

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Tinjauan Pustaka

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Dengan demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap, pembanding dan memberi gambaran awal mengenai kajian terkait permasalahan dalam penelitian ini.

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berdasarkan Tinjauan Pustaka, peneliti menemukan beberapa referensi penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang peneliti lakukan. Studi penelitian terdahulu sangat penting sebagai bahan acuan yang membantu peneliti dalam merumuskan asumsi dasar. Dengan demikian, peneliti mendapat pelengkap, serta pembanding dalam menyusun tugas akhir ini. Selain itu, telaah pada penelitian terdahulu berguna untuk memberikan gambaran awal mengenai kajian terkait dengan masalah dalam penelitian ini.

Penelitian ini merupakan penelitian mengenai peranan komunikasi Gembala di Gereja Jemaat Kristen Indonesia (JKI) Kasih Karunia Bandung. Untuk pengembangan pengetahuan, peneliti melakukan tinjauan terhadap penelitian terdahulu mengenai peranan komunikasi. Hal tersebut penting dilakukan untuk mengetahui teori dan sub fokus yang dilakukan peneliti terdahulu, sehingga menjadi rujukan bagi peneliti dalam melakukan penelitian.

Berikut ini adalah penelitian terlebih dahulu yang menjadi acuan dan bahan referensi yang menunjang penulis.

Berdasarkan studi literatur peneliti mengangkat 3 penelitian terdahulu sebagai referensi yang ditulis oleh pertama Faroz Siska Juliana dengan judul Peranan Komunikasi Interpersonal Antara Guru Bimbingan Konseling Dengan Siswa. Pendekatan yang digunakan dengan metode penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian terdahulu sebagai tolak ukur peneliti untuk menulis dan menganalisis suatu penelitian. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam hal ini Guru Bimbingan Konseling di SMAN 4 Cimahi memiliki kemampuan komunikasi dengan kecakapan memahami permasalahan siswa, kecakapan ketika Guru Bimbingan Konseling mengajukan pertanyaan kepada siswa yang bersangkutan, dan pemahaman secara verbal.

Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti, penelitian Faroz Siska Yuliana berfokus pada peran komunikasi interpersonal antara guru bimbingan konseling dengan siswa bolos yang berda di sekolah. Sedangkan peneliti ini berfokus pada peran gembala yang terdapat digereja untuk memotivasi jemaatnya untuk taat beribadah.

Kedua, Muhamad Rishad Riadi dengan judul Peranan Komunikasi Ketua Komunitas Brengozer Regional Bandung Pada Anggotanya Dalam Mengubah Pandangan Negatif Penggunaan Janggut. Pendekatan yang digunakan dengan metode penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian terdahulu sebagai tolak ukur peneliti untuk menulis dan menganalisis suatu penelitian. Dengan hasil

Berdasarkan hasil penelitian bahwa ketua komunitas Brengozer regional Bandung mengubah pandangan negatif tentang penggunaan janggut.

Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan peneliti, penelitian Muhamad Rishad Riadai berfokus pada peran komunikasi ketua komunitas dalam mengubah pandangan negatif penggunaan janggut. Sedangkan peneliti ini berfokus pada peran gembala yang terdapat digereja untuk memotivasi jemaatnya untuk taat beribadah.

Ketiga Iman Kurniawan dengan judul *Peranan Ketua Komunitas Bandung Barat Musang Community Pada Acara Gathering*. Pendekatan yang digunakan dengan metode penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian terdahulu sebagai tolak ukur peneliti untuk menulis dan menganalisis suatu penelitian. Dengan hasil bahwa kegiatan yang dilakukan oleh ketua komunitas Bandung Barat Musang *Community Pada Acara Gathering* adalah memberikan sosialisasi kepada peserta gathering yang berisikan edukasi dan informasi, sifat dari kegiatan tersebut ialah edukatif dan informatif dan kegiatan sosialisasi yang dilakukan dirasa efektif.

Adapun perbedaan penelitian terhadulu dengan peneliti, penelitian Iman Kurniawan berfokus pada peran komunikasi ketua komunitas dalam memberikan pemahaman serta edukasi mengenai hewan musang, bahwa musang bukanlah hewan pemakan hama. Sedangkan peneliti ini berfokus pada peran gembala yang terdapat digereja untuk memotivasi jemaatnya untuk taat beribadah.

Untuk memberikan kemudahan dalam memahami penelitian terdahulu maka peneliti menyajikan table penelitian terhadulu sebagai berikut :

Tabel 1. 1

Penelitian Terdahulu

No	Nama / Tahun	Faroz Siska Juliana 2016	Muhamad Rishad Riadi 2017	Iman Kurniawan 2018
1.	Judul	Peranan Komunikasi Interpersonal Antara Guru Bimbingan Konseling Dengan Siswa	Peran Komunikasi Ketua Komunitas Brengozer Regional Bandung Pada Anggotanya Dalam Mengubah Pandangan Negatif Penggunaan Janggut	Peranan Ketua Komunitas Bandung Barat Musang <i>Community</i> Pada Acara <i>Gathering</i>
2.	Metode	Metode penelitian kualitatif, menggunakan pendekatan deskriptif	Metode penelitian kualitatif, menggunakan pendekatan deskriptif	Metode penelitian kualitatif, menggunakan pendekatan deskriptif
3.	Hasil	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam hal ini Guru Bimbingan Konseling di SMAN 4 Cimahi memiliki kemampuan komunikasi dengan kecakapan memahami permasalahan siswa, kecakapan ketika Guru Bimbingan Konseling mengajukan pertanyaan kepada siswa yang bersangkutan, dan pemahaman secara verbal	Berdasarkan hasil penelitian bahwa ketua komunitas Brengozer regional Bandung mengubah pandangan negatif tentang penggunaan janggut. Pandangan negatif ini dapat berubah dengan adanya kegiatan di dalam komunitas tersebut seperti kegiatan gathering Nasional, gathering regional dan Kopdar dengan sifat kegiatan yang informatif dan edukatif. Pesan dari kegiatan tersebut berupa pesan informatif dan edukatif dengan menggunakan komunikasi interpersonal. Meski terdapat hambatan pada saat penyampain pesan,	Berdasarkan hasil penelitian bahwa kegiatan yang dilakukan oleh ketua komunitas Bandung Barat Musang <i>Community</i> Pada Acara <i>Gathering</i> adalah memberikan sosialisasi kepada peserta gathering yang berisikan edukasi dan informasi, sifat dari kegiatan tersebut ialah edukatif dan informatif dan kegiatan sosialisasi yang dilakukan dirasa efektif. Ketua Komunitas Bandung Barat Musang <i>Community</i> dalam Memberikan Edukasi dan Informasi Tentang Hewan Musang Bukanlah Hewan Hama. Kegiatan tersebut dibantu dengan

No	Nama / Tahun	Faroz Siska Juliana 2016	Muhamad Rishad Riadi 2017	Iman Kurniawan 2018
			tetapi peran komunikasi dari ketua komunitas dapat mengubah pandangan negatif.	media berupa banner dan media sosial.
4.	Perbedaan	Penelitian Faroz Siska Yuliana berfokus pada peran komunikasi interpersonal antara guru bimbingan konseling dengan siswa bolos yang berda di sekolah. Sedangkan peneliti ini berfokus pada peran gembala yang terdapat digereja untuk memotivasi jemaatnya untuk taat beribadah.	Penelitian Muhamad Rishad Riadi berfokus pada peran komunikasi ketua komunitas dalam mengubah pandangan negatif penggunaan janggut. Sedangkan peneliti ini berfokus pada peran gembala yang terdapat digereja untuk memotivasi jemaatnya untuk taat beribadah.	Penelitian Iman Kurniawan berfokus pada peran komunikasi ketua komunitas dalam memberikan pemahaman serta edukasi mengenai hewan musang, bahwa musang bukanlah hewan pemakan hama. Sedangkan peneliti ini berfokus pada peran gembala yang terdapat digereja untuk memotivasi jemaatnya untuk taat beribadah.

