

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Peneliti mengawali tinjauan pustaka ini dengan melakukan tinjauan penelitian terdahulu yang Peneliti merasa ada keterkaitan dan kesamaan dengan penelitian yang pernah dilakukan. Peneliti menemukan beberapa judul yang mempunyai kesamaan dengan judul Peneliti. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu sebagai acuan bagi Peneliti.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Jeremia Engelita Wakas	Steven Akwila Sanger	Wahyu Purwadi Utomo Ragil	Wellem Sairwona	David Steven
Universitas	Institut Agama Kristen Negeri Manado	UPN “Veteran” Jawa Timur	UPN “Veteran” Jawa Timur	Universitas Kristen Indonesia	Universitas Komputer Indonesia
Tahun Penelitian	2021	2022	2021	2017	2022
Judul Penelitian	Komunikasi Persuasif Pendeta dalam Menyampaikan Firman Tuhan di Media Sosial <i>Instagram</i>	Strategi Komunikasi Paster Terhadap Jemaat Tentang Ajaran Kasih Karunia di Gereja YHS Surabaya	Strategi Komunikasi Organisasi GKJW (Gereja Kristen Jawi Wetan) dalam Menjalin Hubungan Antar Pemuka Agama Melalui KAUM (Komisi Antar Umat) di Malang	Kajian Teologis Penyampaian Firman Tuhan dan Pengaruhnya Bagi Pertumbuhan Jemaat	Strategi Komunikasi Pendeta dalam Motivasi Jemaat Beribadah di Gereja Pantekosta Indonesia (GPI) Bandung Jawa Barat Pada Masa Pandemi Covid-19
Metode Penelitian	Studi Deskriptif Kualitatif	Studi Deskriptif Kualitatif	Studi Deskriptif Kualitatif	Studi Deskriptif Kualitatif	Studi Deskriptif Kualitatif

<p style="text-align: center;">Hasil Penelitian</p>	<p>Strategi komunikasi persuasif dapat membantu meningkatkan penerimaan pesan Firman Tuhan di kalangan audiens <i>Instagram</i>. Studi ini memfokuskan pada analisis metode yang digunakan oleh para pendeta dalam menyampaikan pesan-pesan religius di media sosial, serta dampaknya terhadap pemahaman dan keterlibatan pengikutnya. Teknik komunikasi persuasif termasuk pemilihan bahasa yang mudah dipahami dan relevansi pesan dengan kehidupan sehari-hari pengikut, yang memperkuat keterhubungan antara pengikut dan nilai-nilai spiritual yang disampaikan. Penelitian ini juga menyoroti penggunaan visual dan interaksi aktif untuk memperkuat pesan, memperlihatkan efektivitas pendekatan yang lebih personal dan interaktif dalam menyampaikan Firman Tuhan di <i>platform</i> digital seperti <i>Instagram</i></p>	<p>Doktrin Kasih Karunia yang disampaikan melalui strategi komunikasi ini memberikan dampak positif, seperti peningkatan kedewasaan spiritual dan pola pikir jemaat dalam menghadapi masalah rohani. Jemaat juga lebih mengandalkan Tuhan dan memiliki pemahaman yang lebih matang tentang ajaran Alkitab dan Khotbah yang menggunakan pendekatan induktif membantu jemaat lebih mudah memahami dan mengaplikasikan ajaran dalam kehidupan sehari-hari serta Jemaat terlibat dalam diskusi dan aktivitas gereja, yang memperkuat pemahaman dan penerapan doktrin</p>	<p>KAUM berperan sebagai penggerak kegiatan interfaith yang efektif dalam membangun silaturahmi antar umat beragama. Strategi komunikasi yang diterapkan melibatkan pendekatan dialogis, penghargaan terhadap perbedaan, serta pengorganisasian kegiatan yang mendukung kebersamaan. Hal ini mendorong masyarakat untuk saling menghargai, menghormati, dan bekerja sama meskipun terdapat perbedaan agama serta KAUM mampu meminimalisir konflik atas nama agama dengan menanamkan nilai-nilai toleransi dan kerja sama di masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya merawat keberagaman dan membangun hubungan yang harmonis antar umat beragama</p>	<p>Terdapat Hubungan antara pemberitaan Firman Tuhan dan pertumbuhan iman jemaat adalah logis (bisa dijelaskan secara rasional), spiritual (menyentuh aspek kehidupan rohani), dan adikodrati (melibatkan intervensi Ilahi) serta Pemberitaan Firman Tuhan membawa perubahan positif pada kehidupan jemaat, memperkuat iman, serta membentuk moralitas berdasarkan kebenaran Alkitab. Jemaat menjadi lebih sadar akan panggilan hidup kudus dan persekutuan dengan Allah. Persekutuan bukan hanya sarana mendalami firman, tetapi juga menjadi tempat penguatan iman secara kolektif. Jemaat yang terlibat aktif dalam persekutuan mengalami pertumbuhan spiritual yang lebih baik dan Firman Tuhan memiliki kuasa untuk mengubah kehidupan, menguatkan jemaat dalam menghadapi tantangan iman, dan membentuk mereka menjadi saksi Kristus di dunia</p>	<p>Perencanaan meliputi persiapan bahan khotbah, kerangka khotbah, pemilihan ilustrasi, serta integritas kehidupan pendeta. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan jemaat serta Pendeta bertujuan untuk membantu jemaat bertumbuh dalam iman, tertanam dalam komunitas gereja, melayani, dan menyembah Tuhan bersama-sama. Pendeta juga fokus membimbing umat sekuler untuk percaya kepada Tuhan. Pesan yang disampaikan oleh pendeta bersifat informatif, persuasif, dan komunikatif. Ini membantu jemaat lebih memahami dan merespons pesan dengan baik, strategi komunikasi secara keseluruhan berjalan sesuai harapan. Perencanaan yang matang melalui berbagai kegiatan, pesan, dan media berkontribusi pada pencapaian tujuan pendeta</p>
--	--	--	--	---	--

