

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara paling religius, hal ini didasarkan pada hasil penelitian Pew Research, menunjukkan bahwa sebanyak 96% responden dari Indonesia menyatakan bahwa penting untuk memiliki kepercayaan dan memiliki moral dan nilai baik dalam kehidupan (Iswara, The Jakarta Post, 2020). Salah satu bukti religiusitas Indonesia adalah maraknya organisasi keagamaan yang diizinkan berdiri oleh pemerintah Indonesia. Salah satu organisasi religius yang ada di Indonesia adalah gereja. Gereja adalah lembaga agama yang dapat dikatakan sebagai organisasi keagamaan yang mengatur hubungan manusia dan penciptanya (dalam Pratama, 2020).

Gereja sebagai organisasi keagamaan, dituntut untuk melaksanakan amanat agung terhadap orang-orang dengan berbagai perbedaan karakter, latar belakang sosial maupun budaya, status, dan lain sebagainya untuk berada dalam satu visi dan tujuan yaitu menerima dan memberitakan injil kebenaran (dalam Gunawan, 2009). Visi dan tujuan tersebut menyatukan anggota didalamnya yang berkumpul dalam satu wadah untuk menerapkan nilai religiusitas berdasarkan kitab suci (alkitab).

Organisasi gereja terdiri dari sejumlah orang yang disebut jemaat gereja yang berkontribusi untuk berkoordinasi untuk mencapai visi dan tujuan dari gereja. Salah satu cara untuk mencapai visi dan tujuan dari gereja adalah melalui kegiatan ibadah

yang konsisten dilaksanakan setiap hari minggu. Kegiatan ibadah gereja bukan hanya suatu aktivitas umat kristiani dalam suatu bangunan gereja, namun bentuk ekspresi ucapan syukur jemaat/umat gereja kepada Tuhan (Kusuma, 2009, h. 23). Pelaksanaan kegiatan ibadah gereja dapat terwujud melalui koordinasi yang terorganisir oleh gereja melalui pelayan gereja dan jemaat gereja yang dilayani dimana strukturnya sesuai dengan level hierarkis yang umum terdapat pada organisasi konvensional. Pelayan gereja adalah bagian dari jemaat gereja yang tersusun dalam struktur organisasi gereja untuk bertanggung jawab dalam pelaksanaan kegiatan ibadah gereja.

Struktur organisasi adalah saluran-saluran jenjang atau hierarkis yang digunakan untuk mengalirkan pesan melalui garis-garis kewenangan yang ada, sehingga terjadi keteraturan arus komunikasi dalam komunikasi organisasi (Trihastuti, 2019, h. 33). Pada struktur organisasi dalam kegiatan ibadah gereja dapat terlaksana karena terdapat komunikasi antar anggota yang menimbulkan arus komunikasi yang mengalir dalam struktur kewenangan. Arus komunikasi tersebut membawa pesan untuk menjalankan fungsi komunikasi dalam organisasi sehingga sampai kepada setiap jemaat gereja.

Berdasarkan arus komunikasi dan pesan-pesan yang mengalir dalam kegiatan organisasi menunjukkan fungsi komunikasi dalam organisasi. Pencapaian tujuan dan proses komunikasi organisasi dapat ditemukan melalui pesan dan fungsi komunikasinya. Fungsi komunikasi ditentukan berdasarkan isi pesan komunikasi, yang mengalir dalam arus komunikasi (Hardjana, 2016, h. 138). Oleh sebab itu, penelitian ini mendeskripsikan jenis pesan dan fungsi arus komunikasi organisasi

gereja IFGF (*International Full Gospel Fellowship*) Jogja pada pelaksanaan Super Sunday yang menjadi keunikan dari organisasi keagamaan dalam menerapkan nilai dan mencapai tujuan organisasi.

Penelitian ini mendeskripsikan pesan dan fungsi komunikasi yang dilakukan struktur organisasi gereja IFGF Jogja yang befokus pada kegiatan utama gereja Super Sunday dalam berbagi nilai dan mencapai tujuan gereja. Selain karena Super Sunday merupakan kegiatan utama, Super Sunday merupakan pintu pertama gereja bagi jemaat untuk mengetahui tujuan, nilai, dan segala kegiatan gereja IFGF Jogja. Dengan begitu jemaat akan tahu dan juga memutuskan untuk lebih jauh bertumbuh, tertanam, dan berkembang dalam gereja IFGF Jogja dengan misi "*People is our mission, Connect with God, and Make Disciple*". Keberhasilan gereja akan terlihat melalui kegiatan Super Sunday, yang diatur oleh bagian organisasi yang sudah terbentuk oleh orang-orang khusus dan bertanggung jawab pada Super Sunday yang menjadi ibadah penting gereja dalam mencapai tujuan serta memenuhi kebutuhan jemaat gereja. Oleh sebab itu, melalui penelitian ini dapat terlihat deskripsi mengenai jenis pesan dan fungsi arus komunikasi yang dijalankan gereja IFGF Jogja dalam pelaksanaan kegiatan Super Sunday.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

"Bagaimana jenis pesan dan fungsi arus komunikasi IFGF (*International Full Gospel Fellowship*) Jogja dalam pelaksanaan kegiatan Super Sunday?"

3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui jenis pesan dan fungsi arus komunikasi IFGF Jogja dalam struktur organisasi di Super Sunday. Secara lebih rinci, penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mendeskripsikan Jenis pesan dan fungsi arus komunikasi ke bawah Super Sunday gereja IFGF Jogja.
- b. Mendeskripsikan Jenis pesan dan fungsi ke atas Super Sunday gereja IFGF Jogja.
- c. Mendeskripsikan Jenis pesan dan fungsi komunikasi horizontal Super Sunday gereja IFGF Jogja.

4. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi banyak pihak. Secara lebih rinci, manfaat yang diharapkan melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

4.1 Manfaat Akademis

Secara Akademis, penelitian ini dapat menambah pengetahuan atau wawasan dan juga dapat dijadikan rujukan tambahan untuk penelitian lanjutan yang berkaitan dengan jenis pesan dan fungsi komunikasi dalam struktur organisasi.

4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi gereja IFGF Jogja untuk meningkatkan fungsi

komunikasi yang dijalankan dalam struktur organisasi Super Sunday untuk lebih baik kedepannya.

5. Kerangka Teori

Kerangka teori dalam penelitian ini akan membahas konsep utama komunikasi organisasi, yang dalam prosesnya digerakan oleh arus komunikasi dan jenis pesan yang tersebar dalam organisasi. Setelah pesan mengalir dalam arus, maka organisasi akan menemukan fungsi komunikasi dari pesan arus komunikasi. Memahami arus komunikasi dan jenis pesan dalam suatu komunikasi organisasi akan menunjukkan fungsi komunikasi yang dijalankan oleh suatu organisasi. Berikut rincian teori yang relevan dan terkait dengan penelitian ini.

5.1 Komunikasi Organisasi

Komunikasi dan organisasi merupakan bagian atau unsur yang saling berkaitan. Korelasi antar kedua unsur tersebut berfokus pada manusia-manusia yang ada dalam organisasi. Orang-orang yang merupakan anggota organisasi merupakan pihak yang terlibat langsung dalam proses organisasi. Goldhaber (dalam Hardjana, 2006, h. 44) mengungkapkan bahwa:

“Komunikasi organisasi adalah proses penciptaan dan pertukaran pesan-pesan di dalam sebuah jaringan hubungan-hubungan saling ketergantungan yang bertujuan untuk mengatasi ketidakpastian lingkungan.”

Definisi Goldhaber di atas memuat tujuh komponen yang terkandung dalam definisi komunikasi organisasi yang dikemukakannya (Romli, 2014, h. 13-20).

- a. Proses, merupakan komponen dalam komunikasi organisasi yang menunjukkan adanya situasi yang terjadi secara berkala terus-menerus, dinamis, dan berkelanjutan. Fenomena ini menunjukkan adanya pertukaran pesan berlangsung dengan pola berulang.
- b. Pesan, merupakan isi yang diciptakan dan dipertukarkan dalam interaksi komunikasi yang terjadi.
- c. Jaringan, menunjukkan adanya keterkaitan hubungan antara satu dengan yang lainnya dalam menjalani kewenangannya secara formal.
- d. Saling ketergantungan, menunjukkan bahwa hubungan antara bagian-bagian dalam organisasi saling terkait dan mempengaruhi satu dengan yang lain.
- e. Hubungan, merupakan bentuk interaksi yang terbangun dan berpola dalam jangka waktu yang lama.
- f. Lingkungan, merupakan keseluruhan faktor fisik maupun sosial yang di perhitungkan dalam perilaku pembuatan keputusan orang-orang yang terjadi dalam sebuah sistem. Lingkungan organisasi juga terbagi atas dua bagian, lingkungan internal dan eksternal.
- g. Tidak terduga atau tidak dapat diramalkan. Informasi diharapkan mampu menekan situasi yang tidak pasti dalam organisasi. Struktur organisasi yang ada, diharapkan mampu menekan ketidakpastian melalui pertukaran pesan yang terjadi, sehingga dapat berdampak pada keteraturan, stabilitas, dan kepastian proses organisasi.

Tujuh komponen di atas, yang diungkapkan oleh Goldhaber merupakan komponen-komponen inti adanya komunikasi organisasi, sehingga komunikasi organisasi dapat berlangsung dengan ideal. Berdasarkan komponen di atas dapat dikatakan bahwa komunikasi organisasi adalah komunikasi yang dilakukan dalam organisasi menjadi penggerak berbagai kegiatan anggota organisasi yang saling terkait satu dengan yang lain untuk mencapai tujuan organisasi. Berbagai kegiatan dalam organisasi terjadi melalui pertukaran pesan, informasi, dan interaksi yang akhirnya menjadikan organisasi bergerak dinamis.

5.2 Jenis Pesan dan Arus komunikasi

Struktur organisasi merupakan hasil proses organisasi dan sistem organisasi yang secara formal ditentukan dan secara informal dikembangkan untuk mengatur berbagai kegiatan dan orang-orang yang saling terkait untuk mencapai suatu tujuan tertentu (Stueard dan Moran, 2002, h. 126). Struktur organisasi merupakan struktur kewenangan yang menunjukkan hubungan saling ketergantungan antara seluruh elemen organisasi dalam bentuk pembagian kerja (Hardjana, 2016, h. 143).

Struktur komunikasi organisasi (struktur kewenangan) merupakan bentuk mengalirnya pesan komunikasi organisasi melalui sebuah saluran arus komunikasi. Hal ini menunjukkan adanya keteraturan informasi yang mengalir ke seluruh organisasi melalui garis kewenangan. Bentuk arus pesan komunikasi formal yang terbentuk seperti prinsip mata rantai berjenjang dibentuk dan ditentukan agar alur komunikasi dapat berlangsung dan mencapai tujuan organisasi yang di jelaskan sebagai berikut (Hardjana, 2016, h. 143-155)

a. Komunikasi ke bawah

Komunikasi ini merupakan komunikasi utama yang cara kerjanya mengikuti arah mata rantai berjenjang. Secara organisasi arus komunikasi dari atas ke bawah merupakan perwujudan dari sistem struktur dari jabatan tertinggi melakukan komunikasi ke jabatan yang lebih rendah (Muhammad, 2009, h. 107). Hubungan antara atasan dan bawahan, apabila atasan (manajer, pemilik usaha, CEO, dan jabatan manajemen lainnya) ingin melakukan komunikasi ke anggota organisasi disebut arus komunikasi vertikal ke bawah.