Data Peneliti, 2020

2.1.2 Tinjauan Ilmu Komunikasi

Komunikasi berasal dari kata Latin yaitu *communic* yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Akar katanya *communis* adalah *communico* yang artinya berbagi (Stuart, 1983). Komunikasi merupakan satu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia, bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh informasi, dimana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi (*information sharing*) untuk mencapai tujuan bersama. Selain itu proses komunikasi dapat

dilakukan secara verbal dan lisan, komunikasi yang baik adalah komunikasi yang dapat dimengerti dan diterima oleh orang lain.

Menurut Carl Hovland, Janis & Kelley komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak). Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan. Interaksi yang dilakukan antara dua orang atau lebih untuk menyampaikan pesan atau informasi.

Senada dengan hal ini bahwa komunikasi atau communication berasal dari bahasa latin “communis” atau dalam bahasa inggrisnya “commun” yang artinya sama. Apabila kita berkomunikasi (*to communicate*) berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha dalam menimbulkan kesamaan (Suwardi, 1986:13 dalam Rohim, 2009:8).

Komunikasi adalah salah satu syarat bagi berlangsungnya hubungan antar manusia atau interaksi sosial diantara sesama manusia. Pada dasarnya, manusia adalah makhluk sosial yang harus selalu berkomunikasi dengan manusia lainnya. Oleh karena itu, komunikasi merupakan hal yang biasa terjadi di dalam kehidupan manusia. Seseorang melakukan komunikasi karena ingin mengadakan hubungan dengan lingkungannya.

Hal ini sesuai dengan fungsi komunikasi sebagai fungsi sosial, yang menurut Deddy Mulyana:

Komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi-diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat

menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain. (Mulyana, 2001:5).

2.1.2.1 Unsur Komunikasi

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, Lasswell mengatakan bahwa cara baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*

Paradigma Lasswell diatas menunjukkan bahwa terdapat unsur dari komunikasi itu sendiri yaitu

1. Komunikator

Merupakan pihak yang bertindak sebagai pengirim pesan dalam proses komunikasi. Dengan kata lain, komunikator adalah seorang atau sekelompok orang yang memiliki inisiatif untuk menjadi sumber dalam sebuah hubungan atau interaksi. Komunikator tidak hanya berperan sebagai pengirim pesan saja, akan tetapi juga memberikan sebuah respon atau tanggapan dan menjawab dari proses komunikasi yang sedang berlangsung baik itu secara langsung maupun tidak langsung.

Untuk menjadi seorang komunikator, dibutuhkan beberapa kemampuan dan karakter yang kuat, Aristoteles menyebut karakter komunikator ini sebagai ethos. Ethos diartikan sebagai sumber kepercayaan (*source credibility*). Hovland dan Weiss menyebut ethos credibility yang terdiri dari dua unsur: *Expertise* (keahlian) dan *trustworthiness* (dapat dipercaya). Ethos terdiri dari pikiran baik, akhlak yang baik, dan maksud yang baik (*good sense, good moral, good character, good will*).

2. Pesan

Pesan atau informasi merupakan keseluruhan apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan bisa saja berupa sebuah kata-kata, tulisan, gambaran, atau sebuah perantara lainnya. Pesan ini mempunyai ini yaitu mengarah pada usaha untuk mengubah sikap dan tingkah laku orang lain. Inti pesan akan selalu mengarah kepada tujuan akhir komunikasi tersebut. Wilbur Schramm (1955) mengajukan syarat-syarat untuk berhasilnya pesan tersebut sebagai berikut:

- a. Pesan harus direncanakan dan disampaikan sedemikian rupa hingga pesan itu dapat menarik perhatian sasaran yang dituju.
- b. Pesan haruslah menggunakan tanda-tanda yang didasarkan pada pengalaman yang sama antara sumber dan sasaran, sehingga kedua pengertian itu bertemu.
- c. Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi daripada sasaran dan menyarankan cara-cara untuk mencapai kebutuhan itu.
- d. Pesan harus menyarankan sesuatu jalan untuk memperoleh kebutuhan yang layak bagi situasi kelompok dimana kesadaran pada saat digerakkan untuk memberikan jawaban yang dikehendaki.

Teknik pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat bersifat informatif dan persuasif. Model penyusunan pesan bersifat informatif lebih banyak ditujukan pada perluasan wawasan dan kesadaran khalayak.

Prosesnya lebih banyak bersifat difusi, sederhana, jelas dan tidak banyak menggunakan jargon yang kurang populer di kalangan masyarakat.

Model penyusunan pesan yang bersifat persuasif memiliki tujuan untuk mengubah persepsi, sikap dan pendapat khalayak. Oleh karena itu penyusunan pesan yang bersifat persuasive memiliki sebuah proposisi. Proposisi disini ialah apa yang dikehendaki sumber terhadap penerima sebagai hasil pesan yang disampaikan, artinya setiap pesan yang dibuat diinginkan adanya perubahan.

3. Media

Media sering disebut sebagai saluran komunikasi, jarang sekali komunikasi berlangsung melalui satu saluran, kita mungkin menggunakan dua atau tiga saluran secara stimultan (Devito, 1997:28). Media dapat dikatakan sebagai sarana komunikasi yang digunakan sebagai penyalur pesan dalam sebuah proses komunikasi. Pemilihan sarana atau media dalam proses komunikasi tergantung pada sifat berita yang akan disampaikan.

4. Efek

Komunikasi selalu mempunyai efek atau dampak atas suatu atau lebih dari orang yang terlibat dalam kegiatan komunikasi. Pada setiap kegiatan komunikasi selalu ada konsekuensinya. Efek (*feedback*) yang dimaksud dalam proses komunikasi yaitu komunikasi. Komunikasi adalah sebutan bagi orang yang menerima pesan atau berita yang disampaikan oleh

komunikator. Komunikasi dapat terdiri dari satu orang atau lebih dan bisa pula dalam bentuk kelompok.

Dalam sebuah proses komunikasi, komunikasi merupakan elemen penting karena dialah yang menjadi sasaran komunikasi dan bertanggung jawab untuk bisa mengerti pesan yang disampaikan dengan baik dan benar. Efek yang dialami komunikator sebelum dan sesudah menerima pesan yaitu sikap dan tingkah laku komunikator berubah sesuai dengan isi pesan, maka komunikator telah berhasil dengan baik. Efek yang sesungguhnya dapat dilihat dari personal *opinion*, *public opinion*, ataupun *majority opinion*. Namun semua itu mengarah kepada perubahan yang terjadi pada komunikator setelah menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator.

