirim file gambar dan video sehingga kedua media sosial ini cocok dan diminati oleh jemaat dan pengurus sebagai sarana Komunikasi kegiatan gereja.

## Saran dan Implementasi Penelitian

Setelah mengetahui tujuan dan hasil projek penelitian yang telah dijelaskan di atas bahwa penelitian yang dilakukan sesuai dengan hipotesis peneliti maka peneliti menjelaskan beberapa saran dan implementasinya bagi masyarakat, gereja dan akademisi. Adapun saran dan implementasi proyek penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Dengan menggunakan metode penelitian Analisa Citra dengan skala Familiaritas dan skala Favorabilitas maka secara teoretis peneliti dapat mengetahui seberapa jauh ukuran penggunaan dan respons dari hasil kuesioner yang ada akan peran media sosial Whatsapp dan Line sebagai Sarana Komunikasi Kegiatan Gereja bagi mahasiswa Kristen UPH yang dapat dikatakan sebagai generasi milenial saat ini.

2. Proyek penelitian ini juga dapat dijadikan data penelitian bagi gereja-gereja di Indonesia untuk mengetahui seberapa efektifitas dan efisien Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Kegiatan Gereja, khususnya para hamba Tuhan, pendeta, pemimpin gereja dan yayasan bahwa penelitian ini dapat dijadikan masukan yang berguna untuk gerejanya dalam melakukan program dan perencanaan kegiatan gereja.
3. Bagi para Akademisi dapat mengetahui langkah praktis dan teoritis selanjutnya setelah mendapatkan informasi dan data penelitian yang telah dilakukan peneliti dan melanjutkan penelitian berkelanjutan.
4. Dapat dikatakan bahwa Media sosial sebagai jendela yang memungkinkan masyarakat melihat apa yang sedang terjadi di luar sana atau mengetahui berbagai peristiwa dan sebagai filter atau gatekeeper yang menyeleksi berbagai hal untuk diberi perhatian atau tidak. Sehingga media sosial dapat menjadi sarana informasi yang penting dan berguna bahkan sebagai forum untuk mempresentasikan berbagai informasi dan ide-ide kepada jemaat atau masyarakat sehingga dimungkinkan terjadinya tanggapan dan umpan balik. Hal ini sebagai sarana komunikasi juga promosi bagi gereja sehingga peneliti menyarankan agar gereja dapat menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi secara maksimal dan optimal.
5. Dengan mengerti, memahami dan mempelajari media sosial maka gereja mendapatkan banyak manfaat sebagai sumber informasi, sumber belajar secara *online* sehingga pengetahuan dan wawasan pengguna dapat ditingkatkan, ide dan inovasi dapat muncul sehingga meningkatkan kualitas sumber daya manusia di dalam pertumbuhan gereja tersebut.

## Daftar Pustaka

- Abadi, Totok Wahyu., Sukmawan, Fandrian., & Utari, Dian Asha. "Media Sosial dan Pengembangan Hubungan Interpersonal Remaja di Sidoarjo." *Jurnal Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP, Universitas Muhammadiyah* (2016).  
<https://doi.org/10.21070/kanal.v2i1.278>.
- Abidin, Bend. "Peran Media Massa dalam Mencegah Konflik." *Jurnal Ilmu Komunikasi, Pasca Sarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta* (2017).
- Axel, Rumate., Dennis, Najosan., & Sugiarto, Brave A. "Rancang Bangun Aplikasi Berbasis Android Untuk Informasi Kegiatan dan Pelayanan Gereja", *E Journal Teknik Elektro dan Komputer Unsrat*, 1-2, (2017).
- Ayun, Primada, Qurrota. "Fenomena Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas." *Jurnal Fakultas FISIP, Universitas Diponegoro* (2015).  
<https://doi.org/10.12928/channel.v3i2.3270>.
- Anwar, Fahmi. "Perubahan dan Permasalahan Media Sosial". Jakarta, *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora dan Seni*, Vol1, no.1 (2017), 137-144.  
<https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i1.343>.
- Bovee, Cortland L, & Thill, John V. *Komunikasi Bisnis 1*, terjemahan Sindoro, Alexander. Jakarta, Indonesia: PT Prenhallindo, 2002.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta, Indonesia: PT Raja Grafindo Persada, 2000.
- Chandra, Robby. *Teologi dan Komunikasi*, Yogyakarta, Indonesia: Duta Wacana University Press, 1996.
- DeVito, Joseph A. *Komunikasi Antar Manusia*, terjemahan Agus Maulana, Jakarta, Indonesia: Karisma Publishing Group, 2011.
- Drucker, Peter F. *Managing for Results*, Brooklyn, NY: Harper & Row, Publishers Inc, 1990.
- Farkas, Meredith G. *Social Software in Libraries*, Medford, NJ: Building Collaboration Communication and Community Online, Information Today Inc, 2007.
- Handoko, T. Hani. *Manajemen*, Yogyakarta, Indonesia: BPFE UGM, 1995.
- Handoko, T. Hani. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, Yogyakarta, Indonesia: BPFE UGM, 1996.
- Hanjani, Febyuka. "Peningkatan kebutuhan akan Media Sosial pada Remaja, salah siapa?", *Personal Growth Conseling and Development Center*, [www.personalgrowth.co.id](http://www.personalgrowth.co.id), 2014.
- Kaplan, Andreas M, dan Haenlein, Michael. "Social Media", *Journal of systems and Information Technology*, Emerald Group Publishing Limited, ESCP Europe, Paris, France: 2010 [www.slideshare.net](http://www.slideshare.net).
- "Komunikasi yang Efektif", *Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Sekretariat Jenderal Biro Komunikasi dan Layanan Informasi Sekretariat Jenderal Kementerian Keuangan RI Jakarta, Indonesia: 2013*.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran 1: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, terjemahan Hermawan, Ancella Anitawati, Jakarta, Indonesia: Salemba Empat, 1995.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran 2: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, terjemahan Hermawan, Ancella Anitawati, Jakarta, Indonesia: Salemba Empat, 1995.

