

**GEREJA SEBAGAI *PUBLIC SPACE*: SEBUAH EKSPLORASI TEOLOGIS
PERGESERAN POLA KOMUNIKASI ERA DIGITAL
DI GKI PAHLAWAN MAGELANG.
(“EKSPLORASI TEOLOGIS POLA KOMUNIKASI ERA DIGITAL”)**

TESIS

**DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH GELAR
MAGISTER SAINS TEOLOGI PADA FAKULTAS TEOLOGI**



DISUSUN OLEH

SIMPEI HUGO

50160003

**PROGRAM PASCASARJANA TEOLOGI
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2018

HALAMAN PENGESAHAN

TESIS DENGAN JUDUL

GEREJA SEBAGAI *PUBLIC SPACE*: SEBUAH EKSPLORASI TEOLOGIS PERGESERAN
POLA KOMUNIKASI ERA DIGITAL DI GKI PAHLAWAN MAGELANG
(EKSPLORASI TEOLOGIS POLA KOMUNIKASI ERA DIGITAL)

Disusun oleh: Simpei Hugo

NIM: 50160003

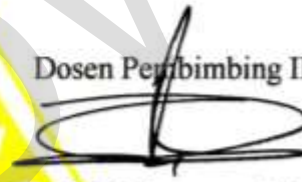
Telah diajukan dan dipertahankan dalam ujian tesis Program Pascasarjana Teologi yang dilaksanakan oleh dewan dosen penguji dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Magister Sains Teologi pada tanggal 6 September 2018.

Dosen Pembimbing I



Yahya Wijaya, M.Th. Ph.D

Dosen Pembimbing II



Dr. Jozef M. Hehanussa. M.Th

Dewan penguji:

1. Dosen Pembimbing I (Ketua Tim Penguji)

Yahya Wijaya, M.Th. Ph.D.

2. Dosen Pembimbing II

Dr. Jozef M. Hehanussa, M.Th.

3. Dosen Penguji

Dr. Leonard Chrysostomos Epafras, M.Th.

Disahkan oleh :

Kaprodi Pascasarjana Fakultas Teologi

Universitas Kristen Duta Wacana



Handi Hadiwitanto, M.Th, Ph.D

PERNYATAAN INTEGRITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis ini adalah hasil karya saya sendiri. Dalam tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi tertentu. Dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip atau diperlukan dalam tesis ini dan itu disebutkan dalam catatan kaki maupun daftar pustaka. Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 3 September 2018



Penulis

Simpei Hugo

KATA PENGANTAR

Percayalah kepada TUHAN dengan segenap hatimu, dan janganlah bersandar pada pengertianmu sendiri. Akuilah Dia dalam segala lakumu, maka IA akan meluruskan jalanmu.(Amsal Salomo 3:5,6)

Segala puji, hormat dan syukur penulis panjatkan kehadapan Allah Tritunggal yang Mahakasih, yang saya kenal dan saya sembah di dalam Kristus Yesus. Dari sekian banyak karya Allah yang luar biasa dalam kehidupan penulis, salah satunya adalah melanjutkan studi, menjalani proses dan mengakhirinya pada fakultas teologi, program pascasarjana, Universitas Kristen Duta Wacana. Ada pengalaman yang luar biasa belajar, berdiskusi dengan para dosen yang *qualified* pada bidang keahliannya masing-masing. Waktu yang ditempuh selama 4 semester adalah waktu singkat untuk menggeluti banyak hal yang terkait dengan disiplin ilmu teologi, yang mendorong kemampuan berpikir dan berkarya, membangun teologi yang interkultural dan kontekstual. Tugas selanjutnya terus belajar mengisi dan mengembangkan diri di dalam dan melalui karya-karya nyata, membangun Gereja dan bangsa ini.

Sebuah karya yang penulis tulis ini (tesis), yang merupakan salah satu syarat menyelesaikan studi di program pascasarjana fakultas teologi, kiranya dapat menjadi sumbangsih nyata yang memperkaya khasanah pemahaman (diskursus) teologis mengenai relasi fungsional media – komunikasi dan Gereja, khususnya dalam membangun konsepsi eklesiologi kontekstual era digital hari ini. Penulis mengucapkan terimakasih yang sedalamnya kepada banyak pribadi yang sudah mendukung dalam perjuangan meneruskan dan sampai akhirnya mengakhiri studi di pascasarjana fakultas teologi UKDW. Rasa terimakasih yang dalam disampaikan untuk:

1. Keluarga kecilku tercinta, istriku Marlina dan anak semata wayangku Juan Heradji Hugo yang tiada henti memberi dorongan dan dukungan moril melalui perhatian dan doa-doa yang tiada henti dinaikan. Terimakasih banyak kekasihku selalu ada bersamaku dalam perjuangan ini.
2. Pdt.Chicko Kwit Lim beserta seluruh Majelis jemaat, aktivis pelayanan dan seluruh jemaat GKI Pahlawan Magelang yang telah memberi kesempatan untuk melakukan penelitian dan melayani bersama saling mengisi dan melengkapi.
3. Bapak Yahya Wijaya M.Th, Ph.D selaku dosen pembimbing I dan Bapak Dr. Jozef M. Hehanussa, M.Th., selaku dosen pembimbing II, atas proses bimbingan dengan segala wawasan yang luas dan pemikiran kritisnya dalam membimbing penulis.

4. Tim Dosen Penguji Bapak Yahya Wijaya, M.Th., Ph.D, Bapak Dr. Jozef M. Hehanussa, M.Th. dan Dr. Leonard Chrysostomos Epafras, M.Th, yang telah bersedia menguji dan memberi banyak masukan demi kelengkapan dan kesempurnaan tulisan ini.
5. Para dosen pengajar yang sudah menjadi teman dalam berdiskusi tentang banyak hal di ruang kelas dan di berbagai kesempatan, yang tentunya memperkaya dan melengkapi secara akademis maupun praktis.
6. Teman-teman seperjuanganku yang terkasih, dalam perjalanan menapaki ziarah bersama di program pascasarjana fakultas teologi UKDW, angkatan tahun 2016: Makmur, Nopry, Dinka, Ella, Argo, Billy, Sampoi, Mike, Qteen, Simon, Diana, Irwan, Andi, Debby, Ekle, Nata, Vania, Lidia, Yodi, dan Nino si bungsu. Kalian sungguh berarti bagiku, menjadi saudara dan sahabat yang saling menopang. *Thank so much my brothers and sisters.*
7. Kehadiran dari saudara-saudariku yang sangat berarti membantu dan memberi dukungan dalam banyak hal, baik masalah akademis, proses belajar dan terkhusus dalam penulisan tesis ini. Bangga menyebut nama sdrku. Timbo Hutabarat, Mbak Tyas, mbak Niken dan mbak Mesti. Kalian sangat berarti bagiku.
8. Nama-nama lain tentunya yang tidak dapat penulis sebut satu persatu, yang juga berkontribusi memberi dukungan moril, materil dan memastikan bahwa penulis mampu menjalani dan menyelesaikan apa yang sudah dimulai.

Akhir kata, dalam segala kekurangan dan keterbatasan kiranya, ada harapan untuk terus menyalakan api semangat dalam diri, untuk tetap dan terus belajar, berjuang dan berkarya memberi sumbangsih yang terbaik bagi dunia teologi, Gereja dan bangsa ini. *Soli Deo Gloria.*
Terimakasih.

Yogyakarta, 3 September 2018

Simpei Hugo

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN INTEGRITAS	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
ABSTRAK	ix
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.1.1. Komunikasi: Media Sosial	2
1.1.2. Media Sosial dan Gereja sebagai Ruang Publik.....	5
1.2. Rumusan masalah	11
1.3. Pertanyaan Penelitian	11
1.4. Tujuan dan manfaat Penelitian	11
1.5. Ruang Lingkup dan Batasan.....	12
1.6. Metode Penelitian.....	12
1.7. Kerangka Teori.....	14
1.7.1. Media Sosial dan Pola Komunikasi.....	14
1.7.2. Media Sosial dan Gereja.....	16
1.8. Hipotesa.....	18
1.9. Sistematika Penulisan.....	20
BAB II. TEKNOLOGI MEDIA KOMUNIKASI DAN GEREJA.....	21
2.1. Teknologi Media Komunikasi dan Problematikanya	21
2.2. Media Komunikasi dan Realitas Sosial	23
2.3. Peran Media dan Pelaku Media dalam Pembentukan Realitas Sosial.....	24
2.4. Konteks Komunikasi Era Digital.....	26
2.4.1. Media Baru (<i>New Media</i>)	26
2.4.2. Komunikasi Termediasi Komputer (<i>Computer Mediated Communication</i>) ..	28
2.4.3. Komunikasi “Ala” <i>Digital Natives</i>	29
2.4.4. Ragam Bentuk Komunikasi.....	30
2.4.4.1. Komunikasi Antar Pribadi.....	31
2.4.4.2. Komunikasi Kelompok.....	32
2.4.4.3. Komunikasi Organisasi.....	33
2.4.4.4. Komunikasi Non Verbal.....	33
2.5. Budaya Siber	34

2.5.1. Hubungan antara Budaya Siber dan Teknologi Komunikasi	34
2.5.2. Konsekuensi Budaya Teknologi Komunikasi	36
2.6. Gereja, Komunikasi dan Teologi.....	38
2.6.1. Terminologi Teologis Komunikasi.....	38
2.6.2. Komunikasi sebagai Konsepsi Teologis.....	38
2.6.3. Tugas Panggilan Gereja dalam Konteks Era Media Sosial	40
2.6.4. Gereja dan Komunikasi	41
2.6.4.1. Gereja: Komunitas Rekonsiliasi Kerajaan Allah.....	43
2.6.4.2. Media Sosial, Jejaring Sosial dan Komunikasi Iman	44
2.7. Pola Umum Komunikasi Gereja.....	47
2.8. Komunikasi <i>Platform</i> Media Sosial	49
2.8.1. <i>Facebook</i>	51
2.8.2. <i>Instagram</i>	52
2.8.3. <i>Whatsapp</i>	53
2.8.4. <i>Twitter</i>	54
2.9. Reformasi Digital Menuju Eklesiologi Digital.....	56
2.9.1. Konteks dan Konsepsi Eklesiologi.....	59
2.9.2. Era Digital: Konteks Pelayanan Inkarnasional Gereja	61
BAB III. FAKTOR KOMUNIKASI DALAM GEREJA.....	64
3.1. Pengukuran Variabel Penelitian	64
3.2. Hasil Analisa Data	67
3.2.1. Uji Instrumen.....	67
3.2.1.1. Validitas.....	67
3.2.1.2. Reliabilitas	68
3.2.2. Uji Hipotesa.....	68
3.2.2.1. Variabel: Pergeseran Pola Komunikasi	68
3.2.2.2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	68
3.2.2.3. Variabel: Konsepsi (Pemaknaan) Eklesiologi Gereja Era Digital.....	72
3.3. Kesimpulan Hasil Analisis	73
3.4. Intepretasi Hasil Penelitian.....	74
3.4.1. Aspek Pergeseran Pola Komunikasi.....	74
3.4.2. Aspek Konsepsi Eklesiologi Gereja Era Digital	78
3.5. Sebuah Evaluasi: Faktor-faktor Yang Terlibat.....	81
3.5.1. Warga Gereja Terhadap Moral dan Budaya Media Komunikasi	82
3.5.2. Warga Gereja Terhadap Pandangan Dogmatis-Teologis Gereja.....	84
3.5.3. Warga Gereja Terhadap Literasi Media	85
3.6. Implikasi Etis-Teologis	87
3.7. Kesimpulan.....	90

BAB IV. EKLESIOLOGI GEREJA ERA DIGITAL	91
4.1. Eklesiologi Kontekstual.....	91
4.2. Gambaran dan Model Gereja.....	92
4.3. Cakupan Eklesiologi Masa Kini	94
4.4. Konsepsi Eklesiologi Gereja dan Era Media Pascamodern	95
4.5. Eklesiologi dan Prinsip Komunikasi Kristen Era Digital.....	98
4.5.1. Masyarakat/komunitas ada melalui komunikasi.....	99
4.5.2. Komunikasi Kristen itu partisipatoris.....	99
4.5.3. Komunikasi Kristen itu memihak pembebasan.....	100
4.5.4. Komunikasi Kristen itu membangun kebudayaan dan keberagaman.....	101
4.5.5. Komunikasi Kristen itu profetik dan menentang kepalsuan.....	101
4.6. Eklesiologi Gereja di Era Digital.....	102
4.6.1. Gereja Sebagai Komunitas Virtual	102
4.6.2. Gereja Digital: Gereja yang Terintegrasi secara Digital	106
4.6.3. Gereja Digital: Pemimpin Rohani yang Berjejaring.....	107
4.6.3.1. Pemimpin Rohani: Kepemimpinan yang Relevan dan Signifikan	109
4.6.3.2. Pemimpin Rohani adalah Pemimpin yang Pastoral – Relasional – inkarnasional.....	114
4.6.3.3. Pemimpin Rohani yang Intergenerasional.....	115
4.7. Kesimpulan.....	117
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	119
5.1. Kesimpulan.....	119
5.2. Saran	121
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN	137

GEREJA SEBAGAI *PUBLIC SPACE*: SEBUAH EKSPLORASI TEOLOGIS PERGESERAN
POLA KOMUNIKASI ERA DIGITAL DI GKI PAHLAWAN MAGELANG
("EKSPLORASI TEOLOGIS POLA KOMUNIKASI ERA DIGITAL")

ABSTRAK

Penetrasi media sosial yang begitu masif di ruang publik umum maupun ruang publik Gereja khususnya, telah memunculkan fenomena baru dalam kehidupan sosial masyarakat baik itu dalam cara berkomunikasi maupun dalam cara memaknai relasi sosial satu dengan yang lain. Pembahasan tesis ini secara keseluruhan berfokus pada eksplorasi teologis pergeseran pola komunikasi. Sebuah kajian terhadap media sosial untuk melihat pengaruhnya terhadap pergeseran pola komunikasi dan bagaimana relevansinya terhadap pemaknaan eklesiologi dalam konteks era digital.

Penelitian dilakukan di jemaat GKI Pahlawan Magelang, untuk menguji hipotesa. Dan didapati berdasarkan hasil uji hipotesis baik secara parsial maupun simultan terhadap indikator variabel, terbukti bahwa teknologi komunikasi (media sosial) berpengaruh cukup signifikan terhadap perubahan dan bentuk komunikasi. Artinya hipotesa terjawab bahwa telah terjadi pergeseran pola komunikasi dan interaksi antar sesama, khususnya di ruang publik Gereja GKI Pahlawan Magelang. Dengan demikian, pergeseran pola komunikasi yang terjadi akan pula berpengaruh pada pemaknaan eklesiologi Gereja. Hal ini ditunjukkan oleh hasil analisis statistik dan deskripsi persentase jawaban responden di mana pergeseran pola komunikasi terbukti secara signifikan dapat mempengaruhi pemaknaan baru eklesiologi Gereja era digital.