2.1.2.2 Proses Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses dalam menyampaikan, menerima hingga mengelola pesan yang terjadi pada baik seorangan, dua orang bahkan lebih dengan tujuan tertentu. Dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy menjelaskan bahwa proses komunikasi dibagi menjadi dua tahap yaitu:

1. Proses Komunikasi secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan perasaan seseorang kepada yang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam komunikasi adalah bahasa, kial, syarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menterjemahkan” pikiran dan atau perasaan

komunikator kepada komunikan. Dalam melakukan komunikasi media primer atau lambang yang paling banyak digunakan adalah bahasa karena, hanya bahasalah yang mampu “menterjemahkan” pikiran seseorang kepada orang lain. Apakah itu berbentuk idea, informasi atau opini.

Dalam proses komunikasi primer yang menjadi peran penting yang dinamis adalah komunikator dan komunikan saling bertukar pesan dan dimana mereka saling memeberikan umpan balik dan menghasilkan efek yang ditimbulkan baik verbal maupun non verbal yang berarti saat individu terllibat dalam suatu diskusi maka mereka telah terlibat dalam proses komunikasi primer.

Effendy (1994: 11-19) menjelaskan bahwa proses komunikasi primer merupakan proses dimana satu orang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan menggunakan lambang yang dimana lambang itu sebagai media primer. Lambang dalam proses komunikasi primer yaitu pesan verbal berupa bahasa yang diucapkan dan pesan nonverbal berupa (gestur badan, isyarat, gambar, warna dan banyak lainnya) secara langsung dapat menuangkan pikiran dan perasaan yang dimaksud komunikator terhadap komunikan.

2. Proses Komunikasi secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan

komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relative jauh atau jumlahnya banyak.

Dalam prakteknya seorang komunikator menggunakan media seperti surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam konteks komunikasi. Proses komunikasi secara sekunder menggunakan media massa seperti (radio, televisi, surat kabar dan lainnya) dan media nirmassa seperti (telepon, megapin, surat) dalam memberikan pesan kepada komunikan. Proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus dimensi ruang dan waktu, maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan ciri-ciri atau sifat media yang akan digunakan.

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyanikan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati. Komunikasi akan berhasil apabila pikiran disampaikan dengan menggunakan perasaan yang disadari, sebaliknya komunikasi akan gagal jika sewaktu menyampaikan pikiran, perasaan tidak terkontrol.

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

Begitu pentingnya komunikasi dalam hidup manusia, sehingga komunikasi itu sendiri memiliki fungsi-fungsi dalam kehidupan manusia. Menurut Effendy ada empat fungsi utama dari kegiatan komunikasi, yaitu :

1. **Menginformasikan** (*to inform*)

Komunikator dapat memberikan informasi mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain kepada komunikan.

2. **Mendidik** (*to educate*)

Komunikasi sebagai sarana pendidikan. Dengan adanya komunikasi komunikator dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada komunikan sehingga mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

3. **Menghibur** (*to entertain*)

Komunikasi juga bisa menjadi hiburan atau bahkan menghibur orang lain.

4. **Mempengaruhi** (*to influence*)

Komunikasi dapat mempengaruhi setiap komunikator dengan cara mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan.

2.1.2.4 Tujuan Komunikasi

Dalam komunikasi tentunya ada sebuah tujuan dari komunikasi tersebut. Pada umumnya komunikasi dapat mempunyai beberapa tujuan antara lain:

1. Mengubah Sikap (*to change the attitude*).
2. Mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*).

3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*).
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*).

2.1.2.5 Bentuk Komunikasi

Seperti halnya definisi komunikasi, bentuk komunikasi di kalangan para pakar juga berbeda satu sama lainnya. Menurut Hafied Cangara, ia membagi bentuk komunikasi menjadi 4 bentuk, yaitu:

1. Komunikasi Dengan Diri Sendiri (*Intrapersonal Communication*)

Komunikasi dengan diri sendiri adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, atau dengan kata lain proses komunikasi dengan diri sendiri.

2. Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal Communication*)

Proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka.

3. Komunikasi Publik (*Public Communication*)

Komunikasi publik biasa disebut komunikasi pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, public speaking dan komunikasi khalayak (*audience communication*). Apapun sebutannya, yang dimaksud dengan komunikasi publik menunjukkan suatu proses komunikasi di mana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar.

4. Komunikasi Massa (*Mass Communication*)

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung di mana pesannya dikirim dari sumber yang melembaga

kepada khalayak yang sifatnya missal melalui alat-alat yang bersifat mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar, dan film. (Cangara, 2012: 37).

5. **Komunikasi Organisasi (*Organizational Communication*)**

Komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok.

6. **Komunikasi Kelompok (*Group Communication*)**

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil tersebut.

2.1.2.6 Hambatan Komunikasi

1. Hambatan Komunikasi Sosio-antro-piskologis

Proses komunikasi berlangsung dalam konteks situasional (*situasional context*). Komunikator harus memperlihatkan situasi ketika komunikasi dilangsungkan, sebab situasi amat berpengaruh terhadap kelancaraan komunikasi, terutama situaasi yang berhubungan dengan faktor – faktor sosiologis-antropologis-psikologi. (Effendy,1993:11).

a. Hambatan Sosiologis

Dalam sosiologis masyarakat terdiri dari berbagai golongan dan lapisan yang menimbulkan perbedaan dalam satatus sosial, agama, ideologi, tingkat pendidikan, tingkat kekayaan, dan sebagainya yang

semuanya dapat menjadi hambatan bagi kelancaran komunikasi. (Effendy,1993:12).

b. Hambatan Antropologis

Dalam melancarkan komunikasinya seorang komunikator tidak akan berhasil apabila ia tidak mengenal siapa komunikan yang dijadikan sasarannya. Yang dimaksud dengan “siapa” disini bukan nama yang disandang, melainkan ras apa, bangsa apa, atau suku apa. Dengan mengenal dirinya akan mengenal pula kebudayaannya, gaya hidup dan norma kehidupannya, kebiasaan dan bahasanya. (Effendy, 1993:12).

c. Hambatan Psikologis

Faktor psikologis sering menjadi hambatan dalam komunikasi. Hal ini umumnya disebabkan si komunikator sebelum melancarkan komunikasinya tidak mengkaji diri komunikan. Komunikasi sulit untuk berhasil apabila komunikan sedang sedih, bingung, marah, merasa kecewa, merasa iri hati, dan kondisi psikologis lainnya. Juga jika komunikasi menaruh prasangka (*prejudice*) kepada komunikator. (Effendy,1993:12-13).

Prasangka sebagai faktor psikologis dapat disebabkan oleh aspek antropologis dan sosiologis. Dapat terjadi terhadap ras, bangsa, suku bangsa, agama, partai politik, kelompok dan apa saja yang bagi seseorang merupakan suatu perangsang disebabkan dalam pengalamannya pernah diberukan kesan yang tidak enak. (Effendy,1993:13).

2. Hambatan Semantis

Pada hambatan sosiologis-antropologis-psikologis terdapat pada pihak komunikan, maka hambatan semantis terdapat pada diri komunikator. (Effendy,1993:14). Faktor semantis menyangkut bahasa yang dipergunakan komunikator sebagai “alat” untuk menyalurkan pikiran dan perasaannya kepada komunikan.