- Kotler, Philip, et al., *Marketing in Australia*, Hoboken, NJ: Prentice Hall of Australia Pty. Ltd, 1989.
- Kotler, Philip T, dan Keller, Kevin Lane. *Marketing Manajemen*, Pearson 14, Manhattan, NY: 2012.
- Mansour, Fakih. *Runtuhnya Teori Pembangunan dan Globalisasi*, Yogyakarta, Indonesia: Insist Press dan Pustaka Pelajar, 4 2006.
- McLuhan, Marshall. *Understanding Media: The Extension of Man*, Cambridge, MA: The MIT Press, 1994.
- Munandar, Harris, dan Suherman, Maman. "Aktivitas Komunikasi Pemerintahan Ridwal Kamil di Media Sosial", *Prosiding, Prodi Hubungan Masyarakat, Universitas Islam Bandung*, 2016.
- Naga, Dali Santun. *Teori Sekor pada Pengukuran Mental*, Jakarta, Indonesia: PT. Naga Rani Citrayasa, 32013.
- Nugroho, Bayu, Pratama, dan Jayanti, Sherly. "Implementasi Sistem Informasi Berbasis web, studi kasus Gereja GKE Sion Palangkaraya", *STMIK Palangka Raya*, 2017. <https://doi.org/10.33020/saintekom.v7i2.44>.
- Ohmae, Kenichi. *Dunia Tanpa Batas, Kekuatan dan Strategi di Dalam Ekonomi yang Saling Mengait*, (terjemahan) Budiyanto, Jakarta, Indonesia: Binarupa Aksara, 1991.
- Priyatno, Duwi. *Tehnik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*, Yogyakarta, Indonesia: Penerbit Gava Media, 2010.
- Putri, Wilga Secsio Ratsja, Nurwati. R Nunung, dan S. Meilanny Budiarti. "Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Remaja", *Prosiding KS Riset dan PKM, Jakarta, Indonesia: 2016*. <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>.
- Santoso, Singgih. *Menguasai SPSS22 from Basic to Expert Skills*, Jakarta, Indonesia: PT Elex Media Komputindo, 2015.
- Setiawan, Wawan. "Era Digital dan Tantangannya", *Seminar Nasional Universitas Pendidikan Indonesia, Jakarta, Indonesia: 2017*.
- Sopiah, "Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan media facebook", *Proceeding Seminar Nasional Aplikasi Tehnologi Informasi (SNATI) Universitas Islam Indonesia, 2013*.
- Social Media, *Social Media Club NYC*, [www.heidicohen.com](http://www.heidicohen.com) (articles), 2018.
- Surahman, Sigit. "Dampak Globalisasi Media terhadap Seni dan Budaya Indonesia", [lppmunsera.org](http://lppmunsera.org), *LONTAR – Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Serang Raya, Banten, Indonesia: 2017*.
- Tafonao, Josua; Belasunda, Riksa, dan Rahmansyah, Aris. "User Interface Aplikasi 'Warta Digital' berbasis Android untuk Gereja Kemenangan Iman Indonesia cabang Bandung", *e Proceeding of Arts and Design, Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Telkom, 2017*.