Gereja yang hidup adalah gereja yang terus membarui diri sesuai dengan konteks perkembangan dan tantangan zaman. Era media komunikasi digital adalah era di mana Gereja menantang diri untuk menjadi relevan dan signifikan sesuai panggilannya. Mampu hadir menjadi Gereja yang kontekstual dan menjawab tantangan zamannya. Karena itu harapannya akan muncul pemahaman/pemaknaan baru yang paradigmatis baik secara teknologis maupun teologis yaitu konsepsi eklesiologi era digital. Sebuah konsepsi pemahaman tentang Gereja yang kontekstual yang mendasari setiap gerak langkah karya nyatanya.

Kata Kunci:

Teknologi komunikasi, internet, new media, media sosial, realitas sosial, budaya media, era digital, komunikasi, generasi milenial, *digital native*, teologi, komunikasi konvensional, komunikasi kontemporer, komunikasi iman, intergenerasi, literasi media, eklesia digital.

GEREJA SEBAGAI *PUBLIC SPACE*: SEBUAH EKSPLORASI TEOLOGIS PERGESERAN
POLA KOMUNIKASI ERA DIGITAL DI GKI PAHLAWAN MAGELANG
("EKSPLORASI TEOLOGIS POLA KOMUNIKASI ERA DIGITAL")

ABSTRAK

Penetrasi media sosial yang begitu masif di ruang publik umum maupun ruang publik Gereja khususnya, telah memunculkan fenomena baru dalam kehidupan sosial masyarakat baik itu dalam cara berkomunikasi maupun dalam cara memaknai relasi sosial satu dengan yang lain. Pembahasan tesis ini secara keseluruhan berfokus pada eksplorasi teologis pergeseran pola komunikasi. Sebuah kajian terhadap media sosial untuk melihat pengaruhnya terhadap pergeseran pola komunikasi dan bagaimana relevansinya terhadap pemaknaan eklesiologi dalam konteks era digital.

Penelitian dilakukan di jemaat GKI Pahlawan Magelang, untuk menguji hipotesa. Dan didapati berdasarkan hasil uji hipotesis baik secara parsial maupun simultan terhadap indikator variabel, terbukti bahwa teknologi komunikasi (media sosial) berpengaruh cukup signifikan terhadap perubahan dan bentuk komunikasi. Artinya hipotesa terjawab bahwa telah terjadi pergeseran pola komunikasi dan interaksi antar sesama, khususnya di ruang publik Gereja GKI Pahlawan Magelang. Dengan demikian, pergeseran pola komunikasi yang terjadi akan pula berpengaruh pada pemaknaan eklesiologi Gereja. Hal ini ditunjukkan oleh hasil analisis statistik dan deskripsi persentase jawaban responden di mana pergeseran pola komunikasi terbukti secara signifikan dapat mempengaruhi pemaknaan baru eklesiologi Gereja era digital.

Gereja yang hidup adalah gereja yang terus membarui diri sesuai dengan konteks perkembangan dan tantangan zaman. Era media komunikasi digital adalah era di mana Gereja menantang diri untuk menjadi relevan dan signifikan sesuai panggilannya. Mampu hadir menjadi Gereja yang kontekstual dan menjawab tantangan zamannya. Karena itu harapannya akan muncul pemahaman/pemaknaan baru yang paradigmatis baik secara teknologis maupun teologis yaitu konsepsi eklesiologi era digital. Sebuah konsepsi pemahaman tentang Gereja yang kontekstual yang mendasari setiap gerak langkah karya nyatanya.

Kata Kunci:

Teknologi komunikasi, internet, new media, media sosial, realitas sosial, budaya media, era digital, komunikasi, generasi milenial, *digital native*, teologi, komunikasi konvensional, komunikasi kontemporer, komunikasi iman, intergenerasi, literasi media, eklesia digital.

BAB I

PENDAHULUAN

“We tend to see God reflected in nature, but my bet is that technology is the better mirror of God” – Kevin Kelly

1.1. Latar Belakang

Sejak awal kehidupan manusia, komunikasi sudah menjadi sarana penting dalam interelasi dan interaksi sosial baik antar pribadi ataupun kelompok. Dalam fungsinya sebagai pembentuk interaksi sosial, komunikasi mengalami tahap perkembangan seiring dengan kemajuan teknologi di mana antara media komunikasi dan komunikasi membentuk keterhubungan yang saling mempengaruhi. Komunikasi tidak saja sebagai media penyampaian pesan namun berfungsi membentuk pola komunikasi yang dinamis. Media komunikasi menjadi hal yang tak terpisahkan dalam interelasi manusia dari masa ke masa.

Komunikasi secara fungsional adalah sarana penyampaian ide, gagasan, pendapat, pandangan, atau perasaan kepada sesama dengan tujuan tidak terjadinya kesepahaman kedua pihak mengenai pesan yang disampaikan. Sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa mentransferkan pesan ke penerima pesan tanpa komunikasi. Berkomunikasi tidak hanya dilakukan dengan bercakap langsung - tatap muka, namun dapat dilakukan melalui cara-cara tidak langsung, seperti penggunaan media. Pada saat ini, media komunikasi menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan. Hal ini dapat diketahui melalui bagaimana saat ini orang-orang dapat berkomunikasi/berinteraksi secara langsung, namun secara fisik mereka tidak (harus) bertemu. Media komunikasi saat ini mampu menjembatani antar relasi, mampu menyampaikan pesan dengan cepat tanpa perlu harus mempertemukan komunikator dan komunikannya. Media komunikasi canggih yang lahir dari revolusi komunikasi yang menarik dan mencengangkan, bahkan menantang. Dikatakan menarik karena media komunikasi adalah hasil revolusi komunikasi yang mampu memberikan perubahan pola dan struktur proses komunikasi. Dinilai mencengangkan karena media komunikasi saat ini adalah hasil revolusi komunikasi berupa teknologi informasi yang mampu menyampaikan pesan komunikasi sampai menembus batas ruang dan waktu. Kemudian dinilai menantang karena penggunaan media komunikasi saat ini terlepas dari aspek-aspek positif dan berbagai dampak yang ditimbulkannya, dapat menjadi lanskap kultur yang menarik untuk dikaji lebih jauh baik dari aspek sosial, teologis dan lain lain.

Perkembangan media komunikasi, dari catatan sejarah mencatat adanya pergeseran seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sebelum kecanggihan teknologi komunikasi mendapat bentuk seperti sekarang ini, media komunikasi telah mengalami tahap-

tahap perkembangan di setiap eranya. Everett M. Rogers dalam bukunya *Communication Technology: The New Media in Society* mencatat empat era¹ (tahap) perkembangan komunikasi manusia. Era/tahap tersebut adalah era tulisan (*writing era*), era cetak (*printing era*), era telekomunikasi (*telecommunication era*), dan era komunikasi interaktif (*interactive communication era*). Dan tahap komunikasi interaktif (*interactive communication era*²), merupakan tahap yang paling kontemporer di mana telekomunikasi terjadi antara dua media yang berbeda dan difasilitasi oleh keberadaan komputer. Rogers mencatat era ini berawal dari ditemukannya ENIAC (*Electronic Numerical Integrator And Computer*) sebutan untuk perangkat kerja komputer sederhana yang menggunakan tabung lampu vacum yang dilakukan oleh sekelompok ilmuwan di universitas Pennsylvania pada tahun 1946. Sepertiga abad kemudian penemuan sederhana ini menghasilkan perangkat yang lebih kecil, lebih canggih dan lebih fleksibel dalam penggunaannya. Era di mana komunikasi interaktif mencapai perkembangan yang signifikan dengan penggabungan dua aspek yaitu aspek telekomunikasi dan juga informatika. Teknologi komunikasi yang canggih dan modern dengan sistem digital. Maka dengan memperhatikan tahap perkembangan media komunikasi di setiap eranya dapat disimpulkan bahwa bentuk komunikasi itu dinamis dan tidak dapat dipisahkan dari perkembangan media penyampaiannya. Perkembangan media komunikasi pada gilirannya mengubah bentuk komunikasi pada setiap eranya, mulai dari media komunikasi yang sangat sederhana sampai mendapat bentuknya yang kian canggih seperti sekarang ini.

1.1.1. Komunikasi: Media Sosial

Komunikasi adalah ciri mendasar (*basic feature*) dari seluruh kegiatan manusia dan bagian dari proses interaksi sosial³. Sarana krusial yang menghubungkan baik antar pribadi (*inter-personal*), kelompok atau massa dalam segala kepentingan maupun aktualisasi dirinya⁴. Komunikasi dalam perspektif sosiologis tidak lain adalah bagian dari proses sosial yang di dalamnya terjadi interaksi yang menjadi dasar terbangunnya relasi yang kuat dalam suatu komunitas. Di era budaya *digital (digital culture)* hari ini komunikasi menjadi lebih kompleks. Burhan Bungin mengatakan

¹ Everret M. Rogers, *Communication Technology, The New Media in Society*, (New York: The Free Press, 1986), h.25-26.

² Rogers, *Communication Technology, The New Media in Society*. h.30-31.

³M. Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), h. 55. Lihat juga “Syarat-syarat Terjadinya Interaksi Sosial”, Sorjono Soekanto mengatakan bahwa suatu interaksi sosial tidak akan mungkin terjadi apabila tidak memenuhi dua syarat, yaitu:1) adanya kontak sosial (*social contact*) dan 2) adanya komunikasi. Soerjono Soekanto dan Budi Sulistyowati, *Sosiologi suatu Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Press, 2017), h.58.

⁴ Lihat “Komunikasi sebagai Aktvitas Sosial”. Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunukasi*, (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2016), h. 63.

kontak sosial baru terjadi apabila adanya hubungan fisik, sebagai gejala sosial hal itu bukan semata-mata hubungan badaniah, karena hubungan sosial terjadi tidak saja secara menyentuh seseorang, namun orang dapat berhubungan dengan orang lain tanpa harus menyentuhnya. Misalnya kontak sosial sudah terjadi ketika seseorang berbicara dengan yang lain, bahkan kontak sosial juga dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi, seperti melalui telepon, telegraf, radio, surat, televisi, internet, dan sebagainya⁵. Bahkan dapat dikatakan bahwa hubungan secara fisik (badaniah) tidak perlu menjadi syarat utama terjadinya kontak sosial⁶. Dengan demikian kehadiran media sosial yang berbasis pada jaringan internet menjadi hal yang tak terhindarkan dalam mereformasi bentuk media dan pola komunikasi dalam konteks interaksi sosial. Adalah hubungan timbal balik antara dua orang atau lebih, dan masing-masing orang yang terlibat di dalamnya memainkan peran secara aktif. Dalam interaksi juga lebih dari sekedar terjadi hubungan antara pihak-pihak yang terlibat melainkan terjadi saling mempengaruhi⁷.

Anthony Mayfield dalam bukunya yang berjudul *What is Social Media* menjabarkan dengan sederhana apa itu media sosial, makna dan karakteristiknya⁸:

What is social media? Social media is best understood as a group of new kinds of online media, which share most or all of the following characteristics:

Participation

social media encourages contributions and feedback from everyone who is interested. It blurs the line between media and audience.

Openness - most social media services are open to feedback and participation. They encourage voting, comments and the sharing of information. There are rarely any barriers to accessing and making use of content – password-protected content is frowned on.

Conversation - whereas traditional media is about “broadcast” (content transmitted or distributed to an audience) social media is better seen as a two-way conversation

Community- social media allows communities to form quickly and communicate effectively. Communities share common interests, such as a love of photography, a political issue or a favourite TV show.

Connectedness - Most kinds of social media thrive on their connectedness, making use of links to other sites, resources and people.

Jadi media sosial dapat dikatakan semacam bentuk komunikasi baru yang diperluas secara teknologi⁹, merupakan sebuah media daring (*online*), dengan para penggunanya dapat dengan mudah

⁵ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, h. 55.

⁶ Soejono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, h.59.

⁷ Rudy Setiawan, *Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer Di Indonesia*. eJournal Ilmu Komunikasi, 2013, 1 (2).h.368.

⁸ Anthony Mayfield, *What is Social Media*, an e-book from iCrossing, 2008, h. 5, diakses 6 September 2017

⁹ David Holmes, *Teori Komunikasi Media, Teknologi dan Masyarakat*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), h.32.

berpartisipasi, berbagi, membangun komunikasi, relasi dan komunitas tanpa di-batasi ruang dan waktu dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual¹⁰.

Richard Campbell, Christopher R. Martin, Bettina Fabos dalam bukunya, *Media and Culture*, mengatakan “*The internet and social media have led to significant changes in the ways we consume and engage with media culture*”¹¹. Komunikasi melalui media sosial yang bersifat interaktif merupakan bentuk media komunikasi yang memiliki posisi sangat penting terutama dalam konteks era kultur digital seperti sekarang ini. Institusi media massa dipercaya memiliki kemampuan dalam penyelenggaraan produksi, reproduksi, distribusi pengetahuan, gaya hidup dan pola komunikasi secara signifikan.

Kemunculan media daring seperti/melalui internet telah membawa pengaruh yang signifikan terhadap cara orang berkomunikasi dan mengonsumsi media. Indonesia sebagai negara pengakses internet menunjukkan perkembangan yang signifikan dari tahun ke tahun. Menurut data pada tahun 2015 dari situs berita *We Are Social*, dengan penetrasi 34 persen, pengguna internet di Indonesia mencapai 88,1 juta pengguna. 79 juta di antaranya merupakan pengguna media sosial aktif. Angka yang tidak mengherankan, mengingat Indonesia merupakan salah satu negara teraktif di media sosial¹².