Demi kelancaran komunikasinya seorang komunikator harus benar – benar meperhatikan gangguan ini, sebab salah ucap atau salah tulis dapat menimbulkan salah pengertian (*missunderstanding*) atau salah tafsir (*misinteroretation*), yang pada gilirannya bisa menimbulkan salah komunikasi (*misscommunication*). (Effendy, 1993:14).

Jadi untuk menghilangkan hambatan semantis dalam komunikasi, seorang komunikator harus mengucapkan pertanyaannya dengan jelas dan tegas, memilih kata – kata yang tidak menimbulkan persepsi yang salah, dan disusun dalam kalimat – kalimat yang logis. (Effendy, 1993:15).

3. Hambatan Mekanis

Hambatan mekanis dijumpai pada media yang dipergunakan dalam melancarkan komunikasi. Hambatan pada beberapa media tidak mungkin diatasi oleh komunikator, yang terpenting diperhatikan dalam komunikasi seperti pesan harus dapat diterima secara rohani (*accepted*), terlebih dahulu harus dipastikan dapat diterima secara

inderawi (*received*). Dalam arti kata bebas dari hambatan mekanik. (Effendy, 1993:15).

4. Hambatan Ekologis

Hambatan ekologis terjadi disebabkan oleh gangguan lingkungan terhadap proses berlangsungnya komunikasi, jadi datangnya dari lingkungan. (Effendy, 1993:16).

2.1.3 Tinjauan Komunikasi Organisasi

Organisasi merupakan satu kumpulan atau sistem individual yang melalui satu hierarki jenjang dan pembagian kerja, berupaya mencapai tujuan yang di tetapkan (*an organization is a collection, or system, of individual who commonly, though a hierarchy and division of labor, seek to achieve a predetermined goal*). Dari batasan tersebut dapat digambarkan, bahwa organisasi mensyaratkan adanya suatu jenjang jabatan ataupun kedudukan yang memungkinkan semua individu dalam organisasi tersebut memiliki perbedaan posisi. Posisi yang sangat jelas, seperti pimpinan, staf pimpinan dan karyawan.

Istilah organisasi mengisyaratkan bahwa sesuatu yang nyata merangkum orang-orang, hubungan-hubungan, dan tujuan-tujuan. “Jika dilihat dari pendekatan subjektif, organisasi berarti proses, sedangkan pandangan objektif mengenai organisasi, organisasi berarti struktur”. Penekanan pada perilaku atau struktur bergantung pada pandangan mana yang dianut. Organisasi secara khas dianggap sebagai kata benda, sementara pengorganisasian dianggap sebagai kata kerja. (Pace dan Faules, 2005:11).

Komunikasi organisasi diberi batasan secara sederhana, yaitu komunikasi antar manusia (*human communication*) yang terjadi dalam konteks organisasi. Komunikasi organisasi diberi batasan sebagai arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain (*the flow of messagers within a network of interdependent relationship*). Suatu organisasi tidak akan berjalan tanpa adanya sebuah komunikasi. Menurut Sondang P. Siagian menyatakan organisasi sebagai berikut:

Organisasi ialah setiap bentuk persekutuan antara dua individu orang atau lebih yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, dan terikat secara formal dalam satu tujuan heierarki dimana selalu terdapat hubungan antara seorang atau sekelompok orang yang disebut pimpinan.

Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarki antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Interaksi di antara semua faktor internal maupun eksternal disebut sebagai sistem komunikasi organisasi.

2.1.3.1 Fungsi Komunikasi Organisasi

Dalam suatu organisasi, aktivitas komunikasi melibatkan empat fungsi. Menurut Sasa Djuarsa Sendjaja dalam buku Teori Komunikasi melibatkan empat fungsi:

1. Fungsi Informatif

Dalam fungsi informatif organisasi dipandang sebagai suatu sistem pengelolaan informasi berupa memperoleh informasi sebanyak-banyaknya dengan kualitas sebaik-baiknya dan tepat waktu. Informasi yang diperoleh setiap orang dalam organisasi diharapkan akan memperlancar pelaksanaan tugas masing-masing. Melalui penyebaran informasi ini, setiap orang

dalam organisasi menjadi mengerti akan tata cara serta kebijaksanaan yang diterapkan pimpinan.

2. Fungsi Regulatif

Fungsi ini berhubungan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi, ada dua hal yang berperan dalam fungsi ini, yaitu:

- a. Atasan dan orang-orang yang berada pada pucuk pimpinan (tatanan manajemen) adalah mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan informasi.
- b. Berhubungan dengan pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja, artinya bahwa membutuhkan kepastian tata cara batasan mengenai pekerjaannya.

3. Fungsi Persuasif

Fungsi ini lebih banyak dimanfaatkan oleh pihak pimpinan dalam sebuah organisasi dengan tujuan untuk memperoleh dukungan dari karyawan tanpa adanya unsur paksaan apalagi kekerasan. Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka pimpinan yang lebih suka mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Pekerjaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibandingkan jika pemimpin sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangan.

4. Fungsi Integratif

Untuk menjalankan fungsi integrasi, setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik. (Senjaya 2007:4.8-4.10). Menurut Liliweri (Ruliana, 2014:373-374), ada dua fungsi komunikasi organisasi yaitu yang bersifat umum dan khusus.

1. Fungsi Umum

- a. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan dan memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensi.
- b. Komunikasi berfungsi untuk menjual gagasan dan ide, pendapat, dan fakta. Termasuk juga menjual sikap organisasi dan sikap tentang sesuatu yang merupakan subjek layanan.
- c. Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para karyawan agar mereka bisa belajar dari orang lain (internal), belajar tentang apa yang dipikirkan dikerjakan dan dirasakan oleh organisasi.
- d. Komunikasi berfungsi untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan, dan besaran kekuasaan dan kewenangan, serta menentukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana, memanfaatkan, sumber, daya, manusia, mesin, metode, dan teknik dalam organisasi.

2. Fungsi Khusus

- a. Membuat para karyawan melibatkan diri ke dalam isu-isu organisasi lalu menerjemahkannya ke dalam tindakan tertentu di sebuah “komando”.
- b. Membuat para karyawan menciptakan dan menangani “relasi” antara sesama bagi peningkatan produk organisasi.
- c. Membuat para karyawan memiliki kemampuan untuk menangani keputusan-keputusan dalam keadaan yang ambigu dan tidak pasti.

2.1.3.2 Tujuan Komunikasi Organisasi

Pada dasarnya komunikasi organisasi bertujuan untuk mengetahui dan memahami proses, prinsip dan arus komunikasi yang ada didalam organisasi untuk mewujudkan tujuan organisasi. Seperti yang dikemukakan oleh para ahli berikut ini:

1. Memahami peristiwa komunikasi didalam organisasi
2. Mengetahui prinsip dan keahlian komunikasi yang berlangsung dalam organisasi baik arus komunikasi vertical yang terdiri dari *downward communication dan upward communication serta komunikasi horizontal*. (Sinurat, 2010:).

Menurut R. Wayne. Pace dan Don F. Faules dalam bukunya komunikasi organisasi tujuan utama dari komunikasi organisasi yaitu memperbaiki organisasi ditafsirkan sebagai memperbaiki hal-hal untuk mencapai tujuan manajemen, serta meperoleh hasil yang diinginkan.

