

“SEMEION PENUNGGANG KUDA PUTIH”

Suatu Upaya Analisis Logo Gereja Kristen Sumba dengan Menggunakan Pisau Semiotika



Oleh :

Rally Hamangangu Remijawa

NIM :01120020

SKRIPSI UNTUK MEMENUHI SALAH SATU SYARAT DALAM MENCAPAI GELAR
SARJANA PADA FAKULTAS TEOLOGI UNIVERSITAS KRITEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

AGUSTUS 2016

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI DENGAN JUDUL:

SEMEION PENUNGGANG KUDA PUTIH:

Suatu Upaya Analisis Logo Gereja Kristen Sumba dengan Menggunakan Pisau Semiotika

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

Rally Hamangangu Remijawa

01120020

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Ilmu Teologi

Fakultas Teologi

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan **DITERIMA** untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sains Teologi pada tanggal 3 Agustus 2016

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Pdt. Wahyu Satria Wibowo, Ph.D

2. Pdt. Dr. Wahyu Nugroho

3. Pdt. Dr. Asnath Niwa Natar, M.Th



Yogyakarta, 8 Agustus 2016

Disahkan Oleh:

Dekan,

Ketua Program Studi,



Pdt. Paulus Sugeng Widjaja, MAPS., Ph.D



Pdt. Jeniffer Fresy Porielly Wowor, M.A

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Mahakuasa yang telah membimbing dan menyertai penulis dalam penulisan skripsi ini dengan judul “*Semeion* Penunggang Kuda Putih: Suatu Upaya Analisis Logo Gereja Kristen Sumba dengan Menggunakan Pisau Semiotika”. Kelancaran dalam penyelesaian skripsi ini, juga dikarenakan bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Pdt. Wahyu. S. Wibowo Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan memberikan dukungan kepada penulis dalam masa penulisan skripsi.
2. Bapak Pdt. Hendri Mulyana Sendjaja selaku dosen pembimbing proposal yang memberikan inspirasi melalui pengalamannya kepada penulis.
3. Bapak Alm. Pdt. Elias Raumbani, selaku Pendeta gereja penulis, yang selalu mendukung dan mendoakan penulis dalam pembelajaran Theologi di Universitas Kristen Duta Wacana.
4. Kepada Bapak Matius Remijawa, Ibu Erni Duru, Nona, dan Karlos sebagai orang tua dan adik-adik dari penulis, yang telah mendidik dan membesarkan serta memberi dukungan penuh kepada penulis dalam setiap proses perkuliahan.
5. Kepada seuruh keluarga besar penulis yang berada di Sumba, yang selalu membantu dan menolong penulis dalam proses perkuliahan.
6. Kepada Clara Destania Ke, sebagai keksasih yang selalu setia mendukung dan menyemangati penulis dalam proses perkuliahan.

7. Kepada setiap teman khususnya Beny dan Varyn yang selalu mendukung penulis dalam penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya masukan dan kritikan dari pembaca. Akhirnya, penulis mengharapkan dengan adanya tulisan ini, akan lebih memudahkan pembaca untuk lebih mengetahui mengenai makna dari logo GKS dan bagaimana logo GKS berkomunikasi dengan komunitas yang menyetujui dan menghidupi logo GKS tersebut.

Yogyakarta, Agustus 2016

DAFTAR ISI

Halaman	
Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Abstrak	vii
Pernyataan Integritas	viii
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Permasalahan	1
I.2 Permasalahan	6
I.3 Batasan Masalah	8
I.4 Judul Skripsi dan Penjelasan Pemilihan Judul	8
I.4 Tujuan dan Alasan Penelitian	9
I.5 Metode Penulisan	9
I.6 Sistematika Penulisan	9
BAB II. TEORI SEMIOTIKA DAN TEORI SIMBOL	11
II.1 Teori Semiotika	11
II.2 Teori Simbol	18
II.3 Simbol sebagai Komunikasi	24
II.4 Kesimpulan	28
BAB III. MAKNA LOGO GEREJA KRISTEN SUMBA	29

III.1 Makna Logo Gereja Kristen Sumba	29
III.2 Kesimpulan.....	45
BAB IV. ANALISIS LOGO GKS DENGAN LENSА SEMIOTIKA DAN SIMBOL	46
IV.1 Logo GKS dalam Terang Semiotika	46
IV.2 Logo dalam Terang Simbol	63
IV.3 Logo GKS sebagai Komunikasi	67
IV.4 Kesimpulan.....	73
BAB V. KESIMPULAN	75
DAFTAR PUSTAKA.....	79

©UKDW

ABSTRAK

***SEMEION* PENUNGGANG KUDA PUTIH**

Suatu Upaya Analisis Logo Gereja Kristen Sumba dengan Menggunakan Pisau Semiotika Oleh Rally Hamangangu Remijawa (01120020)

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda. Tanda selalu digunakan dalam setiap segi kehidupan manusia. Tanda digunakan untuk menunjuk sesuatu yang lain, yang melampaui tanda itu sendiri. Logo juga digunakan sebagai alat untuk menunjuk yang lain oleh karena itu logo dapat digolongkan sebagai tanda. Logo Gereja Kristen Sumba (GKS) adalah sebuah tanda, karena menunjuk pada nilai, cita-cita, karakteristik, dari GKS. Menurut Charles S Pierce, tanda terbagi atas tiga yaitu Ikon, Indeks, dan Simbol dan logo GKS tergolong simbol atau lebih tepatnya simbol religius. Secara spesifik sebagai sebuah simbol, logo GKS tidak hanya menunjuk pada nilai, cita-cita, dan karakteristik dari GKS tetapi juga sebagai sebuah komunikasi. Menjadi menarik untuk melihat logo GKS dari lensa semiotika karena logo GKS sebagai sebuah tanda adalah objek semiotika. Logo GKS sebagai sebuah komunikasi, mengkomunikasikan realita dan makna dari logo GKS itu sendiri. Makna dari logo GKS ada dua, pertama adalah memuat panggilan GKS untuk mengabarkan Injil dan kedua sebagai pengingat akan pergumulan dan perjuangan dalam mengabarkan Injil mula-mula. Sebagai suatu komunikasi, logo GKS perlu untuk disosialisasikan secara terstruktur, agar komunitas GKS dapat lebih mengenal dan menghidupi logo GKS. Dengan adanya pengenalan yang baik, komunitas GKS dapat berkomunikasi dengan logo GKS dengan lebih baik.