Kemudian Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) mengungkap bahwa:

“Lebih dari setengah penduduk Indonesia kini telah terhubung ke *internet*. Survei yang dilakukan sepanjang 2016 mencatat bahwa dari 256,2 juta penduduk Indonesia, 132,7 juta orang telah terhubung ke media daring internet. Pada tahun 2017, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 143,26 juta jiwa. Angka tersebut meningkat naik dibandingkan pada tahun sebelumnya. Sekretaris Jenderal APJII Henri Kasyfi Soemartono menjelaskan, jumlah pengguna internet pada tahun 2017 tersebut mencakup 54,68 persen dari total populasi Indonesia yang mencapai 262.2 juta orang. Hal ini mengindikasikan adanya penambahan jumlah pengguna setiap tahunnya. Berdasarkan jenis kelamin, komposisi pengguna internet di Indonesia adalah 51,43 persen laki-laki dan 48,57 persen perempuan. Adapun berdasarkan usia, sebanyak 16,68 persen pengguna berusia 13-18 tahun dan 49,52 persen berusia 19-34 tahun. Sementara itu, persentase pengguna internet berusia 35-54 tahun mencapai 29,55 persen. Dan pengguna internet yang berusia 54 tahun ke atas hanya mencapai 4,24 persen. Berdasarkan wilayah, lebih dari separuh atau 58,08 persen pengguna internet di Indonesia pada tahun 2017 berada di

¹⁰Bandingkan dengan pemahaman dari wikipedia dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial. Diakses tanggal 7 September 2017.

¹¹Richard Campbell, et al, *Media and Culture*, (NewYork: Bedford/St. Martin's , 2011), h.13.

¹²Lina Noviandri, “[infografis] Statistik Pengguna Internet dan Media Sosial Terbaru di Indonesia” dalam <https://id.techinasia.com/talk/statistik-pengguna-internet-dan-media-sosial-terbaru-di-indonesia>, diakses tanggal 07 September 2017.

wilayah pulau Jawa. Adapun sekitar 19 persen berada di Sumatera, 7,97 persen di Kalimantan, 5,63 persen berada di Bali dan Nusa Tenggara, 6,73 persen berada di Sulawesi, serta 2,49 persen di Maluku dan Papua. Bila dilihat dari karakter kota atau kabupaten, sebagian besar atau 72,41 persen pengguna internet berada di kawasan urban alias perkotaan. Sementara itu, sebanyak 49,49 persen berada di kawasan rural-urban dan 48,25 persen berada di kawasan rural. Hal ini disebabkan karena infrastruktur di urban sudah sangat bagus, tapi yang di rural masih perlu ditingkatkan. Lalu kemudian berdasarkan tingkat pendidikan, sebanyak 88 persen pengguna internet di Indonesia merupakan lulusan S2 atau S3, kemudian 79,23 persen merupakan lulusan sarjana atau diploma. Pengguna internet yang merupakan lulusan SMA atau sederajat mencapai 70,54 persen. Adapun pengguna internet lulusan SMP atau sederajat mencapai 48,53 persen dan lulusan SD atau sederajat mencapai 25,10 persen. Sementara itu, pengguna internet yang tidak mengenyam pendidikan sama sekali mencapai 5,45 persen”¹³.

Data survei lainnya juga mengungkap bahwa rata-rata pengguna internet di Indonesia menggunakan perangkat genggam. Statistiknya sebagai berikut: 67,2 juta orang atau 50,7 persen pengguna melalui perangkat genggam dan komputer. 63,1 juta orang atau 47,6 persen, pengguna *smartphone*. 2,2 juta orang atau 1,7 persen hanya dari komputer¹⁴.

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia dari beragam gender dan tingkat pendidikan, terhubungan aktif dengan internet untuk mengakses media sosial. Realitas media dalam berinteraksi seolah menjadi “budaya baru” yang tak terpisahkan bagi sebagian masyarakat. Hampir pada setiap aspek kegiatan/aktivitas selalu terhubungan dengan aktifitas penggunaan media sosial melalui perangkat komunikasi *mobile* seperti telpon seluler, tablet, personal komputer dan *laptop*. Masyarakat pengguna internet (*cyber community*) sebagai generasi yang melek teknologi menjadikan media sosial sebagai sarana untuk mengekspresikan dirinya, membentuk komunitas, mem-bangun jaringan dan berpartisipasi dalam berbagai aktivitas.

1.1.2. Media Sosial dan Gereja sebagai Ruang Publik.

Media sosial adalah bentuk jejaring sosial yang membentuk simpul sosial yang saling terkait dan terikat oleh satu atau lebih tipe hubungan yang spesifik. Simpul-simpul yang dimaksudkan di sini dapat berupa individu maupun organisasi. Wikipedia memberi pengertian sebagai sebuah media daring, dengan para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia *virtual*. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di

¹³ Sakina Rakhma Diah Setiawan, “Tahun 2017, Pengguna Internet di Indonesia Mencapai 143,26 Juta Orang” dalam <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/161115126/tahun-2017-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-14326-juta-orang>, diakses tanggal 8 September 2017

¹⁴ “Pengguna Internet di Indonesia” dalam <http://teknokompas.com/read/2016/10.24//15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>, diakses tanggal 8 September 2017.

seluruh dunia¹⁵. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 yang merupakan *platform* dari evolusi media sosial yang memungkinkan terjadinya penciptaan dan pertukaran dari *user generated content*¹⁶, adalah sebuah istilah yang dicetuskan pertama kali oleh *O'Reilly Media* pada tahun 2003 dan dipopulerkan pada konferensi web 2.0 pertama pada tahun 2004¹⁷, merujuk pada generasi yang dirasakan sebagai generasi kedua layanan berbasis web - seperti situs jaringan sosial, wiki, perangkat komunikasi, dan folksonomi-yang menekankan pada kolaborasi daring, berbagi antar pengguna.dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*"¹⁸ sebagai cara populer untuk menciptakan keterlibatan pengguna di media sosial.

Media sosial di era digital merupakan bagian dari media komunikasi yang erat hubungannya dengan realitas dan rekayasa sosial. Ardianto dalam buku *Komunikasi 2.0*, mengungkapkan bahwa media sosial daring, disebut jejaring sosial daring bukan media massa daring karena media sosial memiliki kekuatan sosial yang sangat mempengaruhi opini publik yang berkembang di masyarakat. Penggalangan dukungan atau gerakan massa bisa terbentuk karena kekuatan media daring karena apa yang ada di dalam media sosial, terbukti mampu membentuk opini, sikap dan perilaku publik atau masyarakat¹⁹. Tidak bisa dipungkiri, media sosial telah membawa sebuah rekayasa sosial dalam membentuk opini publik masyarakat. Media sosial tidak saja berfungsi sebagai media komunikasi tetapi juga berperan menginformasi, membagikan banyak hal, termasuk memobilisasi masyarakat untuk mendukung dan tidak mendukung oknum atau kelompok tertentu, menyebarkan berita atau isu-isu yang membentuk opini, *hoax* dan lain-lain. Dan media sosial bahkan mampu merekonstruksi pemikiran para penggunanya. Pengaruhnya yang signifikan dapat dilihat dari bagaimana media sosial memegang kendali yang cukup tinggi dalam mempengaruhi publik seperti dalam isu-isu kemanusiaan, HAM, sosial dan politik, baik lokal, nasional maupun internasional. Media sosial untuk konteks internasional misalnya, berperan aktif pada masa-masa kampanye Barack Obama atau Donal Trump, presiden Amerika Serikat

¹⁵“Media Sosial” dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial?veaction=edit§ion=5, diakses tanggal 18 September 2017.

¹⁶ Social Media is a group of Internet-based applications that build on the ideological and technological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of User Generated Content. Andreas, Kaplan M., Haenlein Michael. "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media". Business Horizons, 2010, h.61. Lihat juga dalam “ Web 2.0 and Social Media”, Christian Fuchs, *Social Media A Critical Introductio*, (London: SAGE Publishing Ltd, 2014), h. 31.

¹⁷ “Web.2.0” dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Web_2.0. diakses tanggal 18 September 2017.

¹⁸ Andreas, M. Kaplan, Michael Haenlein "*Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*", h. 59–68.

¹⁹Aspikom, *Komunikasi 2.0*, (Yogyakarta: Mata Padi Pressindo, 2011), h.xii.

dalam usaha memenangkan mereka. Demikian pula dalam konteks nasional, yang terjadi pada kampanye pemilihan presiden ataupun pemimpin daerah (Pilkada) dan juga berita-berita lain yang bersifat sosial-politis menyangkut kebijakan publik, memanfaatkan kekuatan media sosial untuk mem-pengaruhi opini publik. Opini publik yang lahir dari konvergensi media massa dan media sosial membentuk suatu gugusan opini yang khas. Melalui media sosial seseorang bebas beropini, menerima konten dan menyebarkan konten terlepas dari isi yang konstruktif atau tidak.

Gereja adalah bentuk (entitas) dari keragaman ruang publik (*public space*). Ruang publik sebagaimana konsepsi dasar Habermas²⁰ adalah ruang “partisipatif” di mana di dalamnya terjadi interaksi timbal balik antar subjek atau antar banyak subjek. Sebuah ruang sosial yang terbentuk lewat interaksi dan komunikasi sosial²¹. Gereja dalam pengertian non-institusional adalah sebuah persekutuan (komunitas) baik dalam jumlah besar (kelompok besar) ataupun jumlah kecil (kelompok kecil) yang di dalamnya bermakna sosial yaitu adanya keterhubungan antara satu dengan yang lain. Maka secara fungsional Gereja sebagai ruang publik juga sekaligus sebagai ruang sosial²² karena menyangkut fungsinya sebagai wadah dalam melakukan segala aktivitas khususnya ruang berkomunikasi (interaksi).

Gereja dan media sosial membentuk ruang sosialnya sendiri dengan terminologi dan kepentingannya, saling mempengaruhi serta membentuk pola baru dalam komunikasi. Sebagai sebuah ruang publik, Gereja di era digital sekarang ini, interaksi sosialnya (proses komunikasinya) terjalin tidak lepas dari tipikal generasi subjeknya. Maka menarik memperhatikan istilah yang dikemukakan oleh Marc Prensky yaitu “*Digital Native*” dan “*Digital Immigrant*”²³ adalah dua istilah yang digunakan untuk membedakan keterkaitan manusia dengan teknologi media komunikasi dan informasi saat ini. “*Digital Native*” merupakan gambaran dari kelompok dalam

²⁰Konsep Jürgen Habermas tentang ruang publik terdapat dalam karyanya *Strukturwandel der Öffentlichkeit; Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft* (Perubahan Struktural Ruang Publik; Sebuah Kajian Tentang Kategori Masyarakat Borjuis). Ia menyelidiki ruang publik dimulai dari masa pencerahan Eropah. Ruang publik baginya adalah suatu ruangan yang menjembatani antara negara dan masyarakat sipil. Ruang ini adalah ruang universal (umum), dimana orang-orang berkumpul untuk mendiskusikan (berinteraksi) apa saja yang perlu didiskusikan. A Setyo Wibowo, “Kepublikan dan Keprivatan di dalam Polius Yunani Kuno” Dalam F. Budi Hardiman (ed), *Ruang Publik: Melacak Partisipasi Demokratis dari Polis sampai Cyberspace*, (Yogyakarta: Kanisius, 2010), h. 26-27.

²¹Hardiman (ed), *Ruang Publik: Melacak Partisipasi Demokratis dari Polis sampai Cyberspace*, h.11.

²²Istilah ruang sosial muncul dalam karya George Simmel: *The Sociology of Space*, dalam David Fearon, ia memusatkan pada bingkai dasar konstruksi ruang yang salah satunya, ruang merupakan subbagian untuk maksud sosial yang dibingkai dalam batas-batas (sekat). Ruang sosial bukan dalam arti fisik dengan konsekuensi sosiologis, melainkan sebuah fakta sosiologis yang membentuk ruang. Batas yang dimaksud adalah tersedianya bentuk khusus untuk pengalaman dan interaksi. David Fearon, Georg Simmel, *The Sociology of Space*, (Santa Barbara: Regents of University of California, 2004), h.2.

²³Marc Prensky, “*Digital Native and Digital Immigrants*”. On the Horizon, Vol.9.No.5, MCM University, 2001, h. 1-2., dalam (http://old.ektf.hu/~kbert/2014_15_01/erasmus/DigitalNativesPartIII.pdf). Diakses tanggal 28 Maret 2018.

rentang usia yang menjadi subjek paparan teknologi (terutama usia anak-anak hingga pemuda di bawah 24 tahun) yang sejak masa kecil telah terpapar oleh gencarnya perkembangan teknologi, seperti komputer, internet, telepon genggam, animasi dan sebagainya yang terkait dengan teknologi. Sedangkan “*Digital Immigrant*” merupakan gambaran subjek yang setelah dewasa-berusia, baru mengenal produk teknologi komunikasi, beradaptasi, terlibat di dalamnya sekalipun tidak seaktif *digital native*. Kelompok yang disebut sebagai *digital native*, Prensky menyebut mereka sebagai “*native speaker*”²⁴ dari jaman komputer dan internet saat ini. Sehingga tidak heran apabila seorang anak diberikan sebuah *smartphone*, tidak membutuhkan waktu yang lama bagi mereka untuk mengenal dan memainkannya.

Karl Mannheim dalam Hari Wibawanto, “*The Problem of Generations*”, “*the most systematic and fully developed*” and “*the seminal theoretical treatment of generations as a sociological phenomenon*”; tentang teori generasi mengatakan: “generasi adalah kelompok yang terdiri dari individu yang memiliki kesamaan dalam rentang usia, dan mengalami peristiwa sejarah penting dalam suatu periode waktu yang sama”. Mannheim kemudian membagi *timeline* generasi ke dalam 5 kelompok: Generasi Baby Boomer (lahir 1946-1964), Generasi X (lahir 1965-1980), Generasi Y (lahir 1981-1994), Generasi Z (lahir 1995-2010), dan Generasi Alpha (lahir 2011-2025)²⁵. Realitas Generasi yang dihubungkan dengan perkembangan dunia internet hari ini merujuk pada generasi Z²⁶, rentang usia dengan karakteristik: Fasih teknologi, *tech-savvy*, *web-savvy*, *appfriendly generation*. Sosial: sangat intens berinteraksi melalui media sosial dengan semua kalangan. Ekspresif: cenderung toleran dengan perbedaan kultur dan sangat peduli dengan lingkungan. Cepat: berpindah dari satu pemikiran/pekerjaan ke pemikiran/pekerjaan lain (fast switcher)²⁷. Mereka lahir dan dibesarkan di era *digital*, dengan aneka produk teknologi yang lengkap dan canggih, seperti: kom-puter, *laptop*, telepon genggam, *iPads*, *audio player*, internet, dan aneka perangkat elektronik /*digital* lainnya²⁸.

Sebagai sebuah komunitas, Gereja tentu adalah bagian dari generasi Z di samping generasi yang sebelum atau sesudahnya. Khususnya bagian dari realitas media yang secara langsung mengonsumsi sekaligus memproduksi budaya media dalam hal berinteraksi. Generasi Z tentu juga merupakan bagian dari generasi *digital native* yang dalam istilah Marc Prensky, satu gene-

²⁴ Marc Prensky, “Digital Native and Digital Immigrants”, h. 1.