2.1.3.3 Arus Komunikasi Dalam Organisasi

Terdapat beberapa arus komunikasi organisasi. Pace & Feules mengemukakan bahwa didalam Komunikasi Organisasi terdapat 4 dimensi komunikasi yaitu:

1. Komunikasi Ke Atas

Komunikasi ke atas adalah komunikasi yang terjadi ketika bawahan (*subordinate*) mengirim pesan kepada atasannya. Menurut Wayne Pace dan Don F. Faules menyatakan bahwa komunikasi ke atas dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari tingkat yang rendah. (bawahan) ke tingkat yang tinggi (penyelia). (Pace dan Faules,2013: 189).

Fungsi arus komunikasi dari bawah ke atas ini adalah untuk penyampaian informasi tentang pekerjaan pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan, penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan, penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan dan juga penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya.

Fungsi arus komunikasi dari atas ke bawah ini adalah:

- a. Pemberian atau penyimpanan instruksi kerja (*job instruction*).
- b. Penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan (*job retionnale*).
- c. Penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku (*procedures and practices*)

- d. Pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik.
(Pace dan Faules,2013: 190).

2. **Komunikasi Ke Bawah**

Komunikasi ke bawah adalah komunikasi yang berlangsung ketika orang-orang yang berada pada tataran manajemen mengirimkan pesan kepada bawahannya. Komunikasi ke bawah dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari jabatan berotoritas lebih tinggi kepada mereka yang berotoritas lebih rendah. Biasanya kita beranggapan bahwa informasi bergerak dari manajemen kepada para pegawai; namun, dalam organisasi kebanyakan hubungan ada pada kelompok manajemen (Davis, 1967). Terdapat lima jenis informasi yang biasa dikomunikasikan dari atasan kepada bawahan (Katz & Kahn, 1996) yaitu:

1. Informasi mengenai bagaimana melakukan pekerjaan.
2. Informasi mengenai dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan.
3. Informasi mengenai kebijakan dan praktik – praktik organisasi.
4. Informasi mengenai kinerja pegawai.
5. Informasi untuk mengembangkan rasa memiliki tugas (*sense of mission*).

3. **Komunikasi Horizontal**

Komunikasi yang berlangsung diantara para karyawan ataupun bagian yang memiliki kedudukan yang setara. Fungsi arus komunikasi horizontal ini adalah untuk memperbaiki koordinasi tugas, sebagai upaya pemecahan masalah, saling membagi informasi, sebagai upaya pemecahan konflik dan

juga untuk membina hubungan melalui kegiatan bersama. (Pace dan Faules, 2013: 195).

Tujuan dari komunikasi horizontal yaitu :

- a. Untuk mengkoordinasikan penugasan kerja.
- b. Berbagai informasi mengenai rencana dan kegiatan
- c. Untuk memecahkan masalah.
- d. Untuk memperoleh pemahan bersama.
- e. Untuk mendamaikan, berunding, dan menengahi perbedaan.
- f. Untuk menumbuhkan dukungan antarpersona (Pace dan Faules, 2013: 195-196).

4. Komunikasi Lintas Saluran

Komunikasi lintas saluran adalah tindak komunikasi untuk berbagi informasi melewati batas-batas fungsional. Spesialis staf biasanya paling aktif dalam komunikasi lintas-saluran ini karena biasanya tanggung jawab mereka berhubungan dengan jabatan fungsional. Karena terdapat banyak komunikasi lintas lainnya yang perlu berhubungan dalam rantai kebijakan organisasi untuk membimbing komunikasi lintas (Pace dan Faules, 2013: 197).

2.1.4. Tinjauan Komunikasi *Interpersonal*

Komunikasi interpersonal merupakan kegiatan yang sangat dominan dalam kehidupan sehari-hari, namun tidaklah mudah memberikan definisi yang dapat diterima semua pihak. Sebagaimana layaknya konsep-konsep dalam ilmu sosial lainnya, komunikasi interpersonal juga mempunyai banyak definisi sesuai

dengan persepsi ahli-ahli komunikasi yang memberikan batasan pengertian. Trenholm dan Jensen (1995:26) mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai komunikasi antara dua orang yang berlangsung secara tatap muka (komunikasi diadik). Sifat komunikasi ini adalah (a) spontan dan informal; (b) saling menerima feedback secara maksimal; (c) partisipan berperan fleksibel.

Komunikasi interpersonal merupakan proses komunikasi yang terjadi di antara satu individu dengan individu lainnya. Komunikasi di level ini menempatkan interaksi tatap muka diantara dua individu tersebut dan dalam kondisi yang khusus. Pada komunikasi grup, keterlibatan individu di dalamnya dilihat dari kuantitas lebih banyak dibandingkan level sebelumnya. Di level ini interaksi *interpersonal* dilibatkan dan dapat diterapkan (Littlejohn, 1996:5).

2.1.4.1. Tujuan Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal mungkin mempunyai beberapa tujuan, terdapat 6 tujuan antara lain (Muhammad, 2004,p.165-168) :

1. Menemukan Diri Sendiri
2. Menemukan Dunia Luar
3. Membentuk dan Menjaga Hubungan yang Penuh Arti
4. Berubah Sikap dan Tingkah Laku
5. Untuk Bermain dan Kesenangan
6. Untuk Membantu Sesama

2.1.4.2.Sifat – Sifat Komunikasi Interpersonal

1. Komunikasi Antarpersona, Perilaku Verbal dan Non Verbal

Yang dimaksud dengan posemik atau bahasa jarak/ruang/waktu yaitu tanda – tanda nonverbal yang mewakili pesan tentang bagaimana komunikator dan komunikan menempatkan jarak fisik atau memelihara ruang gerak dalam komunikasi antarpersona. Menurut Cassagrande, lambang –lambang non verbal bisa berbentuk kinesik atau pesan nonverbal melalui gerakan tubuh atau anggota tubuh tertentu.

Gerakan tubuh disebut adaptor, yang menunjukkan gerakan – gerakan dari orang yang sudah dikenal. Selain pesan nonverbal melalui prosemik dan kinesik maka ada pula pesan nonverbal melalui paralinguistik yang berfungsi menunjukkan suatu suasana kebatinan melalui suara dan waktu.

2. Komunikasi Antarpersona, Perilaku Spontan, *Scripted* dan *Contrived*

a. Bentuk Perilaku Spontan

Dalam komunikasi antarpribadi perilaku ini dilakukan secara tiba-tiba, serta merta untuk menjawab suatu rangsangan dari luar.

b. Bentuk Perilaku *Scripted*

Sebagian dari reaksi emosi manusia terhadap pesan tertentu yang didapatkan melalui proses belajar sehingga menjadi sebuah rutinitas.

c. Bentuk Perilaku *Contrived*

Merupakan perilaku yang sebagian besar dilakukan atas pertimbangan kognitif. Perilaku ini timbul karena manusia yakin dan percaya atas apa yang dia lakukan tersebut.