Kata Kunci: Semiotika, Tanda, Logo, Simbol, Gereja Kristen Sumba (GKS), Komunikasi.

Lain-lain:

Viii + 80 hal; 2016

29 (1986-2014)

Dosen Pembimbing: Pdt. Wahyu Satria Wibowo, Ph.D

Pernyataan Integritas

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan untuk meraih gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan kecuali yang secara tertulis diacu dalam skripsi ini dan disebutkan di dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 16 Agustus 2016



Rally Hamangangu Remijawa

© UKDW

ABSTRAK

***SEMEION* PENUNGGANG KUDA PUTIH**

Suatu Upaya Analisis Logo Gereja Kristen Sumba dengan Menggunakan Pisau Semiotika Oleh Rally Hamangangu Remijawa (01120020)

Semiotika adalah ilmu yang mempelajari tanda. Tanda selalu digunakan dalam setiap segi kehidupan manusia. Tanda digunakan untuk menunjuk sesuatu yang lain, yang melampaui tanda itu sendiri. Logo juga digunakan sebagai alat untuk menunjuk yang lain oleh karena itu logo dapat digolongkan sebagai tanda. Logo Gereja Kristen Sumba (GKS) adalah sebuah tanda, karena menunjuk pada nilai, cita-cita, karakteristik, dari GKS. Menurut Charles S Pierce, tanda terbagi atas tiga yaitu Ikon, Indeks, dan Simbol dan logo GKS tergolong simbol atau lebih tepatnya simbol religius. Secara spesifik sebagai sebuah simbol, logo GKS tidak hanya menunjuk pada nilai, cita-cita, dan karakteristik dari GKS tetapi juga sebagai sebuah komunikasi. Menjadi menarik untuk melihat logo GKS dari lensa semiotika karena logo GKS sebagai sebuah tanda adalah objek semiotika. Logo GKS sebagai sebuah komunikasi, mengkomunikasikan realita dan makna dari logo GKS itu sendiri. Makna dari logo GKS ada dua, pertama adalah memuat panggilan GKS untuk mengabarkan Injil dan kedua sebagai pengingat akan pergumulan dan perjuangan dalam mengabarkan Injil mula-mula. Sebagai suatu komunikasi, logo GKS perlu untuk disosialisasikan secara terstruktur, agar komunitas GKS dapat lebih mengenal dan menghidupi logo GKS. Dengan adanya pengenalan yang baik, komunitas GKS dapat berkomunikasi dengan logo GKS dengan lebih baik.

Kata Kunci: Semiotika, Tanda, Logo, Simbol, Gereja Kristen Sumba (GKS), Komunikasi.

Lain-lain:

Viii + 80 hal; 2016

29 (1986-2014)

Dosen Pembimbing: Pdt. Wahyu Satria Wibowo, Ph.D

BAB I

Pendahuluan

I.1 Latar Belakang Permasalahan

Dewasa ini, logo menjadi suatu hal yang sangat penting bagi suatu organisasi atau perusahaan. Seringkali ketika kita pergi ke sebuah tempat industri, perdagangan, atau organisasi, kita akan sering menjumpai logo-logo mereka. Logo-logo ini ada yang berbentuk sederhana saja seperti logo “NIKE” atau ada logo yang hanya merupakan sebuah tulisan belaka seperti “SAMSUNG”. Ada banyak macam gambar dan tulisan atau kombinasi gambar tulisan, yang menjadi logo. Logo-logo ini mempunyai kelebihan yang dapat menguntungkan bagi pemilik logo tersebut. Hal ini dikarenakan, banyak orang yang sudah melihat kualitas suatu organisasi atau perusahaan, hanya dari tampilan logo organisasi atau perusahaan tersebut. Ketika orang-orang menyebut logo tertentu, maka akan ada hal yang langsung terlintas di kepala mereka. Contohnya, ketika ada yang menyebut logo NIKE, maka kita sudah dapat membayangkan baju, sepatu, dan barang produksi lainnya dari NIKE, yang mempunyai kualitas yang bagus dan harga yang lumayan mahal.

Gereja Kristen Sumba sebagai suatu organisasi maupun institusi jelas juga mempunyai logo. Logo GKS berbentuk lingkaran dengan warna dasar hitam putih yang berisikan muatan Penunggang Kuda Putih yang memegang anak panah dan di bawahnya tertulis Wahyu 6:2. Logo ini dapat dilihat dari cap yang dimiliki oleh gereja. Kemudian, cap ini dapat dilihat di setiap surat-surat atau liturgi yang dimiliki oleh gereja. Bukan hanya dari cap saja, melainkan sebagian besar GKS mempunyai logo GKS di depan gerejanya. Logo inilah yang mengkomunikasikan nilai, konsep, cita-cita, visi, dan karakter dari GKS. Nilai-nilai inilah yang digunakan sebagai *starting point* dari gereja dalam hidup bergerejanya. Setiap tindakan dan program gereja sudah seharusnya mengandung nilai-nilai dan cita-cita dari logo GKS.



Gambar I.1 Logo GKS

Logo sendiri berasal dari kata “logos” (Yunani), yang berarti kata pikiran, pembicaraan, akal budi. Dari asal katanya saja, kita sudah dapat mengetahui bahwa logo mempunyai muatan pikiran dan konsep di dalamnya. Oleh karena itu, logo yang saat ini digunakan, pada umumnya sudah mempunyai konsep yang kemudian bisa dijadikan kiblat atau orientasi ke depan dalam setiap penggunaannya. Logo dapat dibedakan lagi menjadi 5, yaitu¹:

- a. Logotype; yaitu logo yang dibentuk dari nama suatu produk, jasa, perusahaan, secara lengkap, contohnya : Coca-Cola, Pepsi, Adidas, dll.
- b. Logotype; yaitu logo yang dibentuk hanya dari huruf depan produk, usaha, perusahaan, organisasi, contoh: Mac Donald (M), atau Superman (S).
- c. Logogram atau *Pictorial Visual*; yaitu logo yang dibentuk dengan representasi objek untuk menggambarkan citra perusahaan, jasa produk, contohnya: logo *Playboy* yang berupa gambar kepala kelinci yang memakai dasi kupu-kupu.
- d. Abstrak Visual; yaitu logo yang memakai bentuk visual yang abstrak yang dapat mencirikan dan mencitrakan perusahaan, jasa, maupun produk.
- e. Kombinasi atau gabungan bentuk-bentuk; adalah logo yang mana di dalam logo tersebut bisa ada unsur huruf, nama, angka, gambar, warna, dll.