Perbedaan Penelitian	Penelitian ini menunjukan bagaimana komunikasi persuasif Pendeta mampu meningkatkan penerimaan pesan terhadap audiens <i>Instagram</i>	Penelitian ini berfokus kepada sebuah ajaran dan mengidentifikasi dampak terhadap jemaat apakah berdampak baik atau tidak	Penelitian ini berfokus kepada strategi komunikasi sebuah gereja melalui program KAUM untuk menjaga kerukunan antar umat beragama	Penelitian ini berfokus terhadap pertumbuhan jemaat secara jumlah dan hidup dalam kelompok Nasrani	Penelitian ini berfokus kepada bagaimana gereja menggugah umatnya unuk beribadah sekalipun dalam keadaan terisolasi oleh Covid-19
-----------------------------	--	---	---	--	---

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.1.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian informasi, ide, gagasan, atau perasaan dari satu pihak ke pihak lainnya dengan tujuan mencapai pemahaman bersama. Komunikasi dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti bahasa lisan, tulisan, isyarat, dan simbol, serta dapat melibatkan berbagai media.

“Komunikasi adalah proses berbagi makna melalui perilaku verbal dan nonverbal yang dilakukan oleh dua orang atau lebih” (Dedy, 2016)

Sementara secara etimologis, kata "komunikasi" berasal dari bahasa Latin, yaitu *communicatio* dan *communicare*. Kata *communicatio* berarti "pemberitahuan" atau "pertukaran," sementara *communicare* berarti "berbagi" atau "menjadi milik bersama”.

Menurut (Hafied Cangara, 2015) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan sebuah cara penyampaian pesan dari pembicara kepada pendengar secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi juga diartikan sebagai salah satu bentuk interaksi manusia dan saling berpengaruh mempengaruhi satu dengan yang lain baik secara sengaja atau tidak baik secara verbal maupun non-verbal.

Proses terjadinya komunikasi diawali dari pikiran pengirim pesan yang akan menyampaikan pesan atau informasi kepada penerima pesan dan selanjutnya

dilambangkan dengan berupa isyarat, selanjutnya menggunakan transmisi berupa media dan perantara sehingga pesan dapat diterima oleh penerima pesan. Komunikasi dapat dikatakan berhasil ketika pengirim dan penerima pesan dapat saling mengerti pesan atau informasi yang disampaikan (Solihat et al., 2016). Komunikasi lainnya yang digunakan dalam Yayasan Open Heaven adalah komunikasi personal yang berarti komunikasi personal adalah proses pertukaran pesan antara dua orang atau lebih yang berlangsung secara langsung maupun tidak langsung, dengan tujuan membangun hubungan sosial, memahami satu sama lain, serta berbagi informasi, emosi, dan gagasan seperti yang diutarakan (Prof. Dr. Alo Liliweri, 2017)

2.1.1.2 Tujuan Komunikasi

Komunikasi memiliki berbagai tujuan, tujuan komunikasi oleh para ahli bertujuan untuk individu meningkatkan kemampuan berkomunikasi secara baik didepan umum maupun antar individu. Berikut merupakan beberapa tujuan dalam berkomunikasi (Didik Hariyanto, 2021):

1. Memberikan informasi dari pemberi pesan kepada penerima pesan secara jelas sehingga penerima pesan mengerti sebuah pesan atau informasi yang disampaikan
2. Mempengaruhi sikap, perilaku, dan pendapat orang lain sesuai dengan harapan pemberi pesan
3. Menyampaikan emosi kepada orang lain seperti perasaan senang, marah, kecewa, tertekan, dan sebagainya.