2.1.5. Tinjauan Peranan Komunikasi

Merujuk pada penjelasan yang diungkapkan oleh Onong Uchjana Effendy mengenai peranan seorang komunikator, menyatakan bahwa “Fungsi komunikator ialah pengutaraan pikiran dan perasaannya dalam bentuk pesan untuk membuat komunikan menjadi tahu atau berubah sikap, pendapat, atau prilakunya.(Effendy, 2004:16).

Sebagaimana definisi peranan yang dikemukakan oleh Soerjono Soekanto sebagai berikut :

“Peranan merupakan aspek dinamis dari kedudukan (status) apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajiban sesuai kedudukannya, maka dia telah menjalankan suatu peranan. Peranan yang melekat pada diri seseorang harus dibedakan dengan posisi dalam pergaulan masyarakat. Posisi seseorang dalam masyarakat merupakan unsur strategis yang menunjukkan tempat individu pada organisasi masyarakat. Peranan lebih banyak menunjukkan pada fungsi, penyesuaian diri dan suatu proses. Jadi seorang menduduki suatu posisi dalam masyarakat serta menjalankan suatu peranan”. (Soekanto, 2004: 243).

Menurut pendapat Soerjono Sukanto peranan mencakup tiga hal, yaitu :

1. Peranan meliputi norma norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat, peranan dalam arti merupakan rangkaian-rangkaian peraturan yang membimbing seseorang dalam masyarakat.
2. Peranan adalah suatu konsep tentang apa yang dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
3. Peranan juga dapat dikitkan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat (Soekanto 2004:24).

Seorang telah melakukan peranan apabila telah melalui beberapa tahap untuk mencapai tujuan yang diinginkan, yaitu membuat perencanaan terlebih dahulu, kemudian melakukan kegiatan yang direncanakan, pesan apa yang akan disampaikan melalui kegiatannya, media apa yang akan digunakan dalam pelaksanaan kegiatannya dan bagaimana evaluasi dari kegiatan yang sudah dilakukannya. (Kasali, 2006:31).

Berdasarkan pendapat di atas peranan adalah tindakan yang dilakukan orang atau sekelompok orang dalam suatu peristiwa. Peranan merupakan perangkat tingkah laku yang diharapkan, dimiliki oleh orang atau seseorang yang berkedudukan dimasyarakat. Kedudukan dan peranan adalah untuk kepentingan pengetahuan. Keduanya tidak dapat dipisahkan satu sama lain.

2.1.6. Tinjauan Motivasi Jemaat

Didalam sebuah organisasi perlu adanya motivasi dimana motivasi merupakan suatu dorongan yang membuat seseorang tergerak untuk melakukan tindakan yang produktif. Motivasi jika didefinisikan sebagai kesediaan untuk mengeluarkan tingkat upaya yang tinggi untuk tujuan organisasi yang dikondisikan oleh kemampuan upaya itu dalam memenuhi beberapa kebutuhan individual. Motivasi sangatlah penting karena motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan dan mendukung perilaku manusia, supaya mau bekerja giat dan antusias untuk mencapai hasil yang optimal.

Menurut Abraham Maslow dalam teorinya hierarki kebutuhan menjelaskan bahwa :

Motivasi dapat diartikan sebagai kekuatan seseorang yang dapat menimbulkan tingkat persistensi dan entusiasmenya dalam melaksanakan

suatu kegiatan, baik yang bersumber dari dalam individu itu sendiri maupun dari luar individu. (Abraham Maslow, 2001:169).

Motivasi dapat ditafsirkan dan diartikan berbeda oleh setiap orang sesuai tempat dan keadaan dari para masing-masing orang itu. Pandangan para ahli tentang motivasi sangat bervariasi menurut sudut pandang masing-masing. Di bawah ini merupakan beberapa pengertian dari motivasi kerja menurut para ahli.

Menurut Ernest J. McCormick menyatakan bahwa :

“Work motivation is defined as condtions which influence the aousal, direction, and maintenance of behaviors relevant in work setting“. (Motivasi kerja didefinisikan sebagai kondisi yang berpengaruh membangkitkan, mengarahkan dan memelihara perilaku yang berhubungan dengan lingkungan kerja). (Mangkunegara, 2013:94).

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah dorongan dalam mengarahkan individu yang merangsang tingkah laku individu serta organisasi untuk melakukan tindakan dalam mencapai tujuan yang diharapkan, hal ini didorong oleh rasa kebutuhan, keinginan dan harapan yang tinggi kepada hasil dari tujuan kerja yang dilakukan.

2.1.6.1.Fungsi Motivasi Jemaat

Walgito mengatakan bahwa motivasi merupakan keadaan dalam diri individu atau organisme yang mendorong perilaku kerarah tujuan. Syaodih (2003:62) mengemukakan bahwa motivasi memiliki dua fungsi yaitu

1. Mengarahkan / *Directional Function*

Dalam mengarahkan kegiatan, motivasi berperan mendekatkan atau menjauhkan individu dari sasaran yang akan dicapai. Apabila sesuatu sasaran atau tujuan merupakan sesuatu yang diinginkan oleh individu maka motivasi berperan mendekatkan (*approach motivation*) dan apabila

sasaran atau tujuan tidak diinginkan oleh individu maka motivasi berperan menjauhi sasaran (*avoidance motivation*).

2. Mengaktifkan (*activating*) dan Meningkatkan Kegiatan (*energizing function*)

Suatu perbuatan atau kegiatan yang tidak bermotif atau motifnya sangat lemah, maka dilakukan dengan tidak sungguh- sungguh tidak terarah dan kemungkinan besar tidak akan membawa hasil. Sebaliknya apabila motivasinya besar atau kuat, maka akan dilakukan dengan sungguh – sungguh, terarah dan penuh semangat. Sehingga kemungkinan akan berhasil lebih besar.

2.1.7. Tinjauan Gembala

Di setiap organisasi tentunya terdapat seorang pemimpin didalamnya. Tugas seorang pemimpin dalam sebuah organisasi antara lain membawa anggota organisasi untuk bekerja bersama sesuai dengan tanggung jawabnya masing-masing dan membawa organisasi ke arah pencapaian tujuan yang diharapkan. Pemimpin dalam Gereja disebut juga sebagai Gembala.

Secara umum istilah gembala menunjuk pada seseorang yang bertugas dan bertanggung jawab untuk memelihara ternak. Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan gembala sebagai seorang pembimbing dan pemelihara kawanan domba. Douglas mencoba mengartikan kata gembala secara harfiah, yang mengacu pada pada zaman dulu dan sekarang, yaitu sebuah tugas yang mengemban panggilan dengan banyak tuntutan.

Dalam perjanjian baru Kata mengembalakan ini berasal dari kata Gerika “*poimen*” (*a shepherd*). *A shepherd* ini berarti seorang yang menjaga kawanan domba. Kata kerja dari “*poimen*” adalah “*poimano*” yang artinya seorang yang memberi makan kepada domba - domba.

Gembala jemaat adalah seorang yang memelihara kawanan domba (jemaat) Allah, Gembala jemaat adalah “wakil-wakil yang ditentukanNya untuk bekerja sama dengan alat-alat surga untuk memajukan pekerjaan Kristus di dunia ini.” Seorang gembala jemat haruslah bekerja dalam melayani umat-umat Tuhan sesuai dengan aturan yang dibuat oleh Tuhan sendiri. Seorang gembala jemaat hanyalah perwakilan dari Gembala Agung Yesus Kristus karena dipercayakan untuk melakukan pekerjaan penggembalaan atas petunjuk dan aturan yang empunya kawanan domba, yaitu Kristus Yesus.