Tujuan komunikasi atasan ke bawahan untuk menyampaikan informasi atau memberikan pengertian yang sesuai dengan tugas dan juga wewenang anggota organisasi. Terdapat tujuh jenis pesan komunikasi yang biasa dilakukan oleh atasan ke bawahan (Hardjana, 2016, h. 145-146), yaitu:

- 1) Instruksi tugas: sebagai bentuk informasi mengenai sesuatu yang harus dikerjakan sebagai anggota organisasi, dengan cara atau metode apa yang harus dipersiapkan, serta memberikan pedoman dalam mengerjakan tugas yang dipercayakan.
- 2) Pemahaman tentang tugas yang dikerjakan: penting untuk mengetahui maksud dari sesuatu yang dikerjakan, tujuan pencapaiannya, serta ekspektasi hasil dengan standar pekerjaan perlu diketahui anggota. Hal ini membantu kesinergian dalam bekerja dan karena dalam organisasi semua orang saling berhubungan untuk mencapai tujuan, maka perlu adanya keselarasan dalam pemahaman mengenai tugas yang dikerjakan.

- 3) Prosedur, kebijakan, dan praktik kerja organisasi: ini merupakan informasi dasar dan penting tentang organisasi yang penting untuk diketahui. Informasi tersebut seperti budaya kerja organisasi, nilai dan tujuan organisasi, dan informasi organisasi umum lainnya.
- 4) Umpan balik kinerja karyawan: pencapaian anggota organisasi dalam bertugas perlu diapresiasi. Anggota organisasi perlu mengetahui standarisasi untuk semakin lebih baik dalam bertugas, dan info untuk semakin meningkat posisi jabatannya, standarisasi menunjukkan adanya keberhasilan tugas dan berkembangnya anggota organisasi.
- 5) Indoktrinasi organisasi: memberikan nasehat atau dukungan ke anggota organisasi untuk memiliki komitmen dalam organisasi. Menunjukkan asal mula organisasi, sampai ke visi misi jangka Panjang, serta kedudukan organisasi di tengah masyarakat.
- 6) Perubahan dan inovasi: perlu meyakinkan anggota suatu perubahan merupakan langkah inovasi organisasi untuk menjadi jauh lebih baik. Sulit melakukan perubahan karena perlu penataan ulang, pelatihan, serta hasil yang belum diketahui. Pentingnya sosialisasi dan terus membangun *brain awareness* untuk anggota organisasi agar bisa mengikuti pergerakan organisasi dengan stabil.
- 7) Keselamatan kerja pelestarian lingkungan: Semakin tinggi kesadaran dan penghargaan akan kehidupan dan lingkungan saat ini, menjadi sebuah tanggung jawab besar bagi organisasi untuk mengelola sumber daya alam dan manusia dengan bijak. Atasan harus bisa memberikan

info dan meyakini anggota organisasi adanya perjuangan untuk menjamin keselamatan kerja dan distribusi kelestarian lingkungan hidup di alam ini.

b. Komunikasi ke atas

Komunikasi vertikal tidak hanya satu arah, tetapi memiliki arus komunikasi ke bawah dan juga arus komunikasi ke atas (dua arah). Arus komunikasi ke atas merupakan perwujudan dari komunikasi dari bawah yang secara struktur posisi dalam organisasi yang terendah ke atasan yang merupakan pihak yang memiliki otoritas lebih tinggi (Muhammad, 2009, h. 116).

Tujuan komunikasi ini, bawahan dapat memberikan *feedback* pesan dari atasan, keluhan atau saran bagi atasan maupun perusahaan, serta menanyakan yang sehubungan dengan pekerjaan dan perusahaan. Jenis komunikasi ke atas merupakan suatu komunikasi yang mengalir dan ditujukan ke otoritas yang lebih tinggi, lebih besar, dan lebih luas sebagai bentuk esensi berkomunikasi vertikal ke atas. Berikut alasan terjalannya arus komunikasi ke atas (Hardjana, 2016, h. 149), meliputi:

- 1) Umpan balik sikap dan perasaan karyawan: informasi pribadi tentang anggota, diikuti dengan masalah-masalah dalam kerjaan, kinerja selama bekerja, kemajuan dan perkembangan anggota organisasi.
- 2) Orang lain dan masalah mereka: laporan kerja sama dan masalah yang dihadapi dari kinerja kerja sama, serta laporan pekerjaan tim dengan berbagai macam hambatan dan *progress* yang sudah dilakukan.

- 3) Praktik kerja dan kebijakan organisasi: pentingnya laporan tentang produksi dan pencapaian tujuan yang berhasil dan tidak. Efektivitas dan efisiensi kerja yang perlu dilaporkan secara teratur ke jajaran otoritas penanggung jawab lebih tinggi untuk bisa dipantau, dipahami dan diberikan masukan.
- 4) Saran-saran perbaikan dan ide-ide baru: bukti komitmen dan rasa memiliki organisasi menciptakan rasa untuk memajukan dan mempertahankan organisasi. Hal ini dilakukan dengan memberikan saran perbaikan yang perlu dilakukan atau inovasi dengan melihat kesempatan yang ada.
- 5) Umpan balik bagi komunikasi ke bawah: pesan ini menunjukkan adanya pemahaman pesan yang berhasil diolah dan dilaksanakan anggota organisasi. Pengetahuan ini, memberikan masukan bagi pemimpin untuk mengetahui informasi apa yang kurang dipahami dan belum dilaksanakan.
- 6) Keluhan karyawan: atasan perlu menyediakan waktu dan pikiran mendengar keluhan anggota dalam tugas pekerjaan, fasilitas yang ada, tingkat produktivitas kerja, dan pencapaian tujuan organisasi.
- 7) Peningkatan keterlibatan karyawan: setiap anggota organisasi yang ada dalam organisasi ingin diketahui keberadaannya, dengan ikut menjadi bagian suatu kelompok dalam organisasi dan memiliki rasa tanggung jawab kepada organisasi.

c. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal merupakan komunikasi yang terjadi antara anggota organisasi yang dalam kelompok kerja berada dalam posisi yang sama/setingkat dalam struktur hierarkis atau personil anggota organisasi yang sederajat. Contohnya seperti pemimpin dengan pemimpin atau karyawan dengan karyawan. Berikut tujuan pesan dalam komunikasi horizontal (Hardjana, 2016, h. 153-154).