Lebih jauh lagi, Adi Kusrianto dalam bukunya “Pengantar Desain Komunikasi Visual” mengatakan bahwa Logo atau tanda gambar (picture mark) merupakan identitas yang dipergunakan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi. Logotype atau tanda kata (word mark) merupakan nama lembaga, perusahaan, atau produk yang tampil dalam bentuk tulisan yang khusus untuk menggambarkan ciri khas secara komersial.² Dari hal ini kita bisa tahu dengan lebih jelas bahwa konsep atau pemikiran yang dimaksud adalah karakter atau citra yang ingin atau sudah dibangun dalam suatu organisasi atau perusahaan. Hal ini biasanya terdapat dalam hampir semua logo di dunia. Dengan demikian, logo bukanlah sekadar gambar semata yang bertujuan memanjakan mata dengan keindahan visualnya melainkan mempunyai muatan tertentu yang ingin disampaikan terkait penggunaannya.

Logo sendiri pun berkembang mulai dari definisi dan fungsinya³. Awalnya logo hanya sebatas media untuk menjelaskan logo itu sendiri (Features: What it is). Kemudian logo berkembang lagi yaitu untuk menjelaskan apa yang diperbuat oleh organisasi tersebut (Benefits: What it does).

¹ Ni Nyoman Sriwitari dan I Gusti Nyoman Widnyana, *Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 97.

² Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual* (Yogyakarta: Andi, 2007), 232.

³ *Ibid.*, 233.

Kemudian berkembang lagi untuk menjelaskan apa yang dirasakan oleh suatu organisasi atau perusahaan dan konsumennya (Experience: What you feel). Kemudian yang terbaru, logo mengalami perkembangan yaitu untuk menjelaskan identitas suatu organisasi atau perusahaan (Identification: Who you are). Di atas kita dapat melihat apa dan fungsi dari logo itu sendiri yaitu memperkenalkan, dan logo dapat menjadi semacam suatu magnet yang bisa membuat orang tertarik kepadanya, untuk diperkenalkan kepada suatu organisasi atau perusahaan yang membuat logo tersebut. Selain fungsi untuk memperkenalkan ini atau fungsi dalam bidang eksternalnya, logo juga mempunyai fungsi internal yaitu memberi sugesti, kepercayaan, dan menjaga citra perusahaan pemilik logo itu kepada semua orang yang terlibat di dalam organisasi atau perusahaan tersebut. Selain itu, logo juga berfungsi sebagai alat pemersatu dan membangun kesolidaritasan di antara anggota besar perusahaan atau organisasi itu yang akhirnya meningkatkan prestasi dan meraih sukses demi kemajuan perusahaan atau organisasi.⁴ Baik fungsi eksternal maupun internal haruslah berfungsi dengan beriringan. Pencipta logo tidak dapat membuat logo hanya untuk perkenalan semata karena dengan demikian maka logo tersebut akan menjadi “tidak seimbang” karena hanya eksternalnya saja yang berfungsi. Logo juga harus mempunyai fungsi internal, guna membuat suatu organisasi atau lembaga menjadi lebih baik.

Logo itu ibarat seperti sebuah Rumah. Dari sebuah rumah kita dapat mengetahui keberadaan dan sifat-sifat orang yang mempunyai rumah tersebut, seperti warna rumah, bentuk rumah, besar tidaknya suatu rumah, luas tidak halaman rumahnya, ada atau tidak mobil pemilik rumah, tata halamannya, jenis-jenis tanamannya, keadaan kamar tidur dan kamar mandinya, dapurnya dan lain-lain. Dari hal-hal di atas kita dapat mengetahui, bagaimana sifat dari pemilik rumah; rajinkah atau tidak, bersihkah atau tidak, orangnya santai atau sangat tegas dan masih banyak lagi. Jadi, rumah tersebut dapat menggambarkan atau merepresentasikan pemilik rumah tersebut.

Dari dua fungsi logo di atas yaitu fungsi eksternal dan internal, ada suatu benang merah yang tidak dapat dipisahkan dari kedua fungsi tersebut dalam kehadirannya sebagai logo. Benang merah itu adalah komunikasi. Aspek komunikasi ini dapat kita lihat dalam penyampaian konsep dan pemikiran suatu logo entah itu secara eksternal maupun internal. Karena ada aspek komunikasilah maka orang-orang dapat melihat konsep atau nilai yang sedang dijunjung oleh perusahaan atau organisasi yang mempunyai logo tersebut. Selain itu, logo merupakan salah satu bentuk dari tanda. Suatu tanda tidak pernah berada demi dirinya sendiri. Tanda hadir untuk

⁴ Ibid., 232-233.

sesuatu yang lain. Tanda dalam bentuk logo inilah yang memainkan peranan komunikasi dengan cara mengirimkan pesan dengan memperhatikan aspek-aspek tertentu seperti konteks sosial.⁵ Komunikasi di sini bukan sebagai komunikasi dalam arti teks atau tulisan sebagai bentuk utama, namun gambar atau dalam hal ini adalah logo, itulah yang menjadi “teks”nya. Logo sebagai bentuk komunikasi inilah yang akan diteliti lebih jauh dalam tulisan ini.