²⁵ Hari Wibawanto, “Generasi Z dan Pembelajaran di Pendidikan Tinggi”, Universitas Negeri Semarang. <http://event.elearning.itb.ac.id/assets/download/materi3.pdf>. Diakses 18 September 2017.

²⁶ Disebut juga Igeneration, Generasi net atau Internet, yang lahir dari generasi X dan Y

²⁷ Hari Wibawanto, “Pembelajaran bagi Generasi Z”.

²⁸ Solichul Hadi A. Bakri, “Kultur Generasi Z”, dalam <http://shadibakri.uniba.ac.id/wp-content/uploads/2017/03/kultur-generasi-Y.pdf>. Diakses tanggal 18 September 2017.

rasi yang tidak hanya menjadi subjek dari pendidikan namun juga subjek dari perkembangan media, yang kemudian pada gilirannya secara institusional penentu dan penerus dari masa depan Gereja. Ada keterhubungan yang bersifat interaktif dan mutual antara Gereja dan media sosial dalam ruang publiknya.

Fenomena ini menarik untuk dikaji sebagai sebuah eksplorasi teologis terhadap komunikasi media sosial yang mempengaruhi terjadinya pergeseran pola komunikasi pada (warga) Gereja. Karena itu penulis sebelum melangkah lebih jauh dalam pembahasan mencoba melakukan pengamatan awal (observasi) di Gereja tempat penulis beribadah yaitu, di GKI Jalan Pahlawan Magelang. Observasi dan pengamatan tentu bertujuan untuk melihat langsung gambaran dari lapangan seberapa lekat dan aktifnya warga Gereja menggunakan media sosial baik dalam kegiatan sehari-hari maupun khususnya dalam dunia interaksi dan pelayanan di Gereja²⁹.

Pertama, dari pengamatan langsung (observasi) dan melalui wawancara (tidak mendalam) terhadap warga Gereja dalam suatu pertemuan dengan tingkat usia (tua-muda), gender (laki -perempuan) dan juga peran dalam Gereja (sebagai majelis jemaat dan aktivis) didapati bahwa : 1) setiap hari mereka menggunakan media sosial secara aktif untuk berkomunikasi dan menjalin relasi dengan teman, sahabat atau keluarga; 2) dalam banyak kesempatan beraktivitas yang berhubungan dengan kegiatan gerejawi baik *internal* maupun *eksternal* mereka menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi; 3) mengenai apa manfaat media sosial. Ada beragam jawaban mulai dari menjalin relasi, informasi, berbagi pengalaman, pengetahuan, konseling dan mendapatkan banyak input (materi) untuk kehidupan rohani yang lebih baik; 4) apakah berdosa (ada perasaan bersalah) menggunakan media sosial pada saat menghadiri kegiatan Gereja yang sedang berlangsung seperti ibadah, kelompok pembinaan atau mengikuti rapat? Ada beragam jawaban juga mulai dari tidak sopan, tidak benar, mematikan telepon genggam dan juga tidak masalah selama digunakan untuk mendukung kegiatan ibadah seperti membuka Alkitab elektronik, menulis memo, dan bukan melakukan hal yang lain; 5) apakah sudah tergabung ke dalam kelompok (grup) pengguna media sosial? Hampir semua menjawab: Sudah; 6) mengapa menggunakan media sosial dalam berkomunikasi? Ada beragam jawaban, karena alasan praktis, personal, relasional, tidak kaku, kapan saja, akses cepat dan menarik, karena bisa *call* langsung, berbagi video, foto atau gambar (*emoji*) serta berbagai info lainnya. Dan preferensi jenis media sosial yang dipilih oleh warga Gereja survei melalui *whatsapp* group gereja: *Facebook, Twitter Whatsapp, dan Instagram*.

²⁹ Observasi pertama ini dilakukan pada sekelompok warga Gereja dalam satu pertemuan ibadah GKI Pahlawan Magelang, pada tanggal 2 September 2017.

Kedua informasi yang didapat dari informan terpercaya (pengurus Gereja) yang mengatakan bahwa saat-saat menjelang ibadah berlangsung terpantau dari balkon Gereja, sebagian warga Gereja yang hadir masih membuka telepon genggam pribadi. Satu fenomena yang menarik terlepas dari apapun motif dan tujuan mengaktifkan telepon genggam di ruang ibadah.

Dari fenomena di atas penulis tergelitik untuk mendeskripsikan Gereja sebagai ruang sosial di mana pola relasi sosialnya tidak hanya merujuk pada individu (orang per-orang) tetapi meliputi apa saja yang menghubungkan³⁰ (terinteraksi) di dalamnya, termasuk media sosial. Gereja sebagai *publik space*³¹ adalah ruang sosial yang bertugas mengakomodir seluruh komponen di dalamnya menjadi ruang/wadah terbangunnya ikatan relasi, interaksi yang saling menerima, saling memperhatikan, saling terbuka dimana individu satu dengan yang lain terhubung dan terbangun melalui seluruh jaringan komponen yang ada di dalamnya.

Pertanyaan reflektif yang muncul sudahkah Gereja mencerminkan ruang publik sosial sebagaimana mestinya? Termasuk mengapresiasi gejala perubahan pola berkomunikasi sebagai adaptasi dari perkembangan media kontemporer? Ketika Gereja berhadapan dengan keperkasaan media sosial³² di era kedigjayaan budaya populer dewasa ini, apakah Gereja tetap konvensional dalam membangun pola komunikasi di ruang publik sosialnya? Sejatinya, Gereja berhadapan dengan arus global teknologi media komunikasi yang makin canggih dan masif, dapat saja pada gilirannya menggeser secara paksa kultur atau pola komunikasi yang ada. Maka implikasinya, satu sisi sebagai ancaman, namun sisi lain sebagai tantangan sekaligus peluang untuk mengeksplorasi menemukan hal-hal baru yang dapat dikembangkan bagi pertumbuhan dan perkembangan Gereja. Karena itu Gereja diharapkan mampu bersikap apresiatif dan adaptif terhadap produk teknologi komunikasi yang terus bergerak. Ranah pelayanan atau komunikasi sosial Gereja sebaiknya berjalan seiring-selangkah, terpadu dengan perkembangan zaman. Dalam pengertian pola pelayanan dan komunikasi sosialnya harus berubah dan menyesuaikan.

³⁰In this meaning of the adjective, social does not designate a things among other things like a black sheep among other white sheep, but a type of connection between things that are not themselves social". Bruno Latour, *Reassembling the Social. An Introduction Actor-Network- Theory*, (NewYork: Oxford University Press, 2005), h.5.

³¹Penulis menggunakan istilah "public space" dan bukan "public sphere". Menurut Abidin Kusno *Public sphere* dan *public space* adalah dua hal yang berbeda namun saling terkait. *Public sphere* merupakan geografisnya *public space*. *Public space* mencakup ruang fisik dan non fisik termasuk jalan, taman, media, internet dan lain-lain. Abidin Kusno, *Ruang Publik, Identitas dan Memori Kolektif*, (Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2002), h.10.

³²Menurut Christian Fuchs membicarakan media sosial tidak terlepas dari teori sosial dan psikologi sosial. Dan media sosial terkait erat dengan pemahaman dasar dari sosialitas, media, masyarakat, kekuatan demokrasi, partisipasi, komunikasi, informasi, ruang publik dan ruang private, dan lain-lain. Christian Fuchs, *Social Media, a Critical Introduction*, (London: SAGE, 2014), h. 38.

Perkembangan media sosial akan memastikan dirinya menciptakan *cyberculture*³³ (“budaya siber”) dalam interaksi sosial massanya. Sebuah model budaya baru yang lahir dari internet, dan mengambil bentuk dalam konteks sosial daring, terfokus pada interaksi sosial seperti forum, group-group yang terbentuk secara *online* dan *chat*. Sehingga isu penting dari budaya siber ini bukanlah tentang apa itu teknologi melainkan masifnya interaksi sosial yang sedang terjadi di dunia siber (*cyberspace*)³⁴. Oleh karena itu saatnya Gereja diharapkan mampu bergerak dinamis mengiringi perkembangan kultur era digital yang ada. Karena itu penulis ingin mengkaji lebih dalam tentang media sosial dalam pengaruhnya terhadap pergeseran pola komunikasi warga Gereja serta apa relevansinya terhadap pemaknaan (konsepsi) eklesiologi Gereja. Maka tema yang penulis bahas: **Gereja sebagai *public space*: Sebuah eksplorasi teologis pergeseran pola komunikasi era digital**, dengan mengambil tempat penelitian di GKI Pahlawan Magelang- Jawa Tengah.

1.2. Rumusan masalah

Berdasarkan apa yang sudah dibahas dalam latar belakang maka pembahasan selanjutnya akan diarahkan pada persoalan teologis dalam komunikasi yaitu eksplorasi teologis terhadap pola komunikasi era digital dan kemudian melihat bagaimana relevansinya terhadap pemaknaan konsepsi eklesiologi Gereja.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Perkembangan media sosial di era digital sedemikian masif menyeruak masuk ke dalam seluruh aspek kehidupan, tidak terkecuali warga Gereja. Dengan demikian eksplorasi yang bersifat teologis terhadap pola komunikasi era digital hari ini, menjadi hal yang penting untuk dikaji. Maka pembahasan dari tesis ini terfokus pada pertanyaan : **Bagaimana pergeseran pola komunikasi dengan hadirnya media sosial terhadap pemaknaan (konsepsi) eklesiologi Gereja di era digital?**

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian. *Pertama*, penelitian ini bertujuan melihat/ mendeskripsikan pergeseran pola komunikasi era digital di ruang publik Gereja. *Kedua*, bagaimana

³³*Cyberculture* adalah sebuah kebudayaan baru yang menawarkan “kesadaran pascaruang”, di mana seluruh aktivitas kebudayaannya dilakukan dalam dunia maya yang tanpa batas. Fahd Djibran, “Cyberculture, Transformasi Kebudayaan Pascaruang, Dan Bayang-Bayang Kematian Sosial”. Universitas Padjajaran Bandung, November 2007.

³⁴ Elisenda Ardevol, “Cyberculture: Anthropological perspectives of the Internet” , Universitat Oberta de Catalunya, 2005, h. 2-3.

mengembangkan bangunan pemaknaan (konsepsi) eklesiologi Gereja yang konteks-tual di era digital. Kemudian apa yang menjadi manfaat dari penelitian ini, bagi Gereja, kiranya dapat menjadi input yang konstruktif; menilai secara kritis perkembangan teknologi media komunikasi dan memanfaatkannya secara bijaksana. Secara akademis, kiranya dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya baik yang terkait dengan pergeseran pola komunikasi di ruang publik Gereja maupun bangunan paradigma eklesiologi Gereja di era media digital.

1.5. Ruang Lingkup dan Batasan

Terhadap judul penelitian ini penulis merasa perlu menjelaskan dan membatasi pengertian dari istilah Gereja sebagai ruang publik, eksplorasi teologis, pergeseran dan pola komunikasi. Gereja sebagai ruang publik adalah sebuah ruang eksklusif yang membedakannya dari ragam ruang publik yang lain. Sebab pada kenyataannya ada banyak ragam ruang publik dengan tujuan dan signifikansinya sendiri. Istilah eksplorasi teologis adalah usaha untuk melihat relevansi komunikasi di era digital terhadap Gereja secara teologis, yang dapat dimaknai pula apa pengaruh atau relevansi dari peralihan, perpindahan, dan pergantian tersebut terhadap konsepsi/pemaknaan Gereja. Maka pergeseran yang dimaksud dalam penelitian ini adalah terkait hal-hal yang berubah, beralih, muncul, atau hilang ketika pola komunikasi konvensional bertransformasi ke pola komunikasi yang baru dalam konteks media baru (media sosial). Dengan demikian **eksplorasi yang dimaksud adalah sebuah eksplorasi yang bersifat teologis yaitu mencoba meneliti proses dan tujuan mendasar dari (pergeseran) pola komunikasi era digital serta relevansinya terhadap bangunan pemaknaan (konsepsi) eklesiologi Gereja di era digital.**

1.6. Metode Penelitian

Mengkaji tentang komunikasi di era digital memiliki perspektif yang beragam. Namun dalam penelitian ini penulis mencoba mengkaji keterkaitan antara komunikasi dan teologi sebagaimana bidang yang penulis tekuni yaitu dunia teologi. Segala persoalan dapat bermakna teologis bila dilihat dari kacamata teologi, teologi praktis khususnya, yang berupaya mengkaji bagaimana teologi berkaitan dengan praktik-praktik konkret dunia³⁵. Dunia komunikasi adalah dunia praktis dan empiris yang menyangkut interrelasi antar manusia, maka pembahasan tesis ini sejalan dengan apa yang menjadi fokus teologi praktis yang menekan pada hal praktis dan bukan teoritis.

³⁵ Eka Darmaputra, *Pergulatan Kehadiran Kristen di Indonesia*, (Jakarta: BPK. Gunung Mulia, 2005), h. 5.

Apa kaitan antara proses berteologi dan berkomunikasi dan mengapa perlu ada kajian teologis tentang komunikasi? Terhadap pertanyaan ini Robby Chandra mengatakan bahwa antara komunikasi dan teologi sangat dekat dengan bahasa. Tanpa bahasa manusia tidak mungkin dapat berkomunikasi dan juga berteologi secara sistematis dan efektif. Kemudian, komunikasi dan teologi sama-sama terkait dengan relasi-relasi, baik relasi dengan sesama maupun relasi dengan Sang Pencipta. Kedua kesamaan ini akan menjadi titik berangkat proses analisis yang akan dilakukan³⁶. Terhadap pertanyaan perlunya kajian teologis tentang komunikasi, Chandra selanjutnya mengatakan bahwa hal ini terkait dengan pertanyaan mendasar tentang apa yang menjadi hakikat manusia bahwa manusia harus mampu menjawab pertanyaan tentang dirinya sendiri. Termasuk pertanyaan yang bersifat ontologis (teologis) bagaimana manusia (Gereja) memahami tentang eksistensi dirinya melalui seluruh lingkungannya. Bagaimana pula berelasi dengan Allah dan sesama di era digital media sosial hari ini. Dengan dasar pemahaman ini penulis ingin melihat pola komunikasi yang terbangun melalui media sosial dan bagaimana relevansinya terhadap bangunan pemaknaan eklesiologi Gereja di era digital.