- 1) Koordinasi tugas kerja antar departemen. Kepala bagian biasanya akan melakukan koordinasi atau rapat yang memastikan setiap divisi memberikan kontribusi dalam pencapaian tujuan organisasi
- 2) Sistem dukungan sosial yang terbangun. Anggota organisasi yang saling bertemu dan bekerja sama akan meningkatkan rasa solidaritas, memperkuat hubungan satu dengan yang lain, dan meningkatkan kekompakan dalam kelompok kerja. Hubungan ini dapat mengembangkan rasa sosial dan emosional anggota organisasi.
- 3) Pemerataan informasi. Ide yang muncul dari beberapa pihak dan dikumpulkan untuk mencapai tujuan bersama terkadang jauh lebih baik dibanding dari satu orang saja. Informasi didapatkan dari beberapa orang akan terjamin kebenaran dan keberhasilannya.
- 4) Memfasilitasi pemecahan masalah. Setiap orang yang berada pada tingkat yang sama, bekerja sama memikirkan dan menyelesaikan masalah Bersama akan meningkatkan nilai moral dan kepercayaan anggota organisasi

5) Solusi konflik. Jika ada suatu masalah atau perubahan yang berhubungan dengan persepsi atau salah pengertian. Penting untuk dilakukan keselarasan dalam pemahaman antar divisi-divisi setingkat yang ada untuk mencapai kesepakatan bersama.

d. Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal atau lintas saluran ini merupakan komunikasi yang terjadi antara satu dengan yang lainnya melewati batas-batas tertentu dalam organisasi. Hubungan ini didasari dengan struktur namun komunikasi yang terjalin tidak langsung sesuai struktur, yang mana komunikasi dapat terjadi tanpa batas-batas tertentu yang mengikat seperti posisi, struktur, fungsi, perbedaan divisi, dan lainnya yang menjadi batasan. Komunikasi yang dilakukan hanya sesuai dengan hubungan kerja, spesialisasi, dan atas tanggung jawab dengan pekerjaan atau kegiatan tertentu.

Jenis pesan dari hasil komunikasi dengan sistem diagonal ini biasanya berupa, pengumpulan data yang dibutuhkan, laporan tertentu, kebutuhan koordinasi, dan komentar atau nasehat tertentu yang berhubungan dengan kinerja anggota organisasi pada departemen tertentu. Komunikasi diagonal terjadi dalam organisasi dengan maksud agar (1) mempercepat proses kebutuhan organisasi, (2) koordinasi antar departemen yang lancar memperkuat budaya organisasi dan menekan persaingan internal, dan (3) meningkatkan efisiensi, serta penghematan waktu dan uang.

Struktur dan arus komunikasi dalam organisasi dapat bergerak sesuai dengan kebutuhan komunikasi organisasi dan fungsi organisasi yang terkait atau

melekat pada satuan-satuan organisasi. Peran struktur dan arus komunikasi berlangsung sesuai dengan kepentingan masing-masing dalam proses komunikasi dalam organisasi.

5.3 Fungsi - Fungsi Komunikasi Organisasi

Istilah fungsi komunikasi dapat dikatakan sebagai suatu kewenangan, kekuasaan, status dan peran dalam mencapai suatu tujuan organisasi. Menurut Barnard dalam Hardjana (2016, h. 138) dalam kegiatan organisasi, komunikasi mempunyai dua fungsi penting (1) organisasi perlu menjaga motivasi dan memelihara semangat yang menyumbangkan energi pada organisasi dan (2) organisasi harus menjaga setiap kegiatan organisasi konsisten dalam mencapai tujuan. Berdasarkan dua fungsi di atas, dapat diartikan bahwa organisasi perlu memotivasi dan mempersuasi anggota organisasi dan juga melakukan koordinasi dan kontrol demi konsistensi tujuan organisasi. Terdapat konsep empat fungsi yang tidak hanya berorientasi terhadap organisasi. Empat konsep fungsi komunikasi ini ditentukan berdasarkan isi pesan komunikasi (Hardjana, 2016, h. 139-141).

a. Fungsi Informasi

Setiap Anggota organisasi membutuhkan informasi untuk bertindak dalam menghadapi lingkungan organisasi. Informasi akan membantu anggota organisasi mengetahui tugas, pekerjaan, orang-orang yang terlibat dengan dia dan pekerjaannya. Hal ini akan mengurangi ketidakpastian yang dirasakan anggota organisasi agar mampu beradaptasi dengan lingkungan

dan orang-orang dalam organisasi, sehingga tujuan dan sasaran organisasi dapat dengan mudah tercapai.

Fungsi informasi dalam komunikasi organisasi dapat dikatakan sebagai fungsi adaptasi dan fungsi inovasi karena melalui informasi dapat memberikan akses bagi anggota organisasi menyatu dan menyesuaikan diri dengan lingkungan organisasi sehingga akan berdampak pada kinerja dan perkembangan individu yang berdampak kepada kemajuan organisasi.

b. Fungsi Perintah dan Instruksi.