Jika dilihat dari pendekatan semiotika, logo digolongkan menjadi sebuah tanda. Bagi Ferdinand de Saussure-tokoh semiotika- tanda terdiri atas dua bagian, yaitu: penanda (signifier) dan petanda (signified). Penanda dan petanda ibarat kedua sisi koin, yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Penanda merupakan bentuk dan ekspresi; petanda merupakan konsep dan makna yang dihasilkan oleh tanda.⁶ Bagi Charles Sanders Peirce, yang merupakan tokoh semiotika, menjelaskan bahwa tanda dapat dipilah menjadi 3 jenis: Ikon, Indeks, dan Simbol. Ikon adalah tanda yang mirip dengan objek yang diwakilinya. Contohnya, foto Universitas Kristen Duta Wacana adalah ikon dari Universitas Kristen Duta Wacana yang sebenarnya. Indeks merupakan tanda yang memiliki hubungan kausalitas dengan apa yang diwakilinya. Contohnya, asap merupakan akibat dari adanya api. Simbol adalah tanda yang berdasarkan pada konvensi atau kesepakatan bersama. Simbol ini bersifat arbitrer. Contohnya, bendera merah putih bagi Indonesia, merupakan bendera negara Indonesia.⁷ Logo GKS sendiri tergolong kepada jenis tanda yang ketiga, yaitu simbol. Hal ini dikarenakan logo GKS sendiri merupakan hasil konvensi sosial yaitu sidang sinode GKS.

Pada akhirnya, sebuah tanda juga merupakan bentuk dari komunikasi. Demikian juga dengan logo GKS, yang merupakan bentuk komunikasi. Dalam hal ini, komunikasinya bukan hanya komunikasi yang berisikan informasi-informasi sosiologis, namun juga komunikasi teologis. Komunikasi teologis inilah yang jauh lebih penting dari logo itu sendiri. Logo GKS tersebut digunakan sebagai media agar komunikasi teologis dapat disampaikan kepada penerima tanda (baca: jemaat).

I.1.1 Konteks Sumba.

Dalam bagian ini, penulis akan menceritakan secara singkat mengenai konteks daerah Sumba, yang mana merupakan pengalaman dan pengamatan penulis selama bertempat tinggal di daerah

⁵ Andry Masri, *Strategi Visual* (Yogyakarta: Jalasutra, 2010), 18.

⁶ Alex Sobur, *Semiotika Komunikasi* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), viii.

⁷ Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual* (Yogyakarta: Jalasutra, 2009), 17.

Sumba, khususnya Sumba Timur. Sumba mempunyai kebudayaan yang begitu beragam. Kebudayaan dari Sumba ini begitu banyak, mulai dari tari-tarian, upacara pernikahan, upacara kematian, tradisi belis, dan lain-lain. Kebudayaan-kebudayaan ini terkadang memiliki variasi-variasi di kabupaten-kabupaten tertentu.

Sumba sendiri terdiri dari empat kabupaten yaitu: Sumba Timur, Sumba Tengah, Sumba Barat, dan Sumba Barat Daya. Keempat kabupaten ini pun memiliki kekhasan budayanya masing-masing dan banyak tradisi yang berbeda antar satu kabupaten dengan kabupaten yang lain. Dengan demikian, kebudayaan Sumba semakin kaya dan beragam dan penuh akan makna-makna yang hidup di dalamnya. Namun, ironisnya adalah Sumba yang kebudayaannya begitu kaya, malah miskin dalam masalah ekonominya. Hal ini merupakan masalah yang sudah lama tinggal dalam pulau Sumba. Kemiskinan ini juga bahkan sangat dipengaruhi oleh kebudayaan Sumba itu sendiri, sebab dalam banyak tradisi atau upacara, masyarakat diharuskan untuk membawa berbagai hewan, sarung dan kain (yang harganya cukup mahal), dan uang. Bayangkan saja jika dalam sebulan ada tiga kali upacara atau tradisi yang dilakukan dalam suatu keluarga besar, keluarga yang ekonominya menengah pastilah mengalami krisis ekonomi. Apalagi keluarga yang miskin, tambah miskin lagi. Selain itu, kondisi masyarakat Sumba sendiri didominasi oleh petani. Dilihat dari mayoritasnya, sekitar 60,27 persen penduduk yang bekerja di Sumba Timur memiliki jenis pekerjaan utama sebagai tenaga usaha pertanian dan data ini belum termasuk yang pengangguran.⁸ Penghasilan petani pun musiman dan belum lagi ditambah dengan hujan yang tak menentu. Hal ini menambah berbagai pergumulan terutama di sektor ekonomi bagi masyarakat Sumba itu sendiri. Belum lagi harga barang dan sembako yang cukup mahal jika dibandingkan dengan di pulau Jawa. Belum ditambah lagi, dengan permainan politik yang bermain-main dengan kepercayaan rakyat, sehingga membuat masyarakat menjadi semakin susah. Kesenjangan sosial yang begitu tinggi antara pengusaha dan petani/PNS semakin lebar. Di perkotaan saja kita dapat merasakan kesusahannya seperti di atas, apalagi di desa-desa yang bahkan sebagian besar listrik pun belum masuk, padahal sudah 70 tahun bangsa Indonesia ini merdeka. Gereja-gereja pun tidak mengalami nasib yang lebih baik. Banyak gereja yang gedung bangunannya jelek dari segi kekokohan-nya, sehingga banyak kebocoran di kala hujan. Sebagian gereja di sana memiliki bentuk yang minimalis dan lebih mirip dikatakan gudang. Mungkin gudang di pulau Jawa lebih layak pakai dari sebagian gereja di Sumba.

⁸ <http://kemendesa.go.id/hal/300027/183-kab-daerah-tertinggal>, diakses tanggal 24 Januari 2016.

Berbicara mengenai kemiskinan di NTT, daerah Sumba menempati posisi yang unik dari statistik Kementerian Desa, Pembangunan Tertinggal, dan Transmigrasi, pada tahun 2010-2014. Sumba Barat dan Sumba Timur menempati posisi 1 dan 2, sedangkan Sumba Barat Daya dan Sumba Tengah menempati posisi 19 dan 20 (posisi paling terakhir dari 20 daerah/kabupaten tertinggal di NTT). NTT sendiri mempunyai 22 Kabupaten dan 20 dari 22 Kabupaten tersebut masuk dalam posisi daerah tertinggal. Jadi, Hampir semua daerah di NTT adalah daerah miskin dan tertinggal.⁹ Inilah sekilas konteks yang dominan dari NTT khususnya Sumba, yang menjadi latar belakang guna sebagai alat untuk dapat berefleksi pada bagian penulisan berikutnya.