Penelitian ini secara metodis bersifat deskriptif-kualitatif yang bertujuan untuk tidak hanya melihat gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu, yang akan menggambarkan realitas yang sedang terjadi³⁷ khususnya pengaruh media sosial terhadap pergeseran pola komunikasi warga Gereja dan penggambarannya secara kualitatif (verbal). Melainkan juga bersifat konstruktif bagaimana melihat relevansinya terhadap pemaknaan (konsepsi) eklesiologi Gereja di era digital sekarang ini, tentunya dalam konsepsi atau pemahaman yang baru.

Adapun sasaran dalam penelitian ini adalah warga jemaat GKI Pahlawan Magelang dengan keragaman gender dan usia. Penulis ingin melihat intensitas kelekatan warga Gereja terhadap media sosial yang memunculkan pergeseran pola komunikasi di ruang publik Gereja. Pengambilan sample dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* (samping purposif), yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu³⁸. Penarikan sampel purposif mempertimbangkan jenis penelitian yang ingin melihat pergeseran pola komunikasi dengan menggunakan media sosial, maka penelitian ini membutuhkan sampel dari populasi yang

³⁶ Robby I. Chandra, *Komunikasi dan Theologi*, (Yogyakarta: Duta Wacana University Press), 1966, h. 20-21.

³⁷ Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi. Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. (Jakarta: Prenadamedia Group, 2006), h. 69.

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R & D (cet 7)*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 13.

menggunakan media sosial. Dengan kata lain, sampel yang diambil adalah sampel pilihan khususnya yang menggunakan media sosial sesuai dengan preferensi *platform* media yang dipakai (*Whatsapp, Facebook, Twitter dan Instagram*). Total jumlah sampel yang diambil adalah 40 orang, dari rentang usia 15-65 tahun mewakili kategorial usia muda (remaja-pemuda) dan dewasa – tua (senior).

Sedangkan pengambilan data dengan menggunakan tehnik observasi, wawancara tidak mendalam, literatur dan kuesioner (kuesioner tertutup). Data yang diperoleh kemudian diolah dan diinterpretasi dengan pendekatan kualitatif untuk menjawab pertanyaan utama dari penelitian ini.

1.7. Kerangka Teori

1.7.1. Media Sosial dan Pola Komunikasi

Media sosial (*social media*) atau yang dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Jelas kiranya bahwa muatan interaktif dalam media baru sangatlah tinggi. Media sosial, dikutip dari Wikipedia, didefinisikan sebagai sebuah media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia³⁹.

Straubahaar, LaRuse dan Davenport dalam buku yang berjudul *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology*, memaparkan perubahan konsepsi tentang komunikasi pada era media konvensional dan media baru. Konsepsi komunikasi mulai dari intrapersonal hingga massa telah bergeser. Pergeseran ini ditandai dengan penggunaan media yang jauh berbeda. Di era media komunikasi ini, semua sistem informasi telah terdigitalisasi, sehingga hampir semua komunikasi berlangsung di dalam teknologi media⁴⁰. Dengan demikian perkembangan media yang masif ini cepat atau lambat membawa pola kebiasaan baru dalam berkomunikasi. Perkembangan teknologi informasi tidak hanya mampu menciptakan masyarakat dunia global, namun secara materi dapat mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat. O'Brien dalam Burhan Bungin mengatakan bahwa perilaku manusia dan teknologi memiliki interaksi di dalam lingkungan sosioteknologi⁴¹. Yaitu suatu ranah kajian yang mencoba melihat pengaruh perkembangan teknologi komunikasi dalam kehidupan sosial.

³⁹Dalam http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial. Diakses tanggal 12 November 2017.

⁴⁰Joseph Straubahaard, et al, *Media Now : Understanding Media, Culture, and Technology* (7th Edition), (Boston: Wadsworth, 2006), h. 20-24.

⁴¹ Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, h. 111.

Lahirnya era komunikasi interaktif ditandai dengan terjadinya diversifikasi teknologi informasi dengan bergabungnya telepon, radio, komputer, dan televisi menjadi satu dan menandai teknologi yang disebut dengan internet⁴². Media sosial daring tidak lain merupakan evolusi media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial bersifat interaktif dengan berbasis teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi-komunikasi dari sebelumnya bersifat *broadcast media monologue* (satu ke banyak audiens) ke *social media dialogue* (banyak audiens ke banyak audiens). Media sosial daring turut mendukung terciptanya demokratisasi informasi-komunikasi dan ilmu pengetahuan yang mengubah perilaku pengguna dari yang sebelumnya mengonsumsi konten beralih ke memproduksi konten⁴³.

Marshall McLuhan dalam Burhan Bungin tentang teori “desa global” mengatakan bahwa kita sebenarnya hidup dalam suatu “desa global”. Pernyataan ini mengacu pada perkembangan media komunikasi modern yang telah memungkinkan jutaan orang di seluruh dunia dapat berkomunikasi pada hampir di setiap sudutnya. Hal ini merupakan tantangan baru bagi semua disiplin ilmu, karena komunikasi modern yang digerakan oleh media massa mampu menata publik, menentukan isu, memberi kesamaan dalam kerangka pikir⁴⁴.

MacLuhan dan Harold melihat relasi media dan pesan dalam sebuah komunikasi pandangannya mendukung pemahaman bahwa kajian komunikasi harus didalami lebih dari sekedar “tontonan” dan “representasi”⁴⁵, namun juga dikaji aspek mediana. Kontribusi dari pemikiran MacLuhan bagi ilmu komunikasi yang utama adalah multidimensi atas “medium-medium” komunikasi, termasuk di dalamnya adalah mengamati relasi-relasi sosial yang terbentuk secara teknologis, di mana masing-masing mempunyai realitas atau ontologisnya sendiri.

Teori medium dari McLuhan dan Harold Innis mengemukakan hubungan antara indra manusia yang diperlukan untuk menggunakan media dan struktur dari media itu sendiri. Media tersebut akan menjadi perpanjangan indra manusia untuk membentuk dunianya. Dalam teori medium penekanan tidak pada isi media (misalnya jenis kelamin, kekerasan, hiburan), tetapi pada sifat dan struktur media dan ini mengubah cara berpikir yang memiliki pengaruh sosial dan psikologi⁴⁶. Jika dikaitkan dalam penelitian ini, penggunaan media sosial oleh komunitas peng-

⁴² Bungin, *Sosiologi Komunikasi*, h. 113.

⁴³ Rudy Setiawan, “Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer Di Indonesia”, *eJournal Ilmu Komunikasi*, Volume 1, Nomor 2, 2013, h. 355-374.

⁴⁴ Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi*. h 261-262.

⁴⁵ David Holmes, *Teori Komunikasi, Teknologi dan Masyarakat*, (Yogyakarta: Putaka Pelajar, 2012), h. 82-89.

⁴⁶ Stephen W. Littlejohn, dan Karen A. Foss (ed). *Encyclopedia of Communication Theory*, (London: SAGE Publications, 2009), h.648.

guna telah membangun budaya dan pola baru berkomunikasi. Budaya ini didasari oleh nilai-nilai yang dianut dalam diri pengguna mengenai cara mereka bertindak dalam penggunaan media komunikasi.

1.7.2. Media Sosial dan Gereja

Pesatnya perkembangan teknologi *new media*⁴⁷ seperti internet dan telepon genggam berimplikasi pada pesatnya pertumbuhan media sosial baik yang bersifat informatif maupun komunikatif-interaktif. Akses media yang mudah dan cepat memungkinkan arus komunikasi-informasi berlangsung kapan saja, di mana saja dan apapun *platform* yang digunakan. Fenomena ini tidak hanya terjadi di negara maju namun sudah merambah negara-negara Asia bahkan Indonesia. Tidak hanya di ruang publik umum namun juga di ruang publik khusus seperti gereja. Kemudahan, kepraktisan dan kecepatan akses menjadi poin penting peralihan media komunikasi dari yang bersifat antar muka (*face to face*), satu ke banyak (*one to many*), banyak ke banyak (*many to many*), non-media ke media atau konvensional ke digital. Gereja sebagai sebuah entitas tidak terpisahkan dari paparan media sosial yang tengah berkembang terlepas dari apapun motif pengguna dan preferensi *platform*-nya. Terdapat relasi yang sangat signifikan dan saling terkait antara gereja sebagai ruang publik dengan media di era digital.

Elizabeth Drescher dan Keith Anderson menjelaskan bahwa era media sosial digital adalah arena bagi Gereja untuk menantang diri dalam hal memetakan ulang dunianya (*remapping our world*). Keterlibatan aktif dalam media sosial memang tidak serta merta memperbaiki keadaan Gereja yang tengah menurun. Namun harus ada keyakinan untuk merevitalisasi Gereja dan memelihara perbuatannya. Ini menjadi tantangan bagi para pemimpin Gereja untuk melibatkan orang-orang yang di mana tepatnya “mereka berada” dalam era media sosial⁴⁸.

Keith Anderson dalam bukunya, *The Digital Cathedral Networked Ministry in a Wireless World* memberikan pemahaman yang lebih segar tentang apa dan bagaimana Gereja di era digital. Bahwa Gereja di era digital tidak lagi dipahami secara sempit dan picik di mana penginjilan sebatas (mencari) keanggotaan, atau pembentukan iman hanya seputar kelas-kelas pembinaan dan *sharing* kabar baik bagai “*marketing*”. Era digital memperluas cakrawala pemahaman Gereja tentang manusia, praktek-praktek keagamaan dan keyakinan. Sebuah kehidupan yang terintegrasi secara digital yang disebut “*revolusi segitiga*”(triple revolution); internet -

⁴⁷Media baru (*new media*) merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Contoh dari media yang sangat merepresentasikan media baru adalah Internet. Dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Media_baru. Diakses tanggal 12 November 2017

⁴⁸Elizabeth Drescher dan Keith Anderson, *Click 2 Save. The Digital Ministry Bible*, (New York: Morehouse Publishing, 2012), h.3.

telpon genggam-media sosial (*digital social media*) yang merevolusi cara hidup dan menghidupi iman⁴⁹. Lebih lanjut Anderson memaparkan relasi teknis antara gereja dan media sosial bahwa media sosial bukan hanya sebagai *platform* dalam pelayanan tetapi bagaimana gereja memberi arti dan hadir secara konsisten dalam ruang digital baik secara fisik dan *virtual*. Bentuk kreatif pelayanan di era modern dalam menjaga, memelihara dan menemukan yang terhilang *bukan* di dalam gereja melainkan di setiap tempat dan pengalaman hidup mereka sehari-hari. Maka menurut Anderson menjadi logis dibutuhkan pemimpin yang berjejaring, relasional dan inkarnasional- yang mampu berkata dan bersikap dalam resonansi kultural budaya dunia digital hari ini⁵⁰.

Drescher dan Anderson pada sisi yang lain melihat kekuatan yang bisa difungsikan dari sisi pengguna media sosial (*digital society*) yang disebut dengan *crowdsourcing*⁵¹ *christianity*. Istilah *Crowdsourcing* adalah sebuah istilah yang sering digunakan untuk menggambarkan suatu proses dalam mendapatkan pekerjaan ataupun pendanaan dari sekelompok orang dalam jumlah banyak melalui fasilitas daring. Konsep yang digunakan untuk menjalankan teknik ini adalah dengan tersedianya orang-orang dalam kelompok besar untuk berpartisipasi menghasilkan konten/pendanaan. Keahlian dan juga ide dari sekelompok orang itulah yang digunakan sebagai bantuan dalam menghasilkan konten sekaligus memfasilitasi pembuatan produk. Jika melihat dari konsepsi dasarnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa *crowdsourcing* adalah sebetulnya “kekuatan” yang bersifat partisipatif untuk menyelesaikan sebuah masalah.

Maka dihubungkan dengan penulisan ini, konsep dasar dari *crowdsourcing christianity* dapat menjadi model atau alternatif acuan yang dapat diterapkan pada kelompok pengguna media sosial (*digital natives* dan *digital immigrants*) dalam ruang publik Gereja, yang diharapkan mampu berfungsi dan berdayaguna sebagai “penindak atau pelaku” dalam melakukan/menyelesaikan berbagai persoalan di dunia pelayanan baik internal maupun eksternal Gereja.

Era digital pada sisi yang lain juga mempertemukan banyak orang dengan kreativitas-kreativitas yang unik dalam membangun interelasi dengan yang lain. Drescher dan Anderson juga membahas konsep “Seni dalam Pelayanan Digital” (*Practicing Arts of Digital Ministry*) dengan memberi penekanan pada bagaimana membangun interelasi; siapa, dimana dan apa-apa dalam domain digital yang secara jelas diartikulasikan dalam perasaan kehadiran (*sense of presence*) dan pemahaman pada bagaimana serta kapan menggunakan *platform* media sosial,

⁴⁹Keith Anderson, *The Digital Cathedral Networked Ministry in in a Wireless World*, (New York: Morehouse Publishing, 2015), h. 6.

⁵⁰Anderson, *The Digital Cathedral Networked Ministry*, h.6.

⁵¹“Crowdsourcing, the idea of outsourcing to an unknown group of responders, is the practice of using social networking to draw upon the expertise and /or resources of people distributed across the globe to solve a problem or address an issue”. Elizabeth Drescher dan Keith Anderson, *Click 2 Save. The Digital Ministry Bible*, h.19.

seni berjejaring, dan pelayanan yang berelasi dalam masyarakat sosial media. Pendekatan dalam seni pelayanan *digital* melalui suatu model partisipasi *digital* yang disebutnya dengan “LACE”⁵²:

- **Listening** – taking time to get to know people in social media networks based on what they share in profiles, post, tweets, and so on rather than emphasizing the communication of your own message.
- **Attending** – noticing and being present to the experiences and interest of others as they share themselves in digital spaces
- **Connecting** – reaching out to others in divers communities in order to deepen and extend the networks that influence your digital spiritual practice.
- **Engaging** – building relationships by sharing content, collaborating, and connecting people to others.

Sebuah konsep yang sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Mark Zuckerberg⁵³ bahwa komunitas digital daring seperti *Facebook* tidak bermaksud menciptakan keterasingan secara sosial antara individu satu dengan yang lain atau membuat masyarakat terkotak-kotak melainkan terhubung erat satu dengan yang lain, dalam kebersamaan yang berarti. Maka konsep LACE sangat praktis, model partisipatif digital yang bisa dipraktikkan dalam membangun komunitas pastoral Gereja yang kuat dan hidup.

1.8. Hipotesa

Mengkaji tentang komunikasi terhubung sepenuhnya dengan membangun manusia dan segala aktivitas sosialnya. Semua definisi tentang komunikasi bermuara pada bagaimana manusia hidup dan beraktivitas dalam hubungannya dengan yang lain. Manusia dan komunikasi adalah dua entitas yang tak terpisahkan karena keduanya saling mempengaruhi satu dengan yang lain. Komunikasi tercipta dan berkembang karena manusia dan manusia berkembang tidak dapat dipisahkan dari peran komunikasi itu sendiri.