Fungsi ini berperan dalam menentukan kepada siapa perintah dan instruksi tertuju dan juga bagaimana menjalankannya. Fungsi ini berkaitan erat dengan peraturan-peraturan operasional organisasi sehari-hari, yang mana fungsi ini bersangkutan dengan kepatuhan individu pada kebijakan, standarisasi praktik kerja, prosedur, dan perencanaan waktu terlaksananya, serta ketepatan waktu dalam menyelesaikan kerja. Instruksi ini akan menjadi tolak ukur dan juga dasar bagi organisasi dalam mencapai tujuan. Fungsi perintah dipengaruhi oleh siapa pemberi perintah dan isi pesan yang dibutuhkan.

c. Fungsi Pengaruh dan Persuasi

Organisasi menjalankan fungsi pengaruh/persuasi agar dapat mengendalikan informasi dan perilaku anggota organisasi melalui aturan, norma dan tanggung jawab. Informasi dan perilaku anggota organisasi dapat dikendalikan lebih mudah oleh manajemen yang memiliki posisi dan

kewenangan. Atasan-atasan secara hierarki dalam organisasi dapat menggunakan kewenangannya atau posisi jabatannya dalam mempengaruhi dan mengatur anggota organisasi untuk wajib melakukan yang diperintahkan. Pengaruh tersebut dapat berupa jabatan kekuasaan atau rasa hormat (menghargai) agar anggota organisasi dapat bertindak dengan sukarela dalam mencapai tujuan organisasi. Anggota organisasi memiliki kewajiban untuk menerima dan patuh terhadap aturan, norma, tanggung jawab, dan loyalitas. Fungsi pengaruh/persuasi ini sangat berkaitan erat dengan fungsi peraturan, karena peraturan dapat berjalan sesuai apabila anggota organisasi merasakan pengaruh dari organisasi.

d. Fungsi Integrasi

Fungsi integrasi bersifat sosial dan relasional. Fungsi ini bertujuan untuk melakukan sosialisasi nilai budaya organisasi yang dapat memelihara keharmonisan dan keserasian antar anggota organisasi sehingga akan berpengaruh terhadap kepuasan kerja, motivasi, moral, dan rasa betah di organisasi. Semua ini dapat tercapai melalui kegiatan yang dilakukan organisasi sebagai bentuk pemeliharaan dan pengembangan organisasi melalui informasi-informasi internal yang bersifat penghargaan, acara-acara khusus untuk mempererat hubungan organisasi seperti hari ulang tahun organisasi, olahraga bersama dan lainnya. Apabila individu-individu dalam organisasi merasakan kepuasan kerja dan loyal dengan organisasi, hal itu menunjukkan sosialisasi budaya organisasi berhasil dan terintegrasi dengan

baik. Oleh sebab itu, fungsi integrasi ini dapat juga dikatakan sebagai fungsi pemeliharaan dan pengembangan dalam organisasi.

Keempat konsep fungsi di atas berbeda-beda tetapi saling terkait satu dengan yang lain, karena empat konsep ini merupakan sub sistem dalam menjalankan sistem organisasi sehingga hubungan antara ke empat fungsi ini akan berdampak pada aktivitas komunikasi organisasi terutama dalam arus struktur komunikasi.

5.4 Organisasi Gereja

Gereja merupakan kata yang diadopsi dari Bahasa Portugis yang di terjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia. Banyak istilah gereja di Alkitab (kitab agama Kristen) disebut pertemuan, siding, jemaat, dan umat (Sirait, 2015, h. 3). Istilah ini menunjukkan perkumpulan yang bersifat lebih umum dan luas. Perkumpulan ini bukan perkumpulan orang-orang umum, melainkan orang-orang kristiani. Gereja pada hakikatnya merupakan persekutuan rohani dan Kristus adalah Kepala Gereja.

Gunawan (2009) dalam artikelnya yang berjudul 'Arti dan karakteristik gereja sejati' mengatakan bahwa ada dua tanda yang disebut sebagai gereja, apabila dalam gereja ada pemberitaan firman Tuhan (Alkitab) yang merupakan kitab pedoman, dasar, dan kehidupan sebagai orang kristiani. Tanda kedua adalah gereja melakukan pelaksanaan sakramen yang merupakan kegiatan atau aktivitas (ibadah) dari gereja tersebut seperti, perjamuan kudus, baptis, ibadah rutin, ibadah peringatan hari orang kristiani, dan lainnya yang berhubungan. Kedua tanda

tersebut didukung dengan tujuh karakteristik yang melekat pada suatu gereja, sebagai berikut (Gunawan, 2009):

- a. Kristus (Allah) adalah kepala gereja yang tertinggi.
- b. Gereja memiliki hierarki yang jelas dalam prosesnya.
- c. Keimamatan dan pelayanan setiap orang percaya.
- d. Kitab suci merupakan otoritas utama dan tertinggi sebagai pedoman kehidupan iman dan jasmani jemaat.
- e. Kumpulan orang yang telah mengalami pembaharuan iman percaya terhadap Kristus.
- f. Gereja melakukan dua sakramen kudus (baptisan air dan perjamuan kudus)
- g. Gereja harus ingat untuk melakukan amanat agung Kristus yang tertulis di dalam alkitab.

Ketujuh karakteristik di atas pada suatu gereja diharapkan mampu bersinergi untuk mencapai tujuan akhir dari suatu gereja, yaitu melaksanakan dua tugas pokok keberadaan gereja yaitu mengabarkan kabar baik (injil) yang merupakan tugas keluar yang dilakukan gereja dan juga memelihara iman serta membina maupun membangun jemaat dalam bidang ekonomi dan sosial. Tugas kedua gereja yaitu fokus merawat orang-orang yang merupakan perkumpulan, kelompok, atau yang biasa dikatakan jemaat gereja. Pemeliharaan anggota jemaat gereja menjadi suatu hal yang penting, karena orang-orang ini yang akan menjadi kekuatan perkembangan dan kemajuan gereja serta terlaksananya tujuan ataupun visi dari gereja. Kestabilan sosial dan ekonomi jemaat akan berpengaruh pada terlaksananya tugas pengabaran injil yang merupakan tugas utama sebuah gereja.