I.2 Permasalahan

Pada bagian ini kita akan kembali berbicara mengenai logo. Seperti yang sudah ditulis di atas bahwa GKS yang mempunyai logonya sendiri, juga mempunyai nilai yang ingin dihidupi dan disampaikan kepada masyarakat ataupun komunitas. Logo yang dipahami sebagai tanda ini berfungsi untuk merepresentasikan sesuatu dan sesuatu ini adalah nilai-nilai, tujuan, visi, cita-cita, dan karakteristik dan realita GKS sendiri. Seperti yang dikatakan Sumbo Tinarbuko dalam bukunya “semiotika komunikasi visual” bahwa di dalam sistem semiotika komunikasi visual melekat fungsi ‘komunikasi’, yaitu fungsi tanda yang mana hal ini juga dimiliki oleh logo dalam menyampaikan pesan dari sebuah pengirim pesan kepada penerima tanda berdasarkan aturan dan kode-kode tertentu. Di mana fungsi komunikasi ini mengharuskan adanya relasi (satu atau dua arah antara pengirim dan penerima pesan, yang dimediasi oleh media tertentu).¹⁰ Dalam tulisan ini semakin jelaslah bahwa logo GKS ini bukan hanya berdiri agar GKS dapat dikenal, namun untuk hal yang lebih esensial lagi adalah terdapatnya pesan yang ingin dikomunikasikan, pesan yang harus dilihat dalam kode-kode dan aturan-aturan tertentu. Menurut Dillistone dalam bukunya *The Power of Symbols*, mengungkapkan bahwa simbol merupakan alat yang kuat untuk memperluas penglihatan kita, merangsang daya imajinasi kita, dan memperdalam pemahaman kita.¹¹ Oleh karena itu, logo tidak hanya dituntut untuk bersifat unik, indah dan menarik saja (unsur estetika) melainkan harus ada filosofi di dalamnya yang membuat logo itu lebih bernilai,¹² sebab hal yang krusial dari sebuah logo adalah filosofinya.

Dalam rangka meneliti logo GKS, penulis sempat bertanya secara singkat kepada dua orang teman yang juga menjadi jemaat GKS. Penulis bertanya “apakah kalian mengetahui makna dari

⁹ Ibid.

¹⁰ Sumbo Tinarbuko, *Semiotika Komunikasi Visual*, xi.

¹¹ F. W. Dillistone, *The Power of Symbols*, trans. A. Widyamataya (Yogyakarta: Kanisius, 2002), 20.

¹² Adi Kusrianto, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, 244.

logo GKS?” Mereka menjawab bahwa mereka tidak tahu apa makna dari logo GKS. Hal ini juga yang dirasakan oleh penulis selama bergereja di GKS. Penulis sebagai jemaat GKS sendiri, hampir tidak pernah mendengar apa makna logo GKS tersebut. Jikalau pemahaman akan logo GKS tidak memadai pada seluruh jemaat, itu berarti pesan yang ingin dikomunikasikan oleh logo tersebut juga tidak ditangkap seutuhnya oleh komunitas GKS.

Bukan hanya pesan komunikasinya saja yang tidak dapat ditangkap dengan baik namun ada juga kekeliruan dalam memahami dan memaknai logo GKS di kehidupan komunitas GKS. Mungkin juga hal itu (kekeliruan pemaknaan) dikarenakan adanya pesan yang tidak ditangkap dengan baik oleh komunitas GKS sendiri. Meskipun logo GKS sudah cukup terkenal di daerah Sumba sendiri. Namun, sangat banyak tafsiran terhadap logo GKS ini yang kadang-kadang memimpin orang-orang kepada penafsiran yang berbeda dengan apa yang ingin dikomunikasikan oleh logo GKS. Logo GKS dengan gambar penunggang kuda putih yang membawa panah serta Wahyu 6:2 bagi sebagian anggota Karismatik di Sumba, seringkali ditafsirkan sebagai anti-kristus yang justru ingin menghancurkan Kekristenan dan karena itu GKS dicurigai sebagai antikris. Dari hal ini, tentu saja penafsiran terhadap Wahyu 6:2 dapat dikatakan sebagai fondasi untuk memahami pesan dari logo GKS. Hasil tafsiran nats tersebut dapat berupa-rupa macamnya. Oleh karena itu penafsiran yang diberikan haruslah penafsiran yang kuat dan bertanggung jawab. Menurut sinode GKS sendiri, logo GKS adalah logo yang kontekstual karena kuda merupakan ternak paling utama di pulau Sumba. Logo GKS itu juga merepresentasikan Kristus dan Injil serta melambangkan orang Kristen yang berjuang di tengah-tengah dunia karena Injil.¹³ Dengan demikian, logo GKS bukan lah logo antikris.

Dengan adanya pesan yang kurang diterima oleh sebagian komunitas GKS dan pemahaman yang menyatakan bahwa logo GKS adalah logo antikris, penulis menjadi tertarik untuk meneliti mengenai logo GKS ini. Dalam kasus ini, penulis ingin mengetahui lebih jauh tentang apa sebenarnya yang menjadi tugas atau peran dari logo GKS ini selain sebagai lambang organisasi. Hal ini dikarenakan, seperti adanya ketidakjelasan mengenai tugas dari logo GKS ini dalam komunitas GKS atau dengan kata lain penulis ingin melihat apa sebenarnya fungsi logo GKS (tanda atau simbol) dalam komunitas GKS.

Logo GKS terdiri dari banyak unsur, salah satu unsurnya adalah Wahyu 6:2. Penafsiran akan Wahyu 6:2 ini sangat penting karena hasilnya akan mempengaruhi pemaknaan atas logo GKS.

¹³ Darius Dady, *la Maju Sebagai Pemenang Untuk Merebut Kemenangan*, dalam “Sang Penunggang Kuda Putih”, (Sumba: Sinode GKS, 2013), 33.