Dari beberapa pengertian mengenai gembala, disimpulkan bahwa gembala adalah orang-orang yang dipilih, ditahbiskan dan di utus oleh Allah untuk menyampaikan firman-Nya dan akan dilengkapi oleh Allah sendiri dan memperlengkapi jemaatnya melalui pengajaran/pembinaan sesuai dengan firman Tuhan.

2.1.7.1. Tugas Gembala Sidang

Gembala sidang merupakan seorang pemimpin yang bertanggung jawab untuk melakukan tugas penggembalaan yang selalu erat kaitannya dengan pertumbuhan kerohanian jemaat. Seorang gembala sidang atau seorang pemimpin pastoral yang profesional membawa gereja sampai mencapai visi dan misi gereja.

Gereja sebagai salah satu bentuk organisasi organik (hidup) membutuhkan pemimpin pastoral yang mampu menjalankan tugas dan tanggung jawab secara profesional dan mampu membawa gereja mencapai visi dan misi yakni, berpegang kepada kebenaran. Bertumbuh ke arah Dia (Kristus) yang adalah kepala (Efesus 4:15). Secara khusus, tugas seorang gembala sidang dapat dijabarkan seperti yang tertera di bawah ini :

1. Memelihara

Seorang gembala sidang dipanggil oleh Tuhan untuk memimpin jemaat Tuhan dan bukan untuk memilikinya. Gembala sidang harus memiliki anggapan bahwa jemaat yang digembalakan adalah orang-orang yang sangat berharga di mata Tuhan sama seperti Tuhan Yesus Kristus yang menganggap berharga seekor domba yang hilang dan mencarinya bahkan meninggalkan domba-domba yang lain (Matius 18:12-14), demikian juga seorang gembala sidang harus menghargai jemaat-jemaat yang digembalakannya.

Seorang gembala sidang harus mengerti dan memerhatikan keperluan-keperluan jemaatnya dan mengenal lebih dekat lagi bahkan mengorbankan setiap waktu yang Tuhan berikan kepadanya, karena tugas seorang gembala sidang adalah memelihara setiap anggota gereja atau yang sering disebut jemaat. Ingouf menegaskan bahwa salah satu tugas gembala sidang adalah memelihara anggota-anggota gereja sehingga jemaat yang digembalakan dapat bertumbuh dalam Kristus. Gembala

bertanggung jawab untuk membina, mengasuh, mengarahkan umat Tuhan dengan penuh kasih.

2. Memimpin

Seorang gembala sidang dituntut memiliki kemampuan yang besar dalam berbagai aspek. Gembala sidang dipandang sebagai seseorang yang bisa menjadi panutan dalam segala hal, bahkan seorang gembala sidang yang baik tidak akan segan-segan mengorbankan apa yang dimilikinya demi kepentingan jemaatnya. Baik tenaga, waktu, perasaan, bahkan materi. Meskipun memiliki keterbatasan dan kelemahan sebagai manusia, seorang gembala tetap dipakai Tuhan untuk berperan dalam pertumbuhan iman jemaat.

Dalam hal ini Zaluchu menjelaskan bahwa pemimpin yang punya kemurnian di dalam dirinya, yang motivasinya hanya untuk memuliakan Tuhan dan bertujuan untuk memenangkan jiwa-jiwa bagi Tuhan adalah pemimpin yang dipakai Tuhan. Seorang gembala sidang harus dapat memimpin diri sendiri sebelum memimpin orang banyak. Untuk menjadi seorang pemimpin yang berhasil maka seorang pemimpin harus mampu mengatasi dan menghadapi setiap persoalan yang timbul di dalam kehidupannya.

Hal ini ditegaskan oleh Ingouf yang mengatakan bahwa sebagai manusia, seorang gembala sidang harus mampu menghadapi dan mengatasi persoalan serta mengambil banyak keputusan.

3. Pengkotbah (Pemberita Firman)

Seorang gembala sidang bertanggung jawab untuk memberitakan kebenaran Firman Tuhan (Injil) kepada semua manusia, tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu, dan hal ini bukan hanya terbatas di gereja ataupun di kegiatan-kegiatan rutinitas gerejawi. Ini menunjukkan bahwa tugas seorang gembala sidang dalam memberitakan Injil sangat penting dan memberi pengaruh yang besar dalam pertumbuhan rohani jemaat karena apa yang disampaikan oleh gembala sidang dalam khotbah tidak akan lepas dari bagaimana kuasa Tuhan yang bekerja dan terjadi dalam kehidupan orang percaya.

2.1.8. Tinjauan Gereja

Gereja berasal dari Bahasa Portugis igreja dan Bahasa Yunani ekklesia yang berarti dipanggil keluar (ek=keluar; klesia dari kata kaleo=memanggil). Jadi, ekklesia berarti persekutuan orang-orang yang dipanggil keluar dari kegelapan datang kepada terang Allah yang ajaib.

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, gereja berarti: 1. Gedung (rumah) tempat berdoa dan melakukan upacara agama Kristen. 2. Badan (organisasi) umat Kristen yang sama kepercayaan, ajaran dan tata caranya (-Katolik, -Protestan, dan lain-lain). Dapat disimpulkan bahwa gereja adalah rumah, tempat ibadah/persekutuan atau tempat berdoa dan tempat untuk melakukan upacara yang sama kepercayaan, ajaran dan tata caranya.

Gereja sebagai wadah untuk kemudian mengumpulkan bahkan mempersatukan ragamnya pola pikir, ras dan budaya ini yang kemudian

menjadi sangat penting untuk dikembangkan dan dipertahankan di tengah-tengah masyarakat. Gereja berasal dari istilah Yunani yaitu ekklesia berarti pertemuan atau sidang (jemaat), dipahami sebagai tempat bertemunya masyarakat beragama yang disebut juga sebagai “jemaat Allah”.

Pertemuan ini merupakan hal yang penting bagi orang-orang percaya karena merupakan tempat bertemu dengan saudara-saudara beriman dan juga bertemu dengan Allah secara khusus. Ekklesia seharusnya menunjuk bukan hanya pada sekelompok orang Kristen yang berhimpun sebagai perkumpulan, melainkan juga persekutuan yang melembaga. Oleh sebab itu maka Ekklesia atau gereja menjadi penting dan perlu diperhatikan agar supaya dapat menjalankan misi Kristus ditengah-tengah dunia.

2.1.8.1. Tujuan Gereja

1. Sebagai tempat berkumpul dan bersekutu para orang percaya
2. Memberikan pengajaran yang sesuai dengan ajaran Yesus melalui alkitab
3. Sebagai tempat melakukan pemecahan roti atau perjamuan kudus
4. Untuk tempat orang percaya berdoa dan menjalankan ibadah

2.1.8.2. Fungsi Gereja

1. Fungsi Liturgi / Liturgia
2. Fungsi Pewartaan / Kerygma
3. Fungsi Pelayanan / Daikonia
4. Fungsi Persekutuan / Koinonia
5. Fungsi Kesaksian / Martiria

2.1.9. Tinjauan Jemaat

Menurut J.L. Ch Abineno Secara empirik jemaat adalah sebuah perkumpulan yang mengaku percaya pada Yesus sebagai Tuhan dan Juruselamat mereka. Perkumpulan ini mempunyai system tersendiri yang mengatur bagaimana mereka harus berhubungan satu sama lain dan bagaimana mereka harus menjalankan visi dan misi perkumpulan mereka. Dalam hal inilah dikenal system organisasi kegerejaan dan struktur kepemimpinan yang berlaku di dalam gereja.