4. Membangun hubungan sosial atau keterikatan emosional baik antar individu maupun antar kelompok
5. Meyakinkan orang lain untuk menyetujui sesuai berupa ide, pendapat, atau pandangan yang diberikan pemberi pesan

2.1.1.3 Fungsi Komunikasi

Komunikasi tentu memiliki fungsi yang terdapat didalamnya, menurut (Onong Uchjana, 2019) terdapat 4 fungsi komunikasi diantaranya:

1. Fungsi Informasi, Komunikasi berperan untuk menyampaikan informasi kepada seorang individu atau kelompok. Fungsi ini dapat membantu memperoleh data, fakta dan wawasan baru dalam memperluas pengetahuan dan pemahaman akan sebuah topik dan peristiwa
2. Fungsi Sosialisasi, Komunikasi mampu membuat seorang individu belajar tentang norma, nilai, dan budaya dalam masyarakat. Fungsi ini membantu individu memahami bagaimana cara berperilaku dan berinteraksi didalam sebuah komunitas atau masyarakat sehingga dapat menjadi anggota yang efektif
3. Fungsi Persuasi, Fungsi ini memampukan komunikasi untuk mempengaruhi suatu sikap, pandangan, dan perilaku orang lain. Dengan teknik persuasif individu atau kelompok mampu dibujuk untuk memiliki sudut pandang yang sama atau melakukan tindakan tertentu mengikuti apa yang diinginkan penyampai pesan. Contoh penggunaan komunikasi ini biasanya didalam sebuah periklanan, kampanye, atau propaganda

4. Fungsi Pendidikan, Fungsi ini bertujuan untuk mendidik, mengajarkan, dan menyampaikan pengetahuan dari pengirim pesan kepada penerima pesan biasanya digunakan didalam instansi pendidikan

2.1.1.4 Hambatan dalam Komunikasi

Proses komunikasi tidak bisa berjalan lancar begitu saja karena dalam komunikasi pasti akan ada hambatan tertentu, hambatan tersebut bisa terjadi secara teknis maupun gangguan secara langsung yang dialami oleh pemberi pesan maupun penerima pesan. Menurut (Hafied Cangara, 2015) gangguan komunikasi terbagi menjadi delapan macam yaitu:

1. Gangguan teknis, gangguan ini terjadi saat sebuah alat komunikasi yang digunakan mengalami gangguan secara teknis sehingga menyebabkan informasi tidak tersampaikan dengan jelas
2. Gangguan Semantik, gangguan yang terjadi ketika ada kesalahan penggunaan bahasa yang digunakan sehingga menyebabkan komunikasi terhambat
3. Gangguan Psikologis, gangguan ini terjadi karena persoalan didalam diri penyampai pesan atau penerima pesan sehingga menyebabkan pesan informasi tidak tersampaikan dengan baik
4. Gangguan Fisik dan Organik, gangguan yang disebabkan oleh penerima pesan atau pemberi pesan memiliki cacat fisik tertentu seperti gangguan pendengaran atau bicara

5. Rintangan Status, gangguan yang terjadi karena ada jarak sosial antara pemberi pesan atau penerima pesan sehingga menyebabkan komunikasi yang tidak efektif
6. Rintangan Kerangka Berpikir, gangguan yang terjadi karena adanya perbedaan cara berpikir serta persepsi pemberi pesan atau penerima pesan
7. Rintangan Budaya, gangguan yang terjadi karena ada bedanya perbedaan norma, nilai, serta kebiasaan antara pemberi pesan maupun penerima pesan
8. Rintangan Birokrasi, gangguan yang terjadi karena adanya tatanan struktur organisasi, seringkali terjadi didalam struktur pemerintahan atau organisasi sehingga pesan yang disampaikan tidak sampai dengan jelas antar tatanan organisasi.

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Organisasi

2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi menurut (Katz & Kahn, 1978) adalah arus informasi, pertukaran informasi, dan pengertian yang terjadi di antara anggota organisasi sebagai bagian dari suatu sistem sosial yang terstruktur. Komunikasi organisasi melibatkan pengaliran informasi yang terjadi di berbagai tingkat dalam organisasi secara vertikal (atas-bawah atau bawah-atas) atau horizontal (antar anggota). Komunikasi mengalir secara dua arah dengan adanya pertukaran ide maupun pendapat sehingga menimbulkan komunikasi yang efektif dalam mencapai tujuan organisasi.

Sementara menurut (Keyton, 2017) komunikasi organisasi adalah sebuah proses dalam menafsirkan, bertukar, menciptakan serta menumpan pesan dalam suatu sistem pada hubungan manusia didalam sebuah organisasi. Komunikasi organisasi dimulai dengan adanya penyusunan sebuah pesan yang dapat berupa instruksi, ide, informasi maupun panduan dalam mencapai tujuan tertentu. Komunikasi organisasi terjadi didalam jaringan antar individu didalam sebuah organisasi yang memungkinkan sebuah organisasi untuk berinteraksi, memahami, dan bekerjasama dengan sebuah struktur yang tersusun.

Menurut (Jones, 2010) komunikasi organisasi merujuk kepada sebuah aliran informasi yang terstruktur didalam sebuah organisasi untuk memastikan efisiensi dan keselaran dengan tujuan yang ingin dicapai. Komunikasi dalam sebuah organisasi terjadi secara teratur dengan mengikuti alur yang ditentukan oleh organisasi dengan bertujuan informasi mengalir melalui saluran yang benar untuk mencapai tujuannya.

