

Pemanfaatan Media Sosial oleh Gereja dan Pemimpin Gereja sebagai Bagian dari Komunikasi Sosial dengan Jemaat = Utilization of Social Media by Churches and Church Leaders as Part of Social Communication with the Congregation

Monica Fransiska, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920537673&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas mengenai pemanfaatan media sosial oleh gereja dan pemimpin gereja sebagai bagian dari komunikasi sosial dengan jemaat. Perkembangan teknologi digital tidak terbatas pada lini masa tertentu dalam kehidupan, bahkan dianggap mempengaruhi organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan sosial. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dan implementasinya dilakukan oleh berbagai organisasi, termasuk gereja yang selanjutnya menjadi tantangan tersendiri dalam menjalankan tugas utama gereja untuk bersekutu, bersaksi dan melayani. Penelitian ini kemudian dilakukan untuk memahami sikap dan perilaku pendeta sebagai pemimpin gereja dalam memandang pemanfaatan media sosial di gereja. Peneliti menemukan bahwa penggunaan media sosial merupakan salah satu inovasi yang diadopsi oleh gereja. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori difusi inovasi sebagai acuan konseptual untuk analisis. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan memperoleh data melalui wawancara terhadap beberapa pendeta yang berasal dari Gereja Kristen Indonesia (GKI) Klasik Jakarta II. Beberapa temuan menarik ditunjukkan melalui tema-tema analisis yang terdiri dari struktur organisasi dan pemimpin Gereja Kristen Indonesia (GKI), pemasaran media sosial dari sudut pandang pendeta, platform media sosial sebagai kanal komunikasi pemasaran gereja, perspektif pendeta tentang gereja beroperasi sebagai sebuah bisnis, pentingnya penggunaan media sosial gereja, pandangan terhadap pendeta yang tidak menggunakan media sosial gereja, sikap kepemimpinan yang efektif, serta manfaat dan tantangan dalam penggunaan media sosial. Peneliti menemukan bahwa penggunaan media sosial sebagai sebuah inovasi dalam gereja mengalami berbagai proses tahapan yang dipengaruhi oleh karakteristik gereja dan pemimpin gereja, sehingga hal tersebut menentukan bagaimana setiap gereja menggunakan media sosial sebagai media komunikasi gereja. Sikap dan perilaku positif ditunjukkan oleh pendeta sebagai pemimpin gereja dalam memandang dan mengimplementasikan penggunaan media sosial di gereja. Pemasaran media sosial juga dipersepsikan secara berbeda oleh para pendeta yang menganggap bahwa pemasaran media sosial mengacu kepada pemasaran pewartaan firman Tuhan, bukan untuk memasarkan institusi gerejanya. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial perlu dilakukan oleh gereja dalam mencapai tugas panggilannya untuk bersekutu, bersaksi dan melayani demi membangun iman jemaat.

.....This thesis discusses the utilization of social media by churches and church leaders as part of social communication with the congregation. The development of digital technology is not limited to a certain timeline of life, moreover is considered affecting organization to adapt to social change. The utilization of social media as means of communication and its implementation is carried out by various organizations, including the church which further becomes a challenge in itself when carrying out the main tasks of the church to unite, to witness and to service. This research is conducted to understand the attitudes and behaviors of pastors as a church leader in considering the utilization of social media in the church. The researcher finds that the use of social media is one of innovation adopted by the church. Therefore, in this

study, researcher uses diffusion of innovations theory as a conceptual reference for the analysis. The researcher used a qualitative method by obtaining data through interviews with several pastors from Gereja Kristen Indonesia (GKI) Klasik Jakarta II. Several interesting findings are shown through the analysis themes which consist of the organizational structure and leaders of the Gereja Kristen Indonesia (GKI), social media marketing from the pastor's perspective, social media platforms as a media channel for church marketing communications, the pastor's perspective regarding the church operation as a business, the importance of the utilization of church social media, views on pastors who non-adopt church social media, effective leadership attitudes, also the benefits and challenges of social media utilization. The researcher finds that the utilization of social media as an innovation in the church experiences various stage processes which are influenced by the characteristics of the church and leaders, therefore it determines how each church uses social media as a church communication medium. Positive attitudes and behaviors are shown by pastors as church leaders in considering and implementing the utilization of social media in the church. Social media marketing is also perceived differently by pastors who consider that social media marketing refers to market the proclamation of God's word, instead of marketing their church institutions. This shows that the utilization of social media needs to be done by the church for achieving its duties to unite, to witness and to service toward building the faith of the congregation.

</p><p style="text-align: justify;"> </p><p style="text-align: justify;">Keywords: the utilization of church social media, pastor, church leader, diffusion of innovations, attitudes, behaviors