Komunikasi dalam prosesnya selalu bergerak (dinamis). Perkembangan nalar manusia dan kebutuhannya yang semakin kompleks memungkinkan arus komunikasi bergerak dinamis sesuai dengan perkembangan zamannya. Chandra dalam pokok bahasannya tentang: “Tantangan Perubahan dan Kaitannya dengan Komunikasi dan Teologi”⁵⁴, mengemukakan pendapatnya dengan mengacu pada beberapa pemikiran para ahli sejak tahun 1940. Ditrach Bonheoffer,

⁵²Elizabeth Drescher dan Keith Anderson, *Click 2 Save. The Digital Ministry Bible*, h.7. Lihat juga penjabarannya dengan lebih jelas dalam Elizabeth Drescher, *Tweet If You Love Jesus. Practicing Church in the Digital Reformation*, (New York: Morehouse, 2012), h. 57-74.

⁵³Lori Mora, “Membangun komunitas daring seperti komsel Gereja” dalam https://www.jawaban.com/read/article/id/2017/06/28%2011:00:00/90/170628101407/akhirnya_mark_zuckerberg_berikan_ide_bangun_komunitas_daringnya_seperti_komsel_gereja. Diakses 12 November 2017.

⁵⁴Chandra, *Komunikasi dan Teologi*, h. 47-55.

seorang teolog Jerman, memberikan pernyataan bahwa dunia memasuki masa *dewasa* (*The World has come of Age*). Pada tahun 1950-an muncul berbagai studi tentang perubahan dunia berlanjut hingga tahun 1980-an. Indonesiapun mulai mengenal Harcey Cox dengan *The Secular City*-nya. Selanjutnya Alvin Toeffler muncul dengan *The Third Wave* dan *The Power Shift*. Lalu kemudian yang tidak kalah penting pengaruh dari karya Jhon Naisbitt dan Patricia Arbudene *The Megatrend* dan juga karya besar dari Taichi Sakaiya *The Knowledge –Value Revolution*. Yang terakhir di bidang komunikasi kita mengenal nama Marshall MacLuhan dan Walter J Ong, SJ. Chandra mencatat adanya berbagai perubahan mulai dari perubahan di bidang ekonomi, budaya atau peradaban, dan juga cara berkomunikasi.

Walter J Ong, SJ adalah seorang peneliti dari pelbagai perubahan di dalam proses komunikasi di masyarakat. Menurutnya, perubahan komunikasi terjadi secara sangat drastis dalam pola yang bertumpang tindih walaupun bukan saling berkelanjutan. Di masa purba manusia sangat dominan dalam gerak komunikasi *audio* atau pendengaran sebagai indra tangkapnya, dimana suara menjadi alat komunikasi yang bersifat intensional; subjek dan objek diikat atau dilingkupi oleh suara atau metode komunikasi. Dengan demikian keterpisahan tidak terjadi di antara subjek dan objek serta dunia sekitarnya⁵⁵.

Perkembangan teknologi yang masif di era modern membuat jenis komunikasi ke dua yang sebenarnya sudah ada sejak zaman dulu mulai semakin berkembang, yaitu komunikasi visual. Di era modern penggabungan antara *visual* dan *auditory communication* melahirkan bentuk komunikasi yang semakin kompleks. Bahkan menurut Tonny Schwartz menggambarkan dunia komunikasi, khususnya komunikasi massa telah menjadi “Tuhan” ke dua. Artinya, media komunikasi dan pola komunikasi sudah merambat kesegala arah mengatasi ruang dan waktu⁵⁶.

Dengan demikian, penulis tiba pada pernyataan hipotesis bahwa satu sisi, teknologi komunikasi pada konteksnya akan/sedang mengubah bentuk dan gerak komunikasi, yang pada saatnya pula mengubah pola komunikasi dan interaksi antar sesama, terkhusus di ruang publik Gereja. Dan pada giliran selanjutnya, seperti yang dikatakan oleh Keith Anderson tentang konsepsi Gereja di era digital mengindikasikan terjadinya pergeseran pemaknaan eklesiologi Gereja di era digital. Hal ini adalah suatu keniscayaan yang sulit untuk dihindari yang selanjut-

⁵⁵Chandra, *Teologi dan Komunikasi*, h. 55.

⁵⁶Chandra, *Teologi dan Komunikasi*, hal. 55.

nya perlu mendapat perhatian untuk dikaji secara teologis khususnya relasi antara komunikasi dan teologi⁵⁷.

1.9. Sistematika Penulisan

Bab I: Pada bab ini akan dibahas Latarbelakang Penulisan, Pertanyaan Penelitian, Tujuan dan manfaat Penelitian, Metode Penelitian, Ruang Lingkup dan Batasan, Kerangka Teori, Hipotesa dan Sistematika Penulisan.

Bab II. Pada bagian ini berisi landasan teori tentang teknologi media komunikasi, pola komunikasi dan Gereja dalam konteks *era digital*.

Bab III. Bagian ini berisi pembahasan tentang faktor komunikasi dalam ruang publik Gereja (Deskripsi hasil dan intepretasi penelitian: Faktor Komunikasi dalam Gereja)

Bab IV. Pada Bab ini akan dibahas tentang bangunan konsepsi eklesiologis Gereja dalam konteks pemahaman yang baru di era digital.

Bab V. Penutup: Kesimpulan dan Saran

⁵⁷Chandra, *Teologi dan Komunikasi*, hal. 55.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Era teknologi komunikasi yang serba canggih adalah era yang memastikan adanya perubahan mendasar secara fisik maupun paradigmatik dalam berbagai aspek kehidupan, tidak terkecuali dalam dunia komunikasi. Kecanggihan teknologi digital inilah yang menyebabkan teknologi *net* atau komunikasi nir-kabel makin merajalela. Pada giliran selanjutnya mendorong bentuk komunikasi lain yang berbasis nir kabel dengan jelajah yang melintas batas material, teritorial dan identitas sosial/personal Internet yang memperantarai media komunikasi sosial tidak sekedar sebuah mode dalam kemajuan teknologi digital melainkan menjadi *life style* bagi masyarakat luas, tidak terkecuali dalam ruang publik Gereja. Secara konseptual dan praktis kemajuan teknologi komunikasi melahirkan perluasan/pergeseran media dan bersamaan pula menciptakan perluasan/pergeseran (makna) komunikasi serta relasi dengan sesama. Dahsyatnya perkembangan teknologi media komunikasi yang kemudian memunculkan istilah hibridasi ruang publik dan hibridasi bentuk komunikasi, menarik perhatian penulis untuk mengkajinya secara teologis seperti yang terumus dalam rumusan masalah dan pertanyaan penelitian.

Penelitian ini sebagai sebuah eksplorasi teologis, hendak melihat/mendapatkan gambaran tentang pergeseran pola komunikasi dan relevansinya terhadap pemaknaan eklesiologi kontekstual di era digital. Dan hipotesa yang penulis rumuskan adalah bahwa media sosial (sedang) menggeser pola komunikasi konvensional warga Gereja. Dari hasil penelitian maka didapat kesimpulan bahwa pertama, berdasarkan rumusan masalah dan hasil uji hipotesis baik secara parsial maupun simultan terhadap indikator variabel, terbukti bahwa teknologi komunikasi (media sosial) berpengaruh cukup signifikan terhadap perubahan dan bentuk/pola komunikasi. Itu berarti hipotesa terjawab di mana telah terjadi pergeseran pola komunikasi dan interaksi antar sesama, khususnya di ruang publik Gereja GKI Pahlawan Magelang. Artinya warga Gereja memiliki sikap terbuka terhadap perkembangan media komunikasi, menggunakannya secara aktif dalam berkomunikasi bahkan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari aktivitas hidup, yang terlihat dari sumbangsih signifikan (regresi statistik maupun persentase kecenderungan) masing-masing indikator variabel.

Ke dua, pergeseran pola komunikasi yang terjadi akan pula berpengaruh terhadap pemaknaan eklesiologi Gereja di era digital. Hal ini ditunjukkan oleh hasil analisis statistik dan dari deskripsi persentase jawaban responden di mana pergeseran pola komunikasi terbukti secara

signifikan dapat mempengaruhi pemaknaan baru eklesiologi Gereja. Artinya Gereja menyadari hal penting bahwa pengaruh kehadiran media sosial secara eksistensial tidak hanya mengubah perilaku berkomunikasi, mengubah gaya hidup, cara mengungkapkan iman atau beragama namun juga menggeser pemaknaan eklesiologis Gereja. Cara hidup berelasi antara sesama yang tidak hanya bermakna persekutuan/perjumpaan secara fisik (tatap muka) tetapi juga pengakuan akan hadirnya komunitas secara virtual sebagai perluasan realitas. Dengan demikian Gereja pada konteks zamannya dapat dimaknai pula secara eklesiologis sebagai persekutuan tubuh Kristus yang kelihatan dan “tidak kelihatan” - secara virtual.

Hasil penelitian yang menunjukkan besarnya sumbangan variabel pergeseran pola komunikasi terhadap variabel pemaknaan baru (konsepsi) eklesiologi Gereja di era digital sebesar 40.4%, persentase yang mengindikasikan bahwa temuan/pengaruh ini cukup signifikan. Namun ini berarti bahwa masih ada 59.6% faktor-faktor (variabel) lainnya yang perlu dikaji. Dengan kata lain faktor komunikasi media sosial dengan *platform* tertentu hanyalah salah satu faktor dari banyak faktor lain yang berperan terhadap pemaknaan baru eklesiologi Gereja era digital.

Temuan lain bahwa variabel *media sosial tidak terpisahkan dari komunikasi sosial di ruang publik Gereja* dengan persentase (65%) yang menunjukkan kategori tingkat kesetujuan yang tinggi. Namun bila disandingkan dengan persentase variabel *komunikasi melalui media sosial dianggap mampu mewakili kehadiran secara fisik*, hanya sebanyak 40% yang menyatakan tingkat kesetujuan. Demikian bila diperhadapkan dengan persentase variabel *media sosial adalah bagian integral dari komunikasi pelayanan Gereja*, yang hanya menunjukkan 45% tingkat kesetujuan. Selanjutnya, *Media sosial adalah media (sarana) Gereja memperluas jangkauan misinya* 47.5% dan *Komunikasi media sosial adalah sarana yang memfasilitasi pelayanan pastoral dan pembinaan umat* 35%. Didapati tingkat persentase yang rendah, yang tidak berbanding lurus dengan tingkat kelekatan warga Gereja terhadap media sosial di ruang publiknya. Pertanyaan, mengapa tingkat kelekatan warga Gereja terhadap media sosial, terlihat tidak cukup berpengaruh terhadap pelayanan Gerejawi, yang merupakan salah satu faktor dalam pergeseran pemaknaan eklesiologi digital? Penjelasan terhadap temuan ini adalah bahwa tingkat persentase yang dianggap rendah tidak berarti menunjukkan ketidakpedulian warga Gereja terhadap hal-hal yang rohani di dalam dan melalui komunikasi media sosial. Karena persentase itu hanya menunjukkan suatu realitas yang sedang terjadi bahwa ada proses yang sedang berjalan antara domain warga Gereja dan media sosial di ruang publiknya yaitu yang terkait dengan faktor-faktor seperti literasi media, tradisi yang terbangun, pandangan dogmatis-teologis tertentu dan pentingnya mengakomodir kehadiran *digital natives* (generasi milenial).

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, maka penulis menyampaikan beberapa hal yang merupakan saran ataupun pertimbangan kepada Gereja dan/atau pemimpin rohani secara umum dan khususnya kepada GKI Pahlawan Magelang, sebagai berikut :

1. Gereja yang hidup dan bertumbuh adalah Gereja yang terus menerus memperbarui diri dan panggilannya seiring dengan perkembangan konteks zamannya berada. Sebagaimana semboyan reformasi Calvinis tentang Gereja yang terus menerus diperbarui – “*ecclesia reformata semper reformanda*”. Bahwa eklesiologi Gereja di era digital menuntut pemahaman dan pemaknaan Gereja secara teknologis maupun teologis yaitu Gereja yang berjejaring (*Church networked*). Gereja perlu membangun dan membina persekutuan relasi yang bersifat *online-virtual* - yang lepas dan bebas dari ikatan ruang dan waktu. Gereja berada pada satu situasi yang menuntutnya perlu memperluas wawasan dan pemahaman tentang teknologi media, seperti langkah maju yang dilakukan oleh Gereja Katolik. Atas komando dari pimpinan tertinggi Paus, Gereja katolik telah mengintegrasikan internet baik dalam komunikasi internal maupun eksternal, pada tingkat praktis maupun teoritis. Adanya pemahaman yang memadai secara teknologis maupun teologis pada level pimpinan Gereja terhadap media komunikasi digital memungkinkan Gereja Katolik yang “solid” melebur menjadi “likuid” dalam memandang dan memanfaatkan teknologi media. Paus Yohanes II pada tahun 2001, 2002, 2005; Paus Benediktus XVI 2009, 2010, 2011, 2013 telah mengizinkan-manfaatkan internet menjadi bagian integral dari organisasi dan komunikasi pelayanan Gereja. Sebuah arahan membangun Gereja yang berjejaring melalui media sosial. Internet dan media komunikasi dijadikan saluran khusus dan eksklusif bagi relasi antar organisma. Namun demikian dunia virtual dipandang hanya sebagai pelengkap dan bukan sebagai pengganti dari elemen utama iman Kristen²⁶⁹. Media komunikasi adalah bagian integral yang tidak menjadi tujuan namun tetap sebagai alat untuk mencapai tujuan.
2. Gereja di era digital juga perlu “mendesain” pemimpin yang pastoral-relasional-inkarnasional. Dalam arti, menciptakan pemimpin rohani yang inovatif, kreatif dan relevan, mampu hadir melayani secara konsisten di mana umat berada/beraktivitas secara online. Seperti yang dikemukakan Drescher bahwa pemimpin rohani dikenal sebagai seorang

²⁶⁹ Pauline Hope Cheong, Daniel Arasa. “Religion”. *Handbooks of Communication Science*. Vol 5 (1997) h. 5. Communication and Technology .

pemimpin di era reformasi digital sama sekali tidak bergantung pada apakah anda memakai *collar* atau tidak, atau apa warna pakaian yang anda pakai atau apapun status anda. Karena yang terpenting adalah kemampuan berpartisipasi secara efektif di dalam ruang-ruang komunikasi digital yang lebih luas di mana yang lain (umat) terlibat berbagi hidup dan persepektif yang mereka miliki²⁷⁰.