Maka daripada itu Peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah sebuah aliran komunikasi yang terjadi didalam sebuah organisasi dengan keteraturan yang ditetapkan oleh organisasi untuk mencapai tujuan daripada organisasi tertentu.

2.1.3.2 Karakteristik Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi tentu memiliki karakteristik khusus dibandingkan komunikasi lain, berikut merupakan karakteristik komunikasi organisasi menurut (Jones, 2010) adalah dengan bersifat terstruktur yang dapat diartikan bahwa komunikasi organisasi terjadi dalam sebuah kerangka kerja formal yang disusun

oleh sebuah organisasi dalam mencakup jalur, aturan, dan mekanisme yang mengatur aliran informasi didalam sebuah organisasi. Jalur yang ditetapkan bersifat vertikal dan horizontal. Vertikal berarti merujuk kepada aturan dari atas ke bawah (manajemen kepada bawahan berupa instruksi) dan bawah keatas (laporan hasil maupun saran)

Komunikasi organisasi juga menetapkan aturan-aturan yang tertulis seperti standar operasional (SOP) dan juga saluran yang digunakan dalam mengalirkan sebuah pesan (email, rapat, atau memo), hal ini dapat menguntungkan diantaranya:

1. Efisiensi, informasi mengalir melalui saluran yang telah diatur sehingga meminimalisir kebocoran informasi
2. Kejelasan, struktur membantu aliran informasi mengurangi kesalahpahaman karena sudah mengikuti aturan tertentu
3. Akuntabilitas, informasi yang dialirkan mampu dilacak dan dipertanggungjawabkan

2.1.4 Tinjauan Tentang Strategi

2.1.4.1 Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari Bahasa Yunani klasik “*stratos*” yang artinya tentara dan “*agein*” yang artinya memimpin. Dengan demikian strategi memiliki arti memimpin sebuah tentara dan muncul juga kata *strategos* yang artinya pemimpin tentara pada tingkat atas. Jadi berarti kata strategi adalah konsep dalam militer yang bisa diartikan sebagai seni perang atau strategi dalam memenangkan sebuah peperangan.

Strategi pada awalnya merupakan sebuah manajemen dan perencanaan untuk mencapai target atau tujuan tertentu. Strategi komunikasi diharapkan mampu menunjukkan bagaimana pelaksanaan operasional dalam suatu sistem secara baik dan praktis (Onong Uchjana, 2019)

Maka daripada itu peneliti menyimpulkan bahwa strategi merupakan sebuah perencanaan dalam mencapai sebuah tujuan tertentu yang diinginkan oleh suatu perusahaan maupun lembaga dalam mencapai tujuan

2.1.4.2 Tipe-tipe Strategi

Setiap organisasi pasti memiliki strategi yang berbeda untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, maka daripada itu berikut merupakan tipe-tipe strategi yang dapat digunakan menurut (Doembana & Rahmat, 2019)

1. *Corporate Strategy* (Strategi Organisasi). Tipe strategi ini berkaitan dengan pembentukan dan perumusan daripada visi, misi, tujuan, nilai dan insiatif daripada strategi baru. Strategi ini berfokus kepada tujuan organisasi dan pemimpin memiliki peran penting dalam mewujudkan berjalannya visi, misi, dan tujuan dari organisasi.
2. *Program Strategy* (Strategi Program). Tipe strategi ini berfokus kepada memberikan perhatian terhadap implikasi sebuah strategi atau program yang akan dilakukan melihat pertimbangan dampak daripada suatu program.
3. *Resource Support Strategy* (Strategi Pendukung Sumber Daya). Tipe strategi ini berpusat kepada bagaimana mencapai potensi maksimal dalam sumber daya yang tersedia untuk meningkatkan kualitas daripada kinerja

dari sebuah organisasi yang berbentuk tenaga, keuangan, teknologi, pengetahuan, dsb.

4. *Institutional Strategy* (Strategi Kelembagaan). Tipe strategi ini berfokus pada pengembangan kemampuan organisasi untuk menjalankan inisiatif daripada strategi dan memanfaatkan unsur kelembagaan seperti organisasi, kewenangan, serta standar operasional sebuah lembaga untuk memudahkan lembaga mengembangkan inisiatif organisasi.