Kompleksnya tugas atau tujuan suatu gereja menyadarkan bahwa terlaksananya tugas-tugas pokok gereja tidaklah mudah. Gereja juga bukan lembaga atau institusi dengan SOP (*standard operating system*) yang didukung dengan penghargaan atau sanksi seperti organisasi pada umumnya (Mayopu, 2014:120). Hal ini menjadi tantangan bagi gereja dalam mengorganisasikan aktivitas dalam organisasi gereja yang diperhadapkan dengan berbagai situasi sulit. Gereja tahu bahwa untuk mencapai suatu tujuan besar dengan terdiri dari orang-orang (jemaat) yang berbeda-beda karakter dan lingkungan sosialnya tidak mudah dan membutuhkan suatu strategi. Melihat hal tersebut gereja perlu membangun suatu sistem pengelolaan manajemen dalam mengatur proses kerja serta pencapaian tujuan suatu gereja.

Manajemen yang baik perlu dimulai dari sistem komunikasi ideal terjalin dalam organisasi. Komunikasi saat ini menjadi suatu dasar yang penting dan fundamental bagi proses pengorganisasian gereja. Pentingnya komunikasi yang baik terhubung dalam gereja agar pemaknaan tujuan gereja dapat di realisasikan secara bersama-sama sebagai suatu organisasi dan juga gereja (dalam maksud religius). Komunikasi bagi gereja saat ini memiliki peran vital dalam menjalankan aktivitas organisasi gereja. Oleh sebab itu, strategi komunikasi menjadi gereja penting untuk direncanakan dan dikoordinasi. Devito (2006, h. 177) menjelaskan beberapa solusi yang dapat digunakan gereja dalam berkomunikasi untuk mencapai proses organisasi yang ideal dan berkualitas, antara lain:

- 1) Keterbukaan, membuka diri dan mengungkapkan informasi yang tersembunyi, terbuka untuk mendengarkan, dan memberikan respon yang jujur terhadap pesan yang disampaikan.
- 2) Empati, kemampuan untuk merasakan seperti yang orang lain rasakan (sudut pandang perasaan orang lain). Menunjukkan ada pengertian emosional tanpa mempengaruhi identitas diri sesungguhnya.
- 3) Sikap positif, dalam berkomunikasi menggunakan pesan yang bersifat positif dibanding negatif.
- 4) Kebersatuan, adanya rasa kesatuan atau kebersamaan antara pembicara dan pendengar. Rasa ini menunjukkan adanya minat dan perhatian yang ditujukan terhadap orang yang didengar.
- 5) Manajemen interaksi, adanya sistem interaksi yang diatur secara strategi dan teknik untuk kedua belah pihak berkontribusi dalam proses komunikasi, sehingga tidak ada yang terabaikan.
- 6) Daya ekspresi, mengkomunikasikan keterlibatan secara jujur dalam bentuk tanggung jawab akan pemikiran dan perasaan pribadi, mendorong ekspresi keterbukaan orang lain, dan memberikan umpan balik yang sesuai.
- 7) Orientasi kepada orang lain, kemampuan untuk mengadaptasi pesan interpersonal kepada orang lain. Hal ini sebagai penyampaian minat dan ketertarikan akan apa yang dikatakan orang lain.

Strategi komunikasi yang dilakukan gereja dalam berkomunikasi merupakan salah satu cara mengelola organisasi sebagai rangkaian yang dilakukan oleh lebih dari satu orang dengan menggunakan fasilitas, media dan sumber daya

yang sesuai dan relevan untuk mencapai suatu tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Gereja sebagai organisasi memerlukan sistem komunikasi pengelolaan yang baik dengan melibatkan orang-orang di dalamnya untuk mencapai tugas-tugas atau tujuan gereja itu sendiri.

6. Kerangka Konsep

Banyak organisasi, kesuksesan dalam mencapai tujuan organisasi paling besar tergantung pada kemampuan dan keterampilan komunikasi dari *manager* organisasi (Mayopu, 2014, h. 124). Hal ini menunjukkan keberhasilan tujuan organisasi berada dalam keterampilan komunikasi dari pemimpin atau pihak-pihak yang *me-manage* organisasi. Gereja sebagai organisasi yang memiliki tujuan religius, harus memiliki kemampuan dalam berkomunikasi untuk mengatur gereja.

Komunikasi organisasi merupakan suatu bentuk penafsiran pesan pada suatu organisasi yang terdiri dari unit-unit organisasi terhubung dalam struktur hierarki dan menjalankan fungsinya dalam suatu lingkungan (Pace dan Faules, 2006, h. 32). Pesan-pesan tersebut mengalir dalam organisasi gereja bertujuan agar pergerakan setiap kegiatan-kegiatan dalam organisasi dapat terkoordinasi ke unit-unit organisasi gereja sesuai dengan struktur arus dan fungsinya untuk mencapai tujuan organisasi.

Konsep fungsi komunikasi dalam gereja akan membuat komunikasi organisasi berlangsung lebih maksimal apabila dapat berjalan sesuai dengan maksud dan tujuannya. Hardjana (2016, h. 138) mengatakan fungsi komunikasi itu berhubungan erat dengan kewenangan dan peran yang sudah tersistem guna

mencapai tujuan secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa proses komunikasi dalam organisasi gereja terjadi karena ada hubungan secara struktur hierarki yang menyebabkan adanya arus komunikasi yang mengalirkan pesan sehingga fungsi komunikasi itu terwujud dalam setiap kegiatan yang ada dalam organisasi gereja.

Berdasarkan penelitian ini komunikasi organisasi yang menjadi objek penelitian adalah jenis pesan dan fungsi komunikasi organisasi gereja IFGF Jogja dalam arus komunikasi pelaksanaan kegiatan Super Sunday. Unit-unit organisasi dalam organisasi gereja yang saling berkoordinasi untuk menunjukkan keberadaan suatu gereja dalam bentuk aktivitas gereja, yaitu ibadah (Kusuma, 2009, h. 24). Ibadah dilakukan untuk sebuah tujuan gereja, yaitu karena iman dan kepercayaan jemaat kepada Yesus Kristus sebagai Tuhan. Gereja IFGF Jogja sebagai organisasi gereja juga melakukan kegiatan atau aktivitas ibadah, yang disebut dengan Super Sunday. Pelaksanaan Super Sunday terkoordinasi oleh struktur organisasi Super Sunday, yang dalam prosesnya mengalir jenis pesan dan fungsi komunikasi dalam arus komunikasi untuk mencapai tujuan optimalisasi kegiatan organisasi gereja.