3. Gereja di era digital juga membutuhkan pemimpin rohani yang intergenerasional. Pemimpin rohani yang mampu mengakomodir kekayaan potensi dari semua rentang generasi/usia yang ada, khususnya pelayanan terhadap generasi muda yang melek teknologi (*digital natives*). *Digital Natives* adalah kelompok yang perlu mendapat perhatian dan arahan khusus sebab di tangan merekalah tumbuh kembang dan masa Gereja di era digital. Mengabaikan eksistensi generasi melek teknologi ini sama saja dengan membiarkan mereka terlepas dari Gereja. Generasi milenial ini sebenarnya, menurut Jason Caston dalam situs *lifeway*²⁷¹, tidak memutuskan hubungan dari Gereja atau dengan Allah sama sekali, mereka hanya memutuskan hubungan dari Gereja-gereja yang tidak menemui mereka di mana mereka berada, yaitu dalam dunia daring.

Demikian juga dengan generasi *digital immigrant* yang sekalipun mereka tidak sefasih *digital natives* dalam “berkomunikasi” dengan teknologi digital namun sudah menjadikan media sosial sebagai sarana utama dalam berkomunikasi ataupun berinteraksi. Dua konteks kekinian yang sama membutuhkan kehadiran pemimpin rohani yang selalu *update* dan konsisten.

4. Terhadap media sosial yang begitu masif di ruang publik Gereja, dan memperhatikan respon warga Gereja (hasil penelitian) menunjukkan bahwa tidak semua warga Gereja melihat relevansinya terhadap pelayanan Gerejawi. Karena itu diharapkan Gereja atau praktisi pelayanan rohani terus melakukan pendekatan/pendidikan literasi media yang substansinya tidak hanya berfungsi sebagai sarana penerangan tentang apa itu teknologi komunikasi (*platform* media sosial), bagaimana menggunakannya, namun juga warga Gereja mampu melihat potensi dan efektivitas media serta terdorong menggunakannya sebagai sarana komunikasi iman dan pewartaan kabar baik. Tugas Gereja adalah memberikan bobot pengetahuan sekaligus spiritual pada ruang-ruang penggunaan, pemanfaatan, serta penyebaran informasi yang begitu mudah di posting /update melalui

²⁷⁰ Drescher, *Tweet If You Love Jesus*..h.15.

²⁷¹ Jason Caston, “How the Church Can Reach Digital Natives and Millennials - The Future of the Church and Tech (5, 10, 25 years from now)”, dalam <http://www.lifeway.com/churchtech/2016/01/11/how-the-church-can-reach-digital-natives-and-millennials-the-future-of-the-church-and-tech-5-10-25-years-from-now/>, dikases tanggal 24 Juli 2018.

genggaman smartphone. Harus ada tata kelola sehingga warga Gereja tidak hanyut dalam samudera digital yang menenggelamkan karena miskinnya arahan profetis Gereja. Peran Gereja dalam mengedukasi menjadi jalan bagi warga Gereja memanfaatkan media sosial/teknologi media komunikasi yang tepat guna.

5. Konteks hibriditas ruang publik maupun hibriditas bentuk/pola komunikasi yang terjadi dapat menjadi arena “auto kritik” bagi Gereja yang solid, yang selama ini hanya berorientasi pada bentuk konvensional (tradisi) dan model pelayanan Gerejawi yang lebih mengutamakan realitas aktual semata, seperti pengutamakan pertemuan *face to face*, dan hierarki-institusional, yang cenderung menjaga otoritas birokrasi dan pemeliharaan ritual namun yang kurang peka terhadap perubahan sosial-budaya di era digital. Berpikir secara dialektis tentang relasi agama/Gereja dan teknologi komunikasi akan menolong Gereja mampu mengidentifikasi ketegangan-ketegangan dan paradok-paradok yang ada, berfungsi sebagai eksplorasi lebih jauh untuk memahami berbagai perbedaan dan kompleksitas kehidupan sosial-keagamaan kontemporer.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abrar, Ana Nadya. *Teknologi Komunikasi Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI, 2003.
- Anderson, Keith. *The Digital Cathedral Networked Ministry in a Wireless World*. New York: Morehouse Publishing, 2015.
- Aritonang, Jan S dan Christian de Jonge. *Apa dan bagaimana Gereja?: Pengantar Sejarah Eklesiologi*. Jakarta: BPK. Gunung Mulia, 2009.
- Banawiratma, J.B. *Pemberdayaan Diri Jemaat dan Teologi Praktis Melalui Appreciative Inquiry*. Yogyakarta: Kanisius, 2014.
- Baran, Stanley J and Dennis K Davis. *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future*. Belmont: CA, Wadsworth, 2010.
- Barker, Larry L. *Communication*. New Jersey: Prentice-Hall International, Inc., 1984.
- Batmomolin, Lukas dan Fransiska Hermawan. *Budaya Media: Bagaimana Pesona Media Elektronik Memperdaya Anda*. Ende: Nusa Indah, 2003.
- Bungin, M. Burhan, *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.
- Bauman, Zygmunt. *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press, 2000.
- Campbell, Richard., Christopher R, Martin, Bettina Fabos, *Media and Culture*. New York: Bedford/St. Martin's, 2011.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2016.
- Chandra, Robby I. *Komunikasi dan Teologi*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press, 1966.
- Christensen, Karen dan David Levinson (ed.). *Encyclopedia of Community: From the Village to the Virtual World*. (Vol 1). London: Sage Publications, 2003.
- Croteau, David and William Hoynes. *Media /Society: Industries, Images, and Audiences*. London: Pine Forge Press, 1997.

- Cohen, Anthony, *The Symbolic Construction of Community*, London dan New York: Routledge. 1985.
- Levinson, David., Karen Christensen (ed.). *Encyclopedia of Community: From the Village to the Virtual World*. London: Sage Publications 2003.
- Darmaputra, Eka. *Pergulatan Kehadiran Kristen di Indonesia*. Jakarta: BPK. Gunung Mulia, 2005.
- DeVito, Joseph A. *The interpersonal communication Book*. Boston: Pearson Education, 2007.
- Dijk, Jan A.G.M. Van. *The Network Society Social Aspects of New Media* (2nd ed). London: SAGE Pub. 2006
- Drescher, Elizabeth dan Anderson, Keith, *Click 2 Save. The Digital Ministry Bible*. New York: Morehouse Publishing, 2012.
- Dulles, Avery. *Model-model Gereja*. Flores: Penerbit Nusa Indah, 1987.
- _____. *Church Models*. New York: Garden City, 1974.
- Eilers, Franz-Josef. *Berkomunikasi dalam Pelayanan dan Misi* (terj. Komsos KWI). Yogyakarta: Kanisius, 2008.
- Fearon, David and Georg Simmel. *The Sociology of Space*. Santa Barbara: Regents of University of California, 2004.
- Fuchs, Christian. *Social Media, a Critical Introduction*. London: SAGE, 2014.
- Gibbs, Eddy. *Kepemimpinan Gereja masa mendatang: membentuk dan memperbarui kepemimpinan yang mampu bertahan dalam zaman yang berubah*. Jakarta: BPK. Gunung Mulia, 2010.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 17*, Cet.ke 5, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.
- _____. *Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. (Cet.ke 3). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro 2006.
- Granfield, Patrick. *The Church and Communication*. Kansas City: Sheed & Ward, 1994.

- Hall, Kenneth A. *Social Media for Christian Ministry: Getting Online and Keeping out of Court*, London: Robertson Hall Insurance, 2012.
- Hardiman, F. Budi (ed). *Ruang Publik: Melacak Partisipasi Demokratis dari Polis sampai Cyberspace*. Yogyakarta: Kanisius, 2010.
- Heuken A. *Ensikloped Gereja Seri A-G*, Jakarta: Yayasan Cipta Loka Caraka, 1991.
- Hine, Christine. *Virtual Ethnography*. London : Sage Publication Ltd. 2001.
- Holmes, David. *Teori Komunikasi, Teknologi dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- J, Hanifan, L. "The Rural School Community Center", *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, (1916)67: 130-138.
- Junaedi, Fajar. *Komunikasi 2.0 ; Teoretisasi dan Implikasi. Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu (ASPIKOM)*.2011.
- Jerome, Daniella Zsupan. *Connected Towards Communion: The Church and Social Communication in the Digital Age*.Minnesota: Liturgical Press, 2014.
- Fearon, David and Georg Simmel. *The Sociology of Space*.Santa Barbara: Regents of University of California, 2004.
- Flew, Terry. *New Media: An Introduction*. New York: Oxford University Press, 2002.
- Fuchs, Christian, *Social Media, a Critical Introduction*, London: SAGE, 2014.
- Kriyantono, Rahmat. *Tehnik Praktis Riset Komunikasi. Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenandamedia Group, 2006.
- Kusno, Abidin. *Ruang Publik, Identitas dan Memori Kolektif*. Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2002.
- Latour, Bruno. *Reassembling the Social. An Introduction Actor-Network-Theory*. NewYork: Oxford University Press, 2005.
- Liliweri, Alo. *Komunikasi Antar Pribadi*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 1991.

- Littlejohn, W. Stephen and Karen A. Foss. *Theories of Human Communication*. Belmont California : Thomson Wadsworth. 2008.
- Littlejohn, W. Stephen and Karen A. Foss (ed). *Encyclopedia of Communication Theory*. London: SAGE Publications, 2009.
- Mardiamadja. *Eklesiologi Makna dan Sejarahnya*. Yogyakarta: Kanisius, 1986.
- Mann, Chris and Steward Fiona. *Internet Communication and Qualitative Research; Handbook Researching Daring*. London : Sage Publication ltd. 2002.
- Mannion, Gerard. *Ecclesiology and Postmodernity: Questions for the Church in Our Time*. Minnesota: Liturgical Press, 2007.
- Menconi , Peter. *The Intergenerational Church. Understanding Congregational From WWII to WWW.Com*. Littleton: Mt. Sage Publishing, 2010.
- McQuail, Denis. *Mass Communication Theory*. London : Sage Publications Ltd, 2010.
- Studi Institut Sejarah Gereja Kaliurang, Indonesia). *Perjumpaan Gereja Di Indonesia Dengan Dunianya Yang Sedang Berubah: Hasil Studi Institut Sejarah Gereja, 5-15 Juli 1993 Di Kaliurang : Dipersembahkan Bagi Sekolah-sekolah Theologia Dan Gereja-gereja Di Indonesia*. Jakarta: Persetia, 1995.
- Mullins, J. Todd. *Online Church: A Biblical Community*, Florida : Palm Beach Gardens, 2011.
- Nasrullah, Rulli. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta : Kencana, 2014.
- Natanael, Yonathan., Sufren. *Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014.
- Purba, R. Masri. *Sareb Memulai dan mengelola media Gereja dalam Terang Inter Marifica*, Jakarta: OBOR, 2010.
- Rogers, Everett. M. *Communication Technology: The New media in Society*. Toronto: The Free Press, 1986.

- Ross, Christine. *Being An Intergenerational Congregation*. Nebraska: Concordia University, 2007.
- Shield, Rob. *The Virtual*. London and New York : Routledge, 2003.
- Spyker Stephen, *Technology & Spirituality, How the Information Revolution Affects Our Spiritual Lives*. Woodstock: SkyLight Paths Publishing, 2007.
- Stokes, Jane. *How To Do Media and Cultural Studies*. London : Sage Publication Ltd. 2003.
- Straubahaard, Joseph., Robert LaRose and Lucinda Davenportan. *Media Now : Understanding Media, Culture, and Technology (7th Edition)*. Boston: Wadsworth, 2006.
- Soekanto, Soerjono dan, Budi Sulistyowati. *Sosiologi suatu Pengantar*. Jakarta: Rajawali Press, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitattif, Kuantitatif dan R & D (cet 7)*, Bandung: Alfabeta, 2009.
- _____. *Metode Penelitian Bisnis*, Cet.10. Bandung: Alfabeta, 2007.
- _____. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2010.
- _____. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2003.
- Slouka, Mark. *Ruang yang Hilang: Pandangan Humanis tentang Budaya Cyberspace yang Merisaukan* (ed.Indonesia), Jakarta: Penerbit Mizan, 1999.
- Sunyoto, Danang. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: MedPress 2009.
- Tardelly, Reynaldo Fulgentio. *Merasul Lewat Internet: Kaum Berjubah dan Dunia Maya*, Yogyakarta: Kanisius, 2009.
- Tindage, Ruddy dan Rainy MP Hutabarat. *Teologi, Komunikasi dan Rekonsiliasi*. Jakarta: Yakoma-PGI, 2009.

- Tsalatsa A, Yama'ah dan Van Koj, Rijnardus A, *Bermain dengan Api: Relasi antara Gereja-Gereja Mainstream Kalangan Kharismatik dan Pentakosta*. Jakarta: BPK. Gunung Mulia, 2007.
- Volf, Miroslav. *Exclusion and Embrace: A Theological Exploration of Identity, Otherness, and Reconciliation*. Nashville: Abingdon Press, 1996.
- Ward, Pete. *Liquid Church*. United State: Hendrickson Publisher, 2002.
- West, Richard and Lynn H Turner. *Introducing Communication Theory ; Analysis and Application*. New York : The McGraw Hill Companies Inc.2007.
- Word, Andrew F and Smit, Matthew J. *Daring Communication ; Linking technology, identity and Culture*. London : Lawrence Elbaum Associate Publisher. 2005.