2.1.5 Tinjauan Strategi Komunikasi

2.1.5.1 Definisi Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah serangkaian proses untuk mencapai tujuan komunikasi dengan menggunakan cara yang paling efektif. Strategi ini mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi komunikasi. Elemen-elemen penting yang diperhatikan meliputi pemahaman audiens, perumusan pesan, pemilihan media, serta metode penyampaian pesan agar komunikasi dapat berjalan secara efisien dan memberikan dampak maksimal (Cangara, 2017)

Komunikasi adalah proses ketika terdapat dua orang atau lebih melakukan pertukaran informasi secara verbal maupun non-verbal dengan satu sama lainnya (Cangara, 2017)

Strategi komunikasi dapat diartikan sebagai kombinasi perencanaan komunikasi dan pelaksanaan komunikasi untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi ini mencakup penentuan komunikator, penyusunan pesan, pemilihan media, serta evaluasi hasil untuk memastikan efektivitas komunikasi (Cangara, 2017)

Maka daripada itu Peneliti menyimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah sebuah cara dalam perencanaan komunikasi dalam mencapai sebuah tujuan tertentu yang diharapkan baik oleh organisasi atau sebuah lembaga tertentu

2.1.5.2 Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi tentu memiliki tujuan yang ingin dicapai oleh pihak tertentu. Pada umumnya strategi komunikasi digunakan oleh lembaga maupun yayasan tertentu dalam mengkomunikasikan visi dan misi perusahaan. Berikut merupakan tujuan strategi komunikasi menurut (Zuwirna, 2020):

1. Menyampaikan Informasi, strategi komunikasi dirancang untuk memastikan bahwa informasi penting dapat disampaikan kepada audiens secara jelas dan tepat serta relevan dan dipahami audiens
2. Mempengaruhi Sikap dan Perilaku, strategi komunikasi digunakan untuk memengaruhi sikap, pendapat, atau perilaku audiens
3. Meningkatkan Pemahaman, strategi komunikasi digunakan untuk memahami pesan yang disampaikan, terutama ketika pesan tersebut bersifat kompleks atau baru
4. Membangun Hubungan, strategi komunikasi digunakan untuk membangun dan memelihara hubungan baik antara pengirim pesan dan penerima pesan
5. Membangun Citra, strategi komunikasi digunakan untuk membangun citra positif di mata audiens
6. Mendukung Pengambilan Keputusan, strategi komunikasi digunakan untuk pengambilan keputusan dengan memberikan informasi yang akurat dan relevan

7. Mengatasi Hambatan Komunikasi, mengatasi hambatan dalam proses komunikasi, seperti perbedaan budaya, bahasa, atau persepsi

2.1.5.3 Langkah Strategi Komunikasi

Dalam penerapan strategi komunikasi tentu ada beberapa langkah-langkah yang perlu diambil. Berikut merupakan langkah-langkah strategi komunikasi menurut (Arifin, 1994):

1. Menentukan tujuan komunikasi, dalam mencapai hasil yang diinginkan maka tujuan perlu ditentukan dalam memberikan informasi, memengaruhi, membujuk, atau mengubah sikap dan perilaku audiens
2. Mengenal audiens, pemberi pesan harus memahami dan mengenal audiens dari berbagai aspek seperti demografi, psikografis, kebutuhan, dan preferensi mereka
3. Menyusun pesan, pesan harus dirancang dengan baik, jelas, dan relevan bagi penerima pesan
4. Memilih media komunikasi, pengirim pesan harus memilih media yang tepat dalam memberikan pesan. Media yang dapat dipilih antara lain televisi, radio, surat kabar, dan media digital
5. Menentukan tempat dan waktu komunikasi, pengirim pesan harus memilih momen yang tepat untuk mengirimkan informasi
6. Melakukan umpan balik, pengirim pesan harus melakukan umpan balik untuk melihat sejauh mana pesan dipahami dan diterima oleh penerima pesan untuk meningkatkan efektifitas komunikasi

7. Evaluasi hasil komunikasi, pengirim pesan melakukan evaluasi terhadap pencapaian tujuan, respons audiens, serta kekuatan dan kelemahan strategi komunikasi.

2.1.6 Tinjauan Firman Tuhan

2.1.6.1 Pengertian Firman Tuhan

Firman Tuhan menurut alkitab adalah perkataan Allah atau perintah Allah yang diilhamkan oleh Roh Kudus. Kata “firman” berasal dari bahasa ibrani *daavar* yang berarti "hal yang ada di belakang". dalam pengertian tertentu, kata ini merujuk kepada "kamar di belakang rumah", yaitu tempat yang maha kudus di bait suci, sementara menurut KBBI (Kemdikbud, 2021) kata “firman” berarti perintah atau ucapan Tuhan.

Firman Allah menurut Alkitab adalah yang awal dari semua yang ada seperti yang dikutip dari ayat perjanjian baru Yohanes 1:1 “Pada mulanya adalah Firman, dan Firman itu bersama-sama dengan Allah, dan Firman itulah juga Allah”. Dapat disimpulkan bahwa “firman Allah” menurut agama Nasrani bahwa firman Tuhan adalah sebuah kata-kata yang keluar dari mulut Allah berupa pernyataan atau perintah Allah.