Selain penafsiran tersebut, penulis juga melihat agaknya bentuk dan komposisi dari logo itu sendiri, yang merupakan salah satu fokus dalam pendekatan semiotika komunikasi visual juga turut mempengaruhi bagaimana orang menafsirkan logo atau hasil penafsiran dari suatu logo. Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk membuat penelitian mengenai hal ini. Seperti apa tafsiran yang ada dan bagaimana logo (simbol) ini berfungsi dan dikomunikasikan, menjadi salah satu fokus penulis dalam penulisan ini. Oleh karena itu, penulis akan menggunakan semiotika sebagai pisau analisis untuk membuka lapisan-lapisan pesan yang ada dalam logo tersebut, sebab sebuah tanda yang ambigu maknanya bisa saja memimpin orang (baca: pembaca tanda) kepada suatu perselisihan dan bahkan perpecahan.

I.3 Batasan Masalah

Dalam penulisan ini penulis hanya berfokus pada kehadiran logo GKS sebagai salah satu bentuk tanda (simbol) di dalam masyarakat dan apa fungsi dari logo ini dalam kehidupan masyarakat. Selanjutnya penulis akan berfokus pada bagaimana keefektifan dari logo GKS tersebut dan bagaimana logo tersebut dikomunikasikan kepada jemaat GKS. Penulis tidak akan berfokus mengenai cara pembuatan logo yang baik maupun seberapa indah logo yang dibuat oleh GKS. Mungkin ada bagian yang menyinggung namun tidak bertujuan untuk membahasnya. Penulis juga tidak berfokus untuk memaparkan ilmu semiotika secara luas dan mendalam. Ilmu semiotika yang digunakan hanyalah semiotika komunikasi visual dan teori tentang simbol. Jikalau disimpulkan maka penulis ingin meneliti lebih jauh: Pertama, Apa makna dan fungsi dari logo GKS? Kedua, bagaimana logo GKS ini bekerja, berfungsi, dan dikomunikasikan di tengah-tengah jemaat?

I.4 Judul Skripsi dan Penjelasan Pemilihan Judul

Dalam penulisan ini, penulis mengangkat judul “*Semeion* Penunggang Kuda Putih: suatu upaya analisis logo Gereja Kristen Sumba dengan Menggunakan Pisau Semiotika”. *Semeion* itu adalah bahasa Yunani yang berarti tanda. Logo GKS adalah sebuah tanda, oleh karena logo GKS adalah sebuah tanda maka dapat dianalisis menggunakan semiotika karena objek utama dari semiotika adalah tanda. Penulis mengangkat judul ini karena memuat gambaran umum dari penulisan penelitian penulis yaitu analisis logo GKS sebagai tanda dengan menggunakan pendekatan semiotika. sehingga dengan membaca judul tersebut, penulis cukup yakin bahwa pembaca dapat mengerti gambaran umum tulisan ini.

I.5 Tujuan dan Alasan Penelitian

1. Memaparkan makna logo GKS, baik itu secara resmi dari GKS maupun dari hasil analisis penulis.
2. Memaparkan apa fungsi dari logo GKS dan bagaimana logo tersebut dikomunikasikan.
3. Memaparkan sejauh mana logo GKS tersebut efektif di tengah-tengah jemaat.
4. Sebagai kontribusi pemahaman bagi masyarakat khususnya daerah Sumba agar dapat mengenal lebih jauh logo GKS.

1.6 Metode Penelitian

Dalam rangka memenuhi tujuan penulisan skripsi di atas, maka penulis akan menggunakan penelitian dengan mengumpulkan berbagai literatur yang berhubungan dengan topik penulisan dan juga sedikit wawancara terhadap narasumber yang memahami mengenai arti dan makna kuda dalam budaya Sumba. Dalam pembahasan kemudian, penulis akan mencoba mendekati isu di atas dengan menggunakan metode analisis logo khususnya pendekatan semiotika komunikasi visual dan komunikasi teologis. Penulis juga akan melihat teori tentang simbol untuk digunakan sebagai kaca mata dalam melihat logo GKS sebagai simbol.

I.7 Sistematika Penulisan

Bab I

Bab ini memaparkan latar belakang, permasalahan, tujuan penulisan, judul, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II

Dalam bagian ini penulis akan mencoba membahas sedikit teori mengenai ilmu semiotika komunikasi visual dan simbol sebagai komunikasi dalam hubungannya dengan menganalisa logo GKS.

Bab III

Pada bab ini, penulis akan memaparkan makna dan pesan logo GKS menurut sinode GKS.

Bab IV

Pada bab ini, penulis akan menganalisa logo GKS dengan pendekatan semiotika dan simbol sebagai komunikasi.

Bab V

Pada bab ini, penulis akan menuliskan kesimpulan atas seluruh penulisan ini.

©UKDW

BAB V

KESIMPULAN

Tulisan ini memaparkan sebagian teori mengenai semiotika dan teori tentang simbol. Teori yang dipaparkan di sini bertujuan untuk menganalisis logo GKS. Dari penulisan ini, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kehidupan manusia selalu dipenuhi dengan berbagai tanda dan simbol yang mengelilinginya. Tanda dan simbol ini tidak berada pada dirinya sendiri melainkan berada untuk sesuatu yang lebih besar dari dirinya sendiri. Menurut Saussure tanda terbagi atas dua bagian yaitu penanda dan petanda. Gabungan antara penanda dan petanda ini akan menghasilkan apa yang kita sebut sebagai tanda. Menurut Barthes, tanda ada dua macam yaitu tanda denotatif dan tanda konotatif. Tanda denotatif adalah tanda harafiah sedangkan tanda konotatif adalah tanda yang maknanya diperluas dan menjadi makna sekunder. Penanda dan petanda ini tidak hanya ada begitu saja tetapi melalui suatu proses yang dinamai proses semiosis. Proses semiosis sendiri terbagi atas tiga tahapan. Tahap pertama adalah *representament*, tahap di mana indera manusia mengindra tanda atau simbol. Tahap kedua adalah *object*, tahap di mana manusia menghubungkan tanda atau simbol tersebut dengan pengalaman dirinya melalui kognisinya. Tahap ketiga adalah *interpretant*, tahap di mana tanda dan simbol diinterpretasi untuk ditemukan maksud dan pesan dari tanda atau simbol tersebut.
2. Simbol sendiri adalah bagian dari tanda. Hanya saja simbol sendiri lebih rumit dalam pemaknaannya jika dibandingkan dengan tanda. Simbol juga adalah tanda oleh karena itu simbol juga mempunyai penanda dan petanda. Melangkah lebih jauh dari tanda, menurut Goodenough, simbol mempunyai dayanya sendiri untuk dapat menggerakkan manusia. Bukan hanya sekadar menggerakkan tapi gerakan yang timbul merupakan gerakan yang timbul dari suatu kesadaran. Bukan hanya itu simbol pun dapat berfungsi untuk memadukan dan mendamaikan. Sebagai fungsi memadukan, simbol dapat membuat mereka yang menghidupi simbol tersebut bisa merasa terpadu, terkoneksi, keakraban, meskipun di antara mereka belum ada pengenalan terlebih dahulu. Sebagai fungsi perdamaian, simbol ini mendamaikan mereka yang menghidupi makna dari simbol tersebut. Pertengkar dan konflik memang selalu terjadi dalam suatu relasi yang dijalani