2.1.9.1. Fungsi Jemaat

1. Memberikan diri untuk dibaptis
2. Aktif bersekutu dengan Tuhan dan jemaat gereja lainnya
3. Menaati dan menjadi pelaku Firman Tuhan
4. Menghormati, mendukung, dan menaruh kepercayaan terhadap gembala gereja serta mengikuti Firman Tuhan yang diajarkannya menurut Alkitab.
5. Turut memajukan gereja; dengan mencoba mengajak orang lain ke gerja
6. Menjadi anggota gereja yang setia dan rela berkorban demi kemuliaan.

2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan gambaran yang melatarbelakangi dari penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti mencoba menjelaskan pokok masalah penelitian. Penelitian ini mengikat mengenai peranan komunikasi gembala di Gereja Jemat Kristen Indonesia (JKI) Kasih Karunia dalam meningkatkan motivasi jemaat untuk beribadah. Peran komunikasi gembala menjadi sangat penting keberadaannya dalam sebuah organisasi gereja. Tujuan dari peran komunikasi gembala dimana dapat membangkitkan motivasi jemaat untuk taat dalam beribadah.

Dari Penelitian ini peneliti mengambil fokus penelitian tentang peranan komunikasi menurut Rhenald Kasali dalam buku *Managemen Public Relations* yaitu :

“Seorang telah melakukan peranan apabila telah melalui beberapa tahap untuk mencapai tujuan yang diinginkan, yaitu membuat perencanaan terlebih dahulu, kemudian melakukan kegiatan yang direncanakan, pesan apa yang akan disampaikan melalui kegiatannya, media apa yang akan digunakan dalam pelaksanaan kegiatannya dan bagaimana evaluasi dari kegiatan yang sudah dilakukannya” (Kasali, 2006:31).

1. Kegiatan

Kegiatan adalah bagian dari program yang dilaksanakan oleh satu atau beberapa satuan kerja sebagai bagian dari pencapaian sasaran. Didalam gereja tentunya terdapat sebuah kegiatan yang terdapat. Dengan adanya kegiatan yang disusun sebuah gereja tentunya akan membawa dampak bagi anggota gereja untuk mewujudkan sebuah visi misi dari gereja tersebut. Dalam penelitian ini kegiatan apa yang akan dilakukan.

2. Pesan

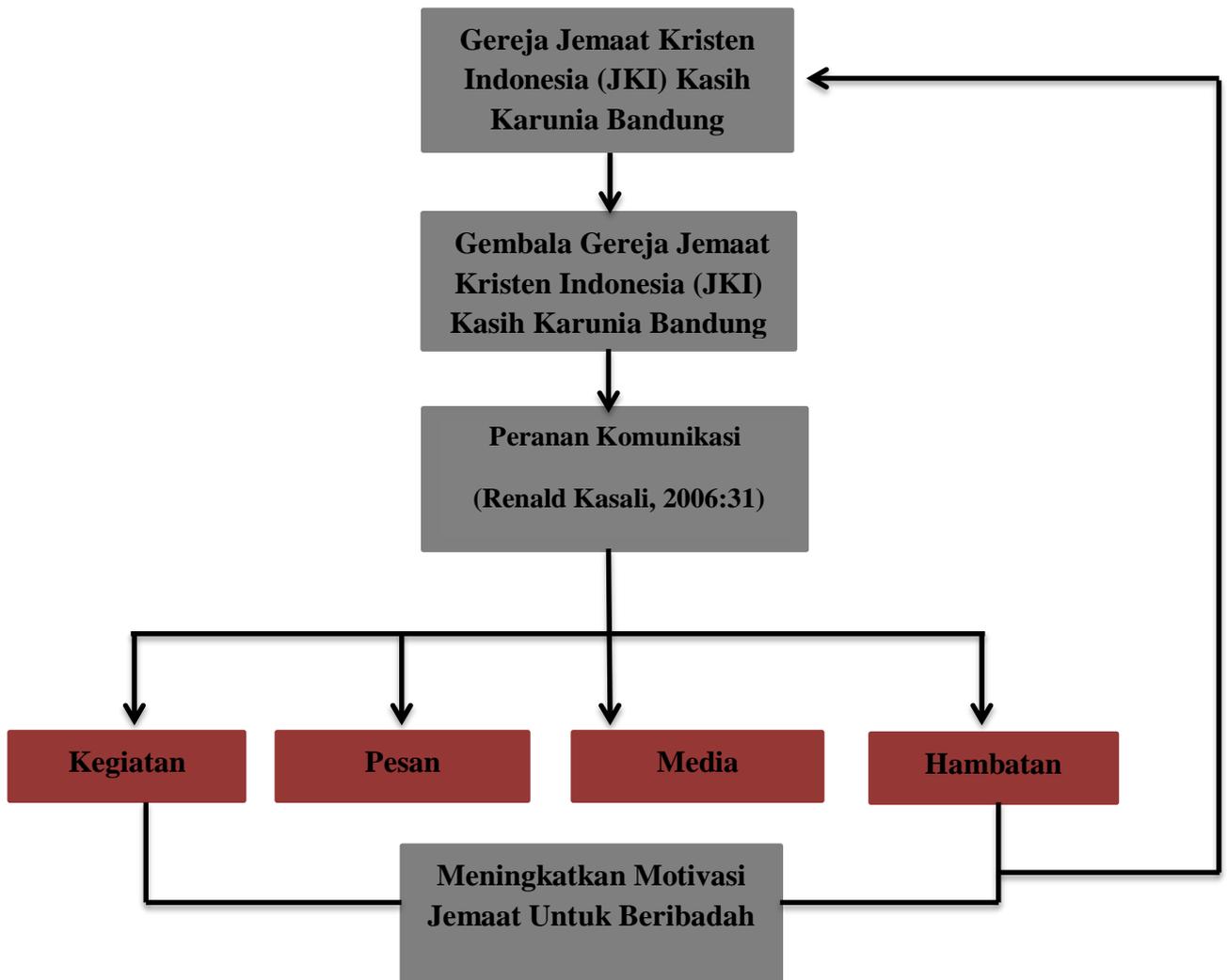
Pesan adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi yang isinya dapat berupa ilmu, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam penelitian ini pesan apa yang akan disampaikan.

3. Media

Sarana atau saluran yang mendukung pesan, bilamana komunikasi jauh dari tempat atau banyak jumlahnya. Di zaman modern saat ini dalam penyampaian pesan dapat menggunakan sarana yang ada. Dalam penelitian ini media apa yang digunakan dalam menyampaikan pesan maupun kegiatan yang terdapat.

4. Hambatan

Hambatan merupakan keadaan yang dapat menyebabkan pelaksanaan terganggu dan tidak terlaksana dengan baik. Dalam penelitian ini hambatan komunikasi apa yang terjadi saat penyampaian pesan maupun kegiatan.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Peneliti, 2020