Struktur organisasi ini memposisikan setiap anggota organisasi pada wewenang tertentu, sehingga dapat bertanggung jawab sesuai dengan kemampuan dan keahlian mereka dalam berorganisasi. Penerapan fungsi komunikasi organisasi gereja dapat terwujud dalam jenis pesan yang mengalir melalui arus komunikasi berdasarkan garis-garis kewenangan struktur hierarki komunikasi organisasi gereja, seperti (Hardjana, 2016, h. 143-155):

a. Arus Komunikasi ke Bawah

Arus komunikasi ke bawah adalah peran atasan anggota organisasi pada posisi dan wewenang tertentu mendominasi pesan komunikasi ke anggota organisasi lainnya. Fungsi komunikasi atasan ke bawahan perlu bekerja dalam memberikan instruksi tugas pelayanan yang harus dilakukan, pemahaman pelayanan, aturan-aturan gereja, melakukan sosialisasi visi-misi gereja, tujuan gereja agar jemaat dapat memahami dan memudahkan untuk beradaptasi dengan gereja sehingga kebutuhan sebagai jemaat terpenuhi.

b. Arus komunikasi ke atas

Bawahan anggota organisasi ikut berperan penting sesuai fungsi dalam suatu organisasi. Pesan komunikasi bawahan dalam manajemen gereja atau jemaat gereja menjadi masukan untuk penanganan masalah/konflik dan juga perkembangan dalam organisasi gereja. Hal ini menjadi tolak ukur rasa memiliki atau kelayakan jemaat dan manajemen kepada organisasi gereja.

c. Arus komunikasi horizontal

Komunikasi ini biasa dilakukan antara departemen yang berada pada posisi sederajat dalam keterkaitan dengan organisasi. Hubungan komunikasi horizontal juga menjaga hubungan antar jemaat dalam organisasi gereja dan saling berkoordinasi untuk membantu tugas pelayanan gereja masing-masing departemen atau sesama jemaat agar tercapainya keselarasan dengan tujuan dan perkembangan organisasi gereja.

d. Arus komunikasi diagonal

Arus komunikasi diagonal berlangsung bersilangan sesuai dengan kebutuhan organisasi. Fungsi arus komunikasi ini akan mempercepat informasi sampai kepada sasarannya. Informasi yang cepat menyebar di dalam organisasi gereja, menunjukkan komunikasi informal terjalin tidak sesuai garis struktur namun tetap tepat sasaran sesuai kewenangannya. Contohnya komunikasi pendapat jemaat langsung kepada pemimpin tertinggi di gereja, yaitu gembala.

Schein (dalam Muhammad, 2007, h. 23) menyatakan bahwa organisasi adalah suatu kegiatan koordinasi sejumlah orang untuk mencapai tujuan dengan pembagian kerja dan fungsi kewenangan serta tanggung jawab. Sebagai organisasi gereja, tentu punya karakteristik tertentu dalam struktur, tujuan, dan hubungan satu unit dan unit lainnya. Semua ini tergantung dengan kemampuan komunikasi dalam arus komunikasi organisasi untuk mengoordinasikan kegiatan ibadah organisasi gereja. Keberhasilan komunikasi yang dilakukan organisasi akan menghasilkan pesan dan fungsi komunikasi yang mampu mengatur kegiatan ibadah Super Sunday untuk memenuhi kebutuhan jemaat gereja.

Dengan demikian, melalui kegiatan ibadah gereja kemampuan komunikasi dalam arus komunikasi organisasi gereja menjadi penting dalam memahami jenis pesan dan fungsi arus komunikasi dalam organisasi gereja. Pemahaman fungsi komunikasi bagian unit anggota organisasi diperlukan untuk mencapai komunikasi yang efektif dan efisien serta informasi yang menyeluruh sebagai suatu organisasi

gereja. Berikut merupakan teori fungsi komunikasi organisasi yang perlu dipahami sebagai anggota dan pemegang kewenangan dalam organisasi (Hardjana, 2006, h. 139-141).

a. Fungsi informasi

Informasi dalam organisasi gereja membantu jemaat gereja untuk memahami gereja secara keseluruhan, melalui visi-misi dan nilai yang dianut, dan proses penerapannya. Pemahaman informasi antara satu dengan yang lainnya akan mempermudah untuk membangun hubungan sesama jemaat gereja, penyesuaian lingkungan, mengetahui masalah dan juga solusi bagi organisasi gereja.

b. Fungsi perintah dan intruksi

Organisasi menggunakan fungsi ini sebagai pengatur kinerja atau kegiatan operasional sehari-hari dalam organisasi. Pemimpin gereja harus mengetahui pesan intruksi kepada jemaat yang tepat untuk menyelesaikannya. Jemaat gereja harus menangkap instruksi yang disampaikan sehingga tau bagaimana harus bertindak. Hal ini yang akan memastikan proses organisasi gereja dapat berlangsung dengan baik dan mencapai keberhasilan kegiatan organisasi gereja..

c. Fungsi pengaruh dan persuasi

Fungsi ini berguna untuk mengatur. Komunikasi terjalin sesuai dengan kewenangan dan posisi struktur hierarkis organisasi yang ada di gereja. Pengaruh dan persuasi akan datang dari orang yang memiliki kewenangan

dan posisi dalam dalam mengendalikan informasi dan perilaku jemaat gereja.