oleh manusia. Dengan adanya simbol, manusia dapat lebih cair dan tidak kaku dalam berhubungan dengan orang lain dan sekaligus berdamai dengan orang lain.

3. Logo GKS sebagai sebuah tanda juga selalu mengelilingi mereka (komunitas GKS) di mana tanda tersebut dihidupi. Penetapan logo GKS dan maknanya juga melalui suatu konvensi sosial. Logo GKS ini tidak hadir untuk dirinya sendiri melainkan untuk sesuatu yang lebih besar dari dirinya sendiri oleh karena itu logo GKS juga memiliki sifat denotatif dan konotatif. Tanda denotatifnya adalah visi dan misi GKS. Tanda konotatifnya ada dua bagian: pertama, seseorang yang menunggangi kuda dan membawa panah serta Wahyu 6:2 mempunyai makna tentang tugas dan panggilan gereja di Sumba, yaitu memberitakan Injil Kristus di Sumba. Pemberitaan Injil berhadapan dengan banyak kesulitan dan tantangan, namun pemberitaan Injil di Sumba akan berhasil pada waktunya. Dengan demikian lambang ini juga mempunyai makna profetis. Kedua, pengalaman GKS yang menampilkan sebuah gerakan perjuangan dalam pemberitaan Injil, terkhususnya pada waktu GKS belum berdiri secara resmi. Perjuangan GKS tidak saja berasal dari luar GKS tetapi juga dari dalam diri GKS itu sendiri. Dengan demikian, hal ini membawa kekuatan tersendiri bagi GKS dalam memberitakan Injil.
4. Tanda dan simbol dapat dipahami sebagai sebuah komunikasi karena di dalamnya mengandung pesan yang ingin dikomunikasikan kepada mereka yang menghidupi tanda dan simbol tersebut. Oleh karena itu, logo GKS sebagai tanda dan simbol lebih jauh dapat dipahami sebagai suatu komunikasi. Lebih jauh dari itu, logo GKS yang berfungsi sebagai tanda dan simbol tidak hanya ada begitu saja tetapi juga aktif, dalam artian terus berkomunikasi dengan anggota GKS. Komunikasi yang terjadi ini jelas adalah komunikasi simbolis. Berarti komunikasi bukan secara verbal atau secara tertulis. Dalam artian, hanya dengan mengindra logo GKS tersebut mereka (orang-orang yang menghidupi logo GKS tersebut) sudah dapat berkomunikasi, berpadu, bahkan berdamai tanpa ada suara, tanpa ada surat yang menyuruh mereka. Hal ini dikarenakan, dalam realita di balik simbol tersebut, mereka yang menghidupi simbol tersebut sudah mengetahui apa yang ingin disampaikan. Dapatkah tiap orang melihat pesan yang berbeda-beda? Dapat saja sebab setiap pengalaman mereka berbeda-beda. Asalkan saja maknanya yang diambil memperkaya makna yang ditetapkan oleh GKS dan bukan bertentangan. Komunikasi simbolis yang terjadi ini akan berguna untuk memberitahukan bahwa GKS adalah komunitas yang menang dan kemenangan GKS ini harus

direalisasikan dengan solidaritas terhadap mereka yang tersisihkan serta mempersiapkan kedatangan Kerajaan Allah sebagai bentuk merebut kemenangan. Kesadaran diri akan membangun suatu konsepsi diri dan konsepsi diri akan membangun suatu identitas yang kuat. Gereja dengan identitas yang kuat dapat dilihat dari aksi gereja yang sejalan atau tidak dengan identitas atau konsep diri gereja.

5. Logo GKS sebagai simbol pun tidak hanya memiliki makna seperti yang telah ditetapkan di atas tapi memiliki kemungkinan yang besar untuk dimaknai dan mengkomunikasikan pesan lain yang terkandung dalam logo GKS tersebut. Hal ini dikarenakan logo GKS sebagai tanda dan simbol mempunyai sifat polivalensi. Polivalensi mempunyai arti lebih dari satu atau jamak. Polivalensi makna adalah sifat dari simbol GKS ini. Oleh karena itu simbol GKS selalu terbuka dengan beragam dan banyaknya makna yang hendak dilekatkan dengan logo GKS tersebut. Dengan interaksi dan dialog yang baik antara makna yang hendak dilekatkan dengan logo GKS maka makna yang baru tersebut dapat dilekatkan. Ada cukup banyak makna yang dapat penulis temukan ketika mencoba menggali dan mengeksplorasi makna dan pesan yang terkandung dalam logo GKS. Lima kode wacana Roland Barthes, sangat membantu penulis ketika mencoba mencari makna lain yang “tersembunyi” dari logo GKS. Pertama kode hermeneutik, kode ini menemukan makna keselamatan yang dipahami oleh warga GKS dan juga pemahaman bahwa GKS adalah “rumah kita” di mana tempat kita untuk pulang, berinteraksi, berdialog, dan berelasi bersama dalam suatu persekutuan sebagai keluarga di mana Kristus sebagai Bapa. Kedua kode semantik, kode ini menemukan bahwa konsep diri sebagai “pemenang” dapat menimbulkan kesan kesombongan dan arogansi. Namun “pemenang” di sini diartikan sebagai suatu sikap solidaritas terhadap mereka yang disisihkan bukan pemenang untuk menekan mereka yang kalah. Ketiga kode simbolik, kode ini menemukan bahwa putih-hitam dalam logo GKS juga mempunyai makna yang mendalam. Putih dikonotasikan sebagai terang dan hitam dikonotasikan sebagai kegelapan. Oleh karena itu, perjuangan GKS adalah perjuangan yang mewakili putih untuk melawan kegelapan. Ketiga kode narasi, kode ini menemukan bahwa gereja berada dalam suatu proses untuk membentuk diri menjadi semakin seperti yang Kristus ajarkan. Bukan hanya itu saja, GKS juga turut mengambil peran sebagai pendamping Pencipta, ini bukan kerja keras GKS tapi karena karunia Sang Pencipta. Dengan demikian GKS juga perlu melakukan apa yang Sang Pencipta lakukan yaitu yang terutama melihat potensi di semua ciptaan dan mengembangkannya. Dengan cara inilah GKS memenuhi tujuannya