Firman Allah menjadi makanan pokok dalam sebuah ibadah umat Nasrani, dimana pendeta akan membagikan firman Allah dalam waktu kurang lebih 60 menit dengan membuka ayat-ayat Alkitab dan memberikan penjelasan akan makna firman tersebut melalui point-point penting untuk direnungkan oleh jemaat. Firman Allah tidak bisa lepas dari kehidupan umat Nasrani karena menjadi dasar bagaimana umat

Nasrani hidup dan berperilaku sesuai dengan perintah Allah. Pemahaman akan firman Tuhan merupakan hal fundamental untuk menjalani kehidupan sesuai dengan firman Tuhan, pemahaman berasal dari kata paham. dalam Kamus Besar bahasa Indonesia paham dapat diartikan sebagai proses, cara, atau perbuatan memahami atau memahamkan. Pemahaman secara umum dapat didefinisikan sebagai proses mental yang melibatkan kemampuan untuk mengerti, menafsirkan, dan menggunakan informasi. Sementara Menurut (Smith, 2012) pemahaman ditekankan sebagai proses yang aktif melibatkan interaksi antara pembaca dengan teks serta dijelaskan bahwa pemahaman bukan hanya mengenai makna yang diterima pembaca/pendengar melainkan dapat membangun makna dari informasi yang disampaikan

Peneliti menyimpulkan bahwa pemahaman adalah sebuah proses didalam diri seorang individu yang melibatkan kemampuan untuk mengerti sebuah informasi dan menangkap pesan yang disampaikan

Pemahaman akan firman Tuhan dapat diartikan sebagai bagaimana seseorang dapat menerima informasi kebenaran Alkitab yang disampaikan hamba Tuhan dan mampu untuk mengerti serta mengimplementasikan pemahaman tersebut didalam kehidupannya

Pemahaman terbagi dalam berbagai jenis dan kategori seperti yang dijelaskan dalam (Smith, 2012):

1. Pemahaman Literal, merupakan pemahaman dasar yang melibatkan kemampuan dalam memahami sebuah informasi pada sebuah pesan.

2. Pemahaman Inferensial, merupakan pemahaman yang dengan kemampuan menarik kesimpulan daripada sebuah informasi.
3. Pemahaman Kritis, merupakan pemahaman yang mencakup analisis dan evaluasi serta beragumen dalam sebuah informasi.
4. Pemahaman Konseptual, merupakan pemahaman yang mencakup penggabungan daripada informasi maupun ide-ide dengan konsep yang lebih luas.
5. Pemahaman Metakognitif, merupakan pemahaman yang dapat memahami pemikiran mereka sendiri ketika menerima informasi dan dapat mengenali diri ketika tidak memahami sebuah informasi lalu menggunakan strategi untuk dapat memperbaiki pemahaman mereka.

Dalam agama Nasrani, firman Tuhan memiliki dua bentuk utama yaitu:

1. Firman Tuhan yang tertulis (*The Written Word*), yaitu Alkitab. Alkitab dianggap sebagai wahyu Tuhan yang dituliskan oleh nabi-nabi dan rasul-rasul berdasarkan inspirasi Roh Kudus
2. Firman Tuhan yang hidup (*The Living Word*), yaitu Yesus Kristus. dalam Injil Yohanes, Yesus disebut sebagai *Logos* atau Firman yang menjadi manusia. Hal ini merujuk pada keyakinan bahwa Yesus adalah inkarnasi dari firman Tuhan, yang membawa pesan keselamatan dan kehidupan baru bagi umat manusia

2.1.6.2 Sumber Firman Tuhan dalam Alkitab

Firman Tuhan yang tertulis dalam Alkitab memiliki jumlah sebanyak 66 kitab yang diawali dengan kitab Kejadian dan diakhiri dengan kitab Wahyu. Alkitab

dibagi 2 bagian yaitu Perjanjian Lama yang berjumlah 39 kitab dan Perjanjian Baru berjumlah 27 kitab, Alkitab memiliki 1189 pasal yang terdapat dalam Perjanjian Lama dan Perjanjian Baru. Alkitab juga memiliki 31.171 ayat dan 691.718 kata yang tertulis didalamnya.

Perjanjian Lama atau *Tanakh* (kitab suci orang Yahudi) berisi berbagai wahyu dan perintah Tuhan yang ditujukan kepada umat Israel dan ditulis dalam bahasa Ibrani dan bahasa Aram, berikut merupakan uraian dari kitab Perjanjian Lama:

1. Hukum Taurat (*Torah*): Kitab Taurat, yang terdiri dari Kejadian, Keluaran, Imamat, Bilangan, dan Ulangan, berisi hukum dan perintah Tuhan yang disampaikan kepada Musa di Gunung Sinai. Berisikan 10 perintah Allah yang diterima Musa di gunung Sinai dan mengandung prinsip-prinsip dasar moralitas dan ibadah bagi umat Israel.
2. Nubuat dan Pesan Nabi: Perjanjian Lama berisi pesan-pesan Tuhan yang disampaikan melalui para nabi, seperti Yesaya, Yeremia, dan Yehezkiel. Nabi-nabi ini menerima firman Tuhan dalam bentuk visi, mimpi, atau pesan langsung, dan tugas mereka adalah menyampaikan pesan-pesan ini kepada umat Israel sebagai peringatan, teguran, atau penghiburan
3. Mazmur dan Sastra Hikmat: Kitab Mazmur dan sastra hikmat seperti Amsal, Pengkhotbah, dan Ayub yang berisikan puji-pujian kepada Allah serta hikmat yang diperoleh oleh Salomo dan dituliskan di Alkitab