Jurnal

- Androutsopoulos, Jannis. “ Introduction: Sociolinguistics and computer-mediated communication”, *Journal of Sociolinguistics* (10/4, 2006): 419–438.
- Ardevol, Elisenda. “Cyberculture: Anthropological perspectives of the Internet” , *Universitat Oberta de Catalunya*. Using anthropological theory to understand media forms and practices workshop Loughborough, 9th December, 2005
- Baruah, Trisha Dowerah. “Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study “. *International Journal of Scientific and Research Publications*, Volume 2, Issue 5, (May 2012):1-10.
http://www.ijsrp.org/research_paper_may2012/ijsrp-may-2012-24.pdf, diakses 28 maret 2018.
- Batlajeri, Agustinus M.L“ Konteks yang Mempengaruhi Eklesiologi Calvin”, *Waskita Jurnal Studi Agama dan Masyarakat*. Vol.II,No.1.(April 2014):119-135
- Blondheim, Menahem. “Media Theology: New Communication Technologies as Religious Constructs, Metaphors, and Experiences”. *Media & Society* 2017, Vol. 19(1)(2016):43-45

- Bolu, Christian A. "The church in the contemporary world: Information and communication technology in church communication for growth: A case study". *Media and Communication Studies*, Vol. 4(4), (April 2012):80-94. Diakses 18 Juni 2018. Available online at <http://www.academicjournals.org/JMCS>. dalam link journals.sagepub.com/home/nms.
- Brad J. Kallenberg. *God and Gadgets: Following Jesus in a Technological Age*. Cascade Books, 2011.
- Garcia, Isabel; Giuliani, Fernando; dan Wiesenfeld, Esther. 1999. "Community and Sense of Community: The Case of an Urban Barrio in Caracas". *Journal of Community Psychology*. Vol. 27, Issue 6, Nopember 1999 (h. 728-729)
- Geybels, Hans (Eds). *Faith and Media: Analysis of Faith and Media: Representation and Communication*, Brussel: P.I.E. Peter Lang, 2009.
- Gitowiratma, "Eklesiologi antara dogma dan iman yang hidup". *Jurnal filasafat dan teologi*, Vol. 14, Th. (2001):1-12.
- Groot, de Kees. "The church in liquid modernity: A sociological and theological exploration of a liquid church". *International Journal for the Study of the Christian Church*, 6(1) (2006): 91-103.
- Gunardi, Andy. "Pandangan Teilhard De Chardin: Agama Dan Evolusi". *Jurnal Humaniora* Vol.5. No.2.(Oktober 2014): 968-976.
- Hess, H."Transforming Traditions: Taking Popular Culture Seriously in Religious Education." *Religious Education* (2004a 99)(1): 86-94.
- Huang, Albert H. , David C. Yen , Xiaoni Zhang "Exploring the potential effects of emoticons. *Information & Management* 45 (2008):466–473 diakses tanggal 28 September 2017.
- Kaplan, Andreas. M. Michael Haenlein "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media", *Business Horizons* (2010):53, 59–68.

- Keele, John. Stephanie Iaquinto. "Faith-based Media Literacy Education: A Look at the Past with an Eye toward the Future", *The National Association for Media Literacy Education's, Journal of Media Literacy Education*. 4:1 (2012):12-31.
- Livingstone, Sonia "What is media literacy?" *Intermedia*, (2004): 32 (3).18-20.
- Mayopu, Richard G."Komunikasi Antar Personal Dalam Aktivitas Gereja" (Mutakhir atau Konvensional). *Pax Humana: Jurnal Humaniora Yayasan Bina Darma*. Vol.1.No.1. (Januari 2014): 119-132.
- Marc Prensky. "Digital Native and Digital Immigrants". *On the Horison*, vol.9.no.5, MCM University, 2001.
- Mardina, Riana. "Potensi Digital Natives Dalam Representasi Literasi Informasi Multimedia Berbasis Web Di Perguruan Tinggi". *Jurnal Pustakawan Indonesia*. Volume 11. No. 1.(1-11) diakses tanggal 20 Sptember 2017. *Jurnal Pustakawan Indonesia*.
- Janice, Nyssa." Kristologi Feminis: Sebuah Perspektif Eklesiologi Trinitaris". *Indonesian Journal of Theology* 4/2.(December 2016):172-193.
- Potter, W. James. " The State Of Media", *Broadcast Education Association Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2010.
- Ronda, Daniel. "Pemimpin Dan Media: Misi Pemimpin Membawa Injil Melalui Dunia Digital", *Jurnal Jaffray*, Vol. 14, No. 2.(Oktober 2016):1-10.
- Samuel, Hanneman. "Perspektif Sosiologis Peter Berger", Jakarta: UI, (1993):.9-15
- Setiawan, Rudy. "Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer Di Indonesia", *eJournal Ilmu Komunikasi*, Volume 1, Nomor 2 (2013): 355-374.
- Sianturi, Reymond Pandapotan. "Komunitas Virtual Kristen: Era Baru Eklesia dalam Konteks Virtual dan Kontribusinya Bagi Kebebasan Beragama di Indonesia". *Gema Teologi* Vol. 38, No. 1, (April 2014): 89-114..
- Sonia Livingstone, "What is media literacy?", *Intermedia*, 32 (3)(2004):18-20.
- Subchan, "Implikasi Etis dari Teknologi Informasi (Sistem Komputerisasi) Di Dalam Corporate / Business". *Jurnal Dharma Ekonomi – No. 38/ Th. Xx/ (Oktober 2013):1-8.*

Snyder, Howard. "Model-Model Kerajaan Allah: Memilah-milah Makna Praktis Pemerintahan Allah bagi Masyarakat, Institute for Community and Development Studies Diterjemahkan dari Transformation, Vol. 10, No. 1(January 1993):34-49.

Suryadi, "Peran Media Massa dalam Membentuk Realitas Sosial", Jurnal Academia Fisip Untad Vol.03. No 02. (2011): 634-646.

Syahra, Rusydi."Modal Sosial: Konsep dan Aplikasi". Jurnal Masyarakat dan Budaya. Volume 5.No. 1.(2003):1-12.

Tutiasri, Ririn Puspita. "Komunikasi Dalam Komunikasi Kelompok", Channel, Vol. 4, No. 1, (April 2016): 81-90

Wati Setya, Errika Dwi. "Komunikasi dan Media Sosial" (Communications and Social Media). Jurnal The Messenger, Volume III, Nomor 1, Edisi Juli 2011.

Buku-Artikel *Online/Internet*:

Anthony Mayfield, *What is Social Media*, an e-book from iCrossing, 2008, h. 5, diakses 6 September 2017.
https://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf

Bakri, A Hadi Solichul. "Kultur Generasi Z", shadibakri.uniba.ac.id/wp-content/uploads/2017/03/KULTUR-GENERASI-Y.pdf. Diakses tanggal 18 September 2017

Persekutuan Gereja-Gereja Di Indonesia, "Warga Gereja Merespon Revolusi Media Sosial". Panduan Bermedia Sosial, 2018 dalam <https://pgi.or.id/wp-content/uploads/2018/06/Buku-Saku-Panduan-Bermedsos.pdf>

Kallenberg, Brad J. "God and Gadgets: Following Jesus in a Technological Age" Religious Studies Faculty Publications. (2011). Paper 62.
http://ecommons.udayton.edu/rel_fac_pub/62

- Leonard , Victoria. *An Introduction to Interpersonal Communication: A Primer on Communication Studies* (Ed). the Creative Commons by-nc-sa 3.0 license, 2012, dalam <https://www.canyons.edu/Offices/.../OER/.../COMS%20246%20DRAFT%203.pdf> Diakses tanggal 28 Maret 2018.
- Pontifical Council For Social Communications, dalam www.vatican.va/roman_curia/.../rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_en.html. Diakses tanggal 10 Juni 2018.
- Montfort, Nick Noah., Wardrip-Fruin (ed). “New Media from Borges to HTML” Introduction to The New Media Reader. (Cambridge, MA: The MIT Press, (2003):13-25. (From author’s site: www.manovich.net).
- Secher, Anders . *Communication in Social Media, The Starbucks Experience*. A Thesis by Anders Secher MA in International Business Communication, https://projekter.aau.dk/projekter/files/73454597/Communication_in_Social_Media_The_Starbucks_Experience.pdf, diakses tanggal 28 Maret 2018.
- Smith, Thomas Aaron. “Living Among The Urban Poor: The Practices And Approaches Of Incarnational Ministry”, A Dissertation Submitted To The Faculty In Candidacy For The Degree Of Doctor Of Ministry, Seattle, Washington, 2012.
- Potter, W. James. “ The State Of Media”, *Broadcast Education Association Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 2010.
- Rheingold, Howard.” *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*”. Reading: Addison Wesley, 1993
- Stepherds, Stafford “Ethical issues when using social media”, Based on the Law Institute of Victoria’s ‘Guidelines on the Ethical use of Social Media’.published 29 November 2012.
- Muhammad Rofiudin, “Etika di Media Sosial”, Wacana, Suara merdeka, 3 Desember 2016.
- Setyawan, Yusak B. “Gereja Sebagai Komunitas Ekologi: Eklesiologi Dalam Konteks Krisis Ekologi Di Indonesia”. Makalah disampaikan pada Konsultasi Nasional Mahasiswa Teologi Indonesia (KNMTI), Banjarmasin, 25-29 Oktober 2016.

Mardiatmadja, B.S. "Gereja Indonesia Menyongsong Tahun 2000" dalam Gereja Indonesia Pasca-Vatikan II.

Ibnu Hamad, "Kekuatan Media dalam Membentuk Realitas Sosial", Jakarta: UI, 2001.

"Web.2.0" dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Web_2.0. diakses tanggal 18 September 2017.

"Media baru" dalam https://id.wikipedia.org/wiki/Media_baru. Diakses tanggal 12 November 2017.

Istiyanto, S. Bekt. "Telepon Genggam Dan Perubahan Sosial" (Studi Kasus Dampak Negatif Media Komunikasi dan Informasi Bagi Anak-Anak di Kelurahan Bobosan Purwokerto Kabupaten Banyumas),

dalam www.jurnal-iski.or.id/index.php/jkiski/article/view/36. Diakses 11 April 2018

"Pemimpin yang proaktif" dalam www.dunamis.co.id/product/article/31, diakses 17 Mei 2018

Adiprasetya, Joas. "Relevan dan Signifikan", Situs Komunitas Jemaat. Gereja Kristen

Indonesia. Pondok Indah Jakarta, dalam <http://gkipi.org/relevan-dan-signifikan/>, diakses Tanggal 26 Juni 2018.

Bertram, Dane." Likert Scales ...are the meaning of life", h.1. dalam <http://poincare.matf.bg.ac.rs/~kristina/topic-dane-likert.pdf>

Buck, "Nick." Membantu para pemimpin agama menjadi cermat teologis tentang teknologi", dalam <http://www.cpx.cts.edu/newmedia>,. diakses tanggal 25 Juni 2018.

Caston, Jason. "How the Church Can Reach Digital Natives and Millennials - The Future of the Church and Tech (5, 10, 25 years from now)", dalam <http://www.lifeway.com/churchtech/2016/01/11/how-the-church-can-reach-digital-natives-and-millennials-the-future-of-the-church-and-tech-5-10-25-years-from-now/>, diakses tanggal 24 Juli 2018.

Cohn, Carolyn. " Social Media Ethics and Etiquette" dalam <https://www.compukol.com/social-media-ethics-and-etiquette>, diakses tanggal 2 Juni 2018.

Ethics In Internet "dalam Pontifical Council For Social Communications, dalam [www.vatican.va/ roman_curia/.../rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_en.html](http://www.vatican.va/roman_curia/.../rc_pc_pccs_doc_20020228_ethics-internet_en.html).

Eilers, Franz-Josef. "Communication Theology Some considerations" h. 1. Dalam http://www.freinademetzcenter.org/pdf/Communication_Theology. Diakses tanggal 25 Maret 2018.

Indalecio, Tina; "The Deliberate Nonverbal Communication Tool in Computer Mediated Communications . Emoticons are not only fun to use but maybe beneficial". Dalam <https://www.psychologytoday.com/.../the-deliberate-nonverbal-communication-tool-i>. diakses tanggal 28 September 2017.

Kallenberg, Brad, "God and Gadgets: Following Jesus in a Technological Age" (2011). Religious Studies Faculty Publications. Paper 62. http://ecommons.udayton.edu/rel_fac_pub/62

Mora, Lori. "Membangun komunitas daring seperti komsel Gereja" dalam https://www.jawaban.com/read/article/id/2017/06/28%2011:00:00/90/170628101407/akhirnya_mark_zuckerberg_beberkan_ide_bangun_komunitas_daringnya_seperti_komsel_gereja. Diakses 12 November 2017.

"Media Sosial" http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial, diakses 17 September 2017.

Mohler, Albert. "The Christian Leader in the Digital Age," diakses 20 Juni 2018, <http://www.albertmohler.com/2014/02/19/the-christian-leader-in-the-digital-age-2/> , diakses 18 Juli 2018.

Murtiana, Tri. "Masyarakat Postmodern: Karakteristik dan Permasalahannya" Kompasiana 12 Oktober 2016, dalam <https://www.kompasiana.com/>, diakses tanggal 5 Juni 2018.

Noviandri, Lina. "[infografis] Statistik Pengguna Internet dan Media Sosial Terbaru di Indonesia" dalam <https://id.techinasia.com/talk/statistik-pengguna-internet-dan-media-sosial-terbaru-di-indonesia>, diakses tanggal 07 September 2017.

"Pengguna Internet di Indonesia" dalam <http://tekno.kompas.com/read/2016/10.24//15064727/2016.pengguna.internet.di.indonesia.capai.132.juta>, diakses tanggal 8 September 2017.

Persekutuan Gereja-gereja di Indonesia, "merumuskan kembali arti persekutuan" . Berita Oikumene, Mei 2016, dalam <https://anzdoc.com/dalam-gelombang-era-digital.html>, diakses 21 Juli 2018

Stepherds, Stafford. "Ethical issues when using social media", Based on the Law Institute of Victoria's 'Guidelines on the Ethical use of Social Media' (published 29 November 2012)

Rosenwald, Michael S. "Can Facebook Help Overcome Shyness?" Washington Post (February 12, 2011), dalam http://www.washingtonpost.com/local/can-facebook-help-overcomeshyness/2011/02/12/ABxotpQ_story.html, diakses tanggal 15 Juni 2018.

Wibawanto, Hari. "Generasi Z dan Pembelajaran di Pendidikan Tinggi", Univeritas Negeri Semarang. <http://event.elearning.itb.ac.id/assets/download/materi3.pdf>. Diakses 18 September 2017

Worl Council of Churches, "The Church - Towards a Common Vision Faith and Order Commission 2012", Central Committee 28 August – 5 September 2012

Worl Council of Churches, "The Church - Towards a Common Vision Faith and Order Commission 2012", Central Committee 28 August – 5 September 2012.

Walker, Chris Stokel. “Bagaimana ponsel pintar dan media sosial mengubah umat Kristen?” dalam www.bbc.com/indonesia/vert-fut-39252742.

Stetzer, Ed. “3 Ways Social Media Benefits Church Leaders,” dalam <http://www.christianitytoday.com/edstetzer/2015/february/3-ways-social-media-benefits-church-leaders.html>

Rhainer, Tom. “Seven Warnings For Church Leaders Who Use Social Media” dalam <https://thomrainer.com/2014/08/seven-warnings-church-leaders-use-social-media>

Setiawan, Diah., Sakina Rakhma. “Tahun 2017, Pengguna Internet di Indonesia Mencapai 143,26 Juta Orang” dalam <https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/161115126/tahun-2017-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-14326-juta-orang>, diakses tanggal 8 September 2017.

© UKDW