dalam martabat dan kemuliaannya. Kelima, kode kebudayaan, kode ini menemukan bahwa Allah pun turut bekerja melalui Yesus dalam suatu kebudayaan. Itu artinya, kebudayaan digunakan sebagai rahim pekerjaan dan intervensi Allah di tengah-tengah dunia ini. Dengan begitu, tidak ada yang namanya kebudayaan sesat karena Allah terus bekerja dan mencipta di dalamnya. Seperti itulah makna yang ditemukan dalam logo GKS. Dengan adanya makna dan pesan yang ditemukan ini, komunikasinya pun akan jauh lebih luas, karena logo GKS sebagai simbol memuat realita yang luas di belakangnya.

6. Penjemataan logo GKS sendiri kurang mendapat perhatian dan tempat dalam kehidupan bergereja GKS. Penjemataan logo GKS ini lebih ditekankan pada pendeta-pendeta jemaat atau dengan kata lain setiap pendeta jemaat bertanggung jawab untuk mensosialisasikan logo GKS tersebut. Yang terjadi di lapangan adalah tidak banyak pendeta jemaat yang berbicara banyak mengenai logo GKS. Padahal Logo GKS membutuhkan penjemataan atau sosialisasi yang terstruktur, sistematis, dan masif. Padahal jika dilihat secara saksama, pemahaman dan makna dari logo GKS tersebut sangat mendalam. Logo GKS ini di satu sisi berhasil karena dapat memotret nilai, cita-cita, dan jati diri komunitas GKS, namun tidak efektif ketika berada dalam komunitas GKS karena kurangnya penjemataan yang terstruktur akan logo GKS. Hal ini dapat dilihat sebagai kekurangan GKS dalam mengakarkan makna logonya sendiri dan sekaligus menjadi kritik bagi GKS.

DAFTAR PUSTAKA

- Barthes, Roland. *Elemen-Elemen Semiologi*. Yogyakarta: Jalasutra, 2012.
- Bevans, Stephen. *Model-Model Teologi Kontekstual*. Flores: Ledalero, 2002.
- Cassirer, Ernst. *Manusia dan Kebudayaan*. Diterjemahkan oleh Alois Nugroho. Jakarta: Gramedia, 1990.
- Dady, Darius. *Ia Maju Sebagai Pemenang Untuk Merebut Kemenangan*, dalam “Sang Penunggang Kuda Putih”. Sumba: Sinode GKS, 2013.
- Dillistone, Frederick W. *The Power of Symbols*. Diterjemahkan oleh A. Widyamataya. Yogyakarta: Kanisius, 2002.
- Fisher, B. Aubrey. *Teori-Teori Komunikasi*. Diterjemahkan oleh Soejono Trimo. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1986.
- Groenen, C. *Soteriologi Alkitabiah*. Yogyakarta: Kanisius, 1989.
- Hadiwijono, Harun. *Iman Kristen*. Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2009.
- Haight, Roger. *Jesus Symbol of God*. Maryknoll: Orbis Books, 1999.
- Hakh, Samuel. *Tafsiran Wahyu 6: 1-2*, dalam “Sang Penunggang Kuda Putih”. Sumba: Sinode GKS, 2013.
- Hoed, Benny. *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya*. Depok: Komunitas Bambu, 2011.
- Kusrianto, Adi. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi, 2007.
- Masri, Andry. *Strategi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra, 2010.
- Ruben, Brent dan Lea Stewart. *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Rusmana, Dadan. *Filsafat Semiotika*. Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Sobur, Alex. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003.
- Sriwitari, Ni Nyoman dan I Gusti Nyoman Widnyana. *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.

Susanto, Herri. *Communication Skills “Sukses komunikasi, presentasi dan Berkarier”*. Sleman: deepublish, 2014.

Nuban Timo, Eben. *Sang Penunggang Kuda Putih yang Memegang Busur dan Bermahkota*, dalam “Sang Penunggang Kuda Putih”. Sumba: Sinode GKS, 2013.

Tinarbuko, Sumbo. *Semiotika Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Jalasutra, 2009.

van Bal, Jan, Walter E. A, dan van Beek. *Symbols for Communication*. Assen: Van Gorcum Limited, 1985.

van Zoest, Aart. *Serba-Serbi Semiotika*. Jakarta: Gramedia, 1991.

Wellem, Frederiek D. *Injil dan Marapu*. Jakarta: BPK Gunung Mulia, 2004.

Witherington III, Ben. *Revelation*. New York: Cambridge University Press, 2003.

Yewangoe, Andreas. *Ia Maju Sebagai Pemenang Untuk Merebut Kemenangan*, dalam “Sang Penunggang Kuda Putih”. Sumba: Sinode GKS, 2013.

Internet

Kemendesa. <http://kemendesa.go.id/hal/300027/183-kab-daerah-tertinggal> (diakses tanggal 24 Januari 2016).

E-book

Epperly, Bruce. *Process Theology*. London: T&T Clark, 2011. Pdf.

Keener, Craig. *The Gospel of John*. Michigan: Baker Academic, 2003. Pdf.