Perjanjian Baru menggambarkan firman Tuhan yang diperbaharui dengan kedatangan Yesus Kristus dan ditulis dengan bahasa Yunani. Yesus dianggap

sebagai Firman Tuhan yang hidup, yang turun ke dunia untuk menyampaikan pesan keselamatan bagi umat yang percaya kepada-Nya. Berikut merupakan uraian kitab Perjanjian Baru:

1. Kitab-kitab Injil: Injil Matius, Markus, Lukas, dan Yohanes mencatat kehidupan, ajaran, dan karya Yesus Kristus. Yesus sering kali digambarkan sebagai *Logos* (Firman) dalam Injil Yohanes 1:1, yang berarti bahwa Dia adalah perwujudan dari firman Tuhan yang hidup
2. Surat-surat Para Rasul: Surat-surat yang ditulis oleh rasul-rasul seperti Paulus, Petrus, dan Yakobus juga termasuk dalam Perjanjian Baru. Kitab ini berisikan nasihat dan pesan kepada jemaat. Surat-surat ini memberikan tatanan bagaimana umat Allah harus hidup sesuai dengan pedoman firman Tuhan
3. Wahyu Yohanes: Kitab terakhir dalam Alkitab, yaitu Wahyu, merupakan visi yang diberikan kepada Rasul Yohanes. Kitab ini mengandung pesan apokaliptik tentang akhir zaman, dan dianggap sebagai firman Tuhan yang mengungkapkan masa depan umat manusia serta janji tentang kehidupan kekal

2.1.6.3 Fungsi Firman Tuhan

Firman Tuhan tentu memiliki fungsi bagi umat Nasrani, berikut merupakan fungsi firman Tuhan:

1. Pedoman Moral dan Etika: Firman Tuhan memberi petunjuk tentang bagaimana manusia harus hidup dan berperilaku, baik kepada sesama maupun kepada Tuhan sesuai dengan perintah Allah

2. Memahami Diri Sendiri dan Dosa: Firman Tuhan membantu manusia mengenal diri sendiri, terutama dosa dan kelemahan, serta membimbing ke jalan yang benar melalui pertobatan dan penyucian
3. Sumber Kekuatan dan Penghiburan: Firman Tuhan mengandung janji-janji penghiburan dan kekuatan, khususnya dalam menghadapi pencobaan, kesulitan, dan pergumulan hidup
4. Pengajaran tentang Kehidupan Kekal dan Keselamatan: Firman Tuhan dalam Perjanjian Baru secara khusus memberi pengajaran mengenai kehidupan kekal, pengampunan dosa, & keselamatan melalui Yesus Kristus.

2.1.7 Tinjauan Jemaat Kristen Protestan

2.1.7.1 Sejarah Kristen Protestan

Kristen Protestan lahir dari Reformasi Gereja yang terjadi pada abad ke-16 di Eropa. Reformasi ini muncul dikarenakan praktik dan doktrin Gereja Katolik Roma yang dianggap menyimpang daripada kebenaran Alkitab seperti penjualan indulgensi, korupsi dalam kepemimpinan gereja, dan kesenjangan antara ajaran gereja dengan praktik keagamaan dan dianggap bertentangan dengan ajaran Alkitab. Reformasi meluas ke berbagai negara seperti Swiss, Inggris, Skotlandia, Prancis, dan Belanda yang dipimpin oleh tokoh-tokoh gereja seperti Martin Luther, John Calvin, John Knox, dsb. Kristen protestan menyebar ke seluruh dunia dengan berbagai jalur yaitu:

- 1 Kolonisasi: Misionaris Protestan dari Eropa menyebarkan agama ini ke Afrika, Asia, dan Amerika Latin.

- 2 Revolusi Amerika: Protestanisme berkembang di Amerika Serikat, terutama dalam bentuk aliran Baptis dan Metodis.
- 3 Misi Modern: Gerakan misi abad ke-19 membawa Protestanisme ke wilayah yang lebih luas, termasuk Asia Tenggara.

Sementara di Indonesia Kristen Protestan diperkenalkan oleh penjajah Belanda yaitu Vereenigde Oostindische Compagnie (VOC) pada abad ke-19 dengan misionaris dari Eropa seperti Rheinische *Missionsgesellschaft* dan Nederlandsch Zendeling Genootschap yang menyebarkan ke daerah terpencil seperti suku batak, minahasa dan maluku. Berikut merupakan contoh gereja yang berdiri hingga saat ini seperti Gereja Protestan di Indonesia (GPI), Gereja Kristen Indonesia (GKI), dan gereja-gereja suku seperti HKBP, GMIM, dan GPM.

Protestanisme terus berkembang dengan jutaan pengikut di seluruh dunia. Denominasi baru seperti Pentakosta dan Karismatik tumbuh pesat, terutama di Amerika Latin, Afrika, dan Asia. Protestanisme juga semakin terlibat dalam isu-isu sosial, seperti keadilan, hak asasi manusia, dan dialog antaragama. Gereja Protestan juga memberikan kontribusi di bidang sosial dan budaya seperti contoh berikut:

1. Pendidikan: Banyak gereja Protestan mendirikan sekolah dan universitas untuk mendidik jemaatnya, dengan tujuan agar mereka dapat membaca Alkitab.
2. Etos Kerja: Max Weber dalam bukunya *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* (Weber, 2005) menjelaskan bagaimana etos kerja Protestan berkontribusi pada perkembangan kapitalisme modern.

3. Keterlibatan Sosial: Gereja-gereja Protestan sering terlibat dalam pelayanan sosial, seperti membantu kaum miskin, memperjuangkan keadilan sosial, dan mendorong perdamaian.

2.1.7.2 Ciri dan Doktrin Kristen Protestan

Kristen Protestan memiliki ciri-ciri dalam pengajarannya sebagai berikut:

- 1 *Sola Scriptura*: Alkitab dianggap sebagai satu-satunya otoritas tertinggi dalam iman dan praktik.
- 2 *Sola Fide*: Keselamatan diperoleh melalui iman saja, bukan melalui perbuatan.
- 3 *Sola Gratia*: Keselamatan adalah pemberian Allah semata melalui kasih karunia-Nya.
- 4 Imamat *Am* Orang Percaya: Setiap orang percaya dapat berhubungan langsung dengan Allah tanpa perantara.

Dalam Kristen Protestan juga memiliki doktrin atau pemahaman umum yang menggambarkan pengajaran utama dalam kekristenan yaitu:

- 1 Doktrin Keselamatan: Fokus pada keselamatan melalui iman kepada Yesus Kristus. Peran sakramen, seperti baptisan dan perjamuan kudus, dipahami secara simbolis atau sebagai sarana anugerah.
- 2 Pelayanan dan Kepemimpinan: Struktur kepemimpinan gereja Protestan bervariasi, dari model hierarki (seperti di Anglikan) hingga model jemaat yang demokratis (seperti Baptis).

- 3 Pemberdayaan Jemaat: Protestan menekankan bahwa setiap individu adalah "imam" (doktrin imamat an orang percaya), yang berarti setiap orang memiliki akses langsung kepada Allah tanpa perantara imam.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran (*framework*) merupakan sebuah struktur konseptual atau teoritis berpikir yang digunakan untuk memandu pemahaman, penelitian atau analisis didalam sebuah penelitian tertentu. Kerangka pemikiran memiliki berbagai variabel yang sistematis untuk melihat hubungan antara konsep, teori dan variabel yang digunakan dalam sebuah penelitian.

Teori pemikiran yang mengarahkan peneliti dalam memahami penelitian mengenai Strategi Komunikasi Yayasan Open Heaven dalam Meningkatkan Pemahaman Firman Tuhan Bagi Jemaat Kristen Protestan di Kota Denpasar diambil dari buku "Perencanaan & Strategi Komunikasi" karangan Hafield Cangara.

Teori yang digunakan adalah model perencanaan komunikasi ACADA yang mencakup (Cangara, 2017): penilaian, analisis komunikasi, perancangan, tindakan, dan penilaian kembali. dalam penelitian kali ini penilaian tidak digunakan dikarenakan belum menemukan data yang valid didalam sebuah informasi maupun data yang diperlukan untuk melakukan sebuah penilaian.

Berikut merupakan pemaparan dari proses model perencanaan komunikasi ACADA (Cangara, 2017)

1. **Analisis Komunikasi (*Communication Analysis*)**, pada tahapan ini berfokus kepada penetapan infrastruktur yang ada seperti sumber daya manusia serta menetapkan tujuan yang ingin dicapai
2. **Perancangan (*Design*)**, pada tahapan ini akan dirumuskan rencana dalam strategi komunikasi seperti menetapkan kegiatan yang akan dilaksanakan, pemilihan mitra, dan menetapkan pendekatan yang akan digunakan dalam mencapai tujuan organisasi.
3. **Tindakan (*Action*)**, pada tahapan ini akan dilaksanakan tindakan atau pelaksanaan program yang telah dirumuskan sebelumnya sesuai dengan rencana dan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya
4. **Penilaian Kembali (*Assessment*)**, pada tahapan ini akan ditemukan hasil akhir dari program yang dilaksanakan dan melakukan evaluasi apakah program yang dilaksanakan berhasil dengan mengukur dari indikator evaluasi yang telah ditetapkan

Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran Penelitian



(Sumber: Peneliti, 2025)