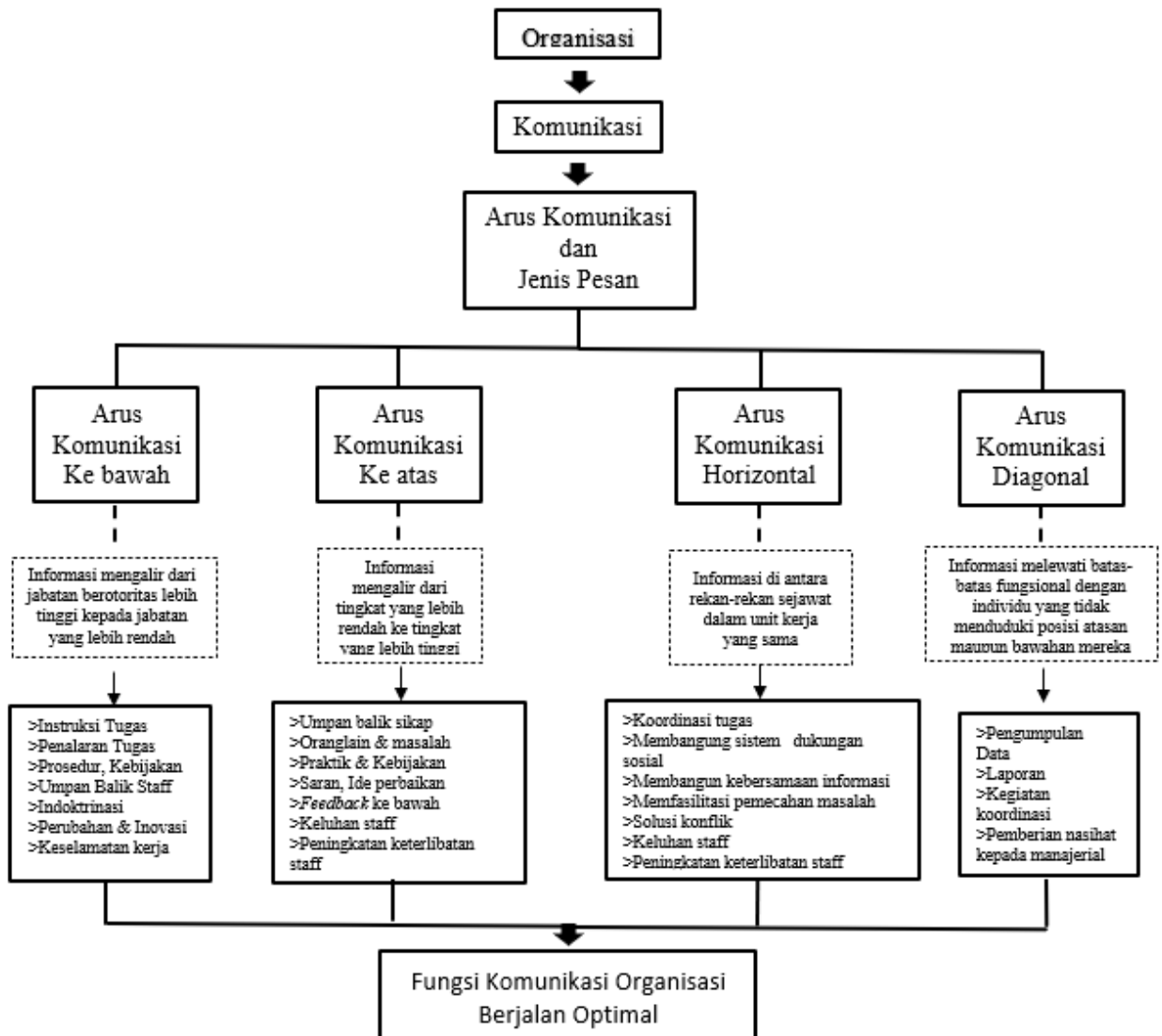
d. Fungsi integrasi

Fungsi ini berperan untuk memelihara dan mengembangkan situasi internal gereja. Pencapaian integrasi terwujud, apabila nilai budaya gereja dapat terwujud dan berdampak pada kepuasan kepuasan dan memenuhi kebutuhan jemaat gereja. Fungsi ini dapat dilakukan melalui kegiatan-kegiatan gereja yang dapat mempererat hubungan dan mempersatukan jemaat satu dan lainnya.

Berdasarkan konsep fungsi komunikasi dan arus komunikasi di atas dapat disampaikan bahwa fokus dari penelitian ini adalah memaparkan dan mendeskripsikan konsep fungsi komunikasi yang terungkap dalam arus komunikasi berdasarkan jenis pesan dalam arus komunikasi yang bertujuan untuk mengetahui optimalisasi fungsi komunikasi organisasi yang diterapkan gereja sebagai organisasi keagamaan. Gereja menjadi suatu objek menarik untuk dibahas, karena keterkaitan hubungan setiap orang yang terlibat di dalamnya didasarkan karena kebutuhan yang sama dengan tujuan yang religius, namun dalam proses pengorganisasiannya tetap terkoordinasi sesuai dengan struktur organisasi pada umumnya. Berikut merupakan Skema 1.1 kerangka konsep yang dibuat peneliti untuk memudahkan kerangka berpikir dari penelitian ini:

SKEMA 1.1

Skema Kerangka Konsep



(Digambarkan berdasarkan deskripsi kerangka konsep, 2021)

7. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian ini peneliti akan memaparkan jenis penelitian, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

7.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang digunakan penulis adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian bidang sosial yang dalam proses mengumpulkan data berdasarkan fenomena yang terjadi secara naturalistik dan menafsirkannya dalam bentuk naratif (Anggito, et al, 2018, h. 9). Peneliti memaparkan data penelitian berdasarkan hasil fenomena yang terjadi mengenai jenis pesan dan fungsi komunikasi yang diterapkan organisasi gereja IFGF Jogja dalam pelaksanaan kegiatan Super Sunday.

Penelitian ini bersifat deskriptif, yang mana peneliti harus mendeskripsikan suatu objek, fenomena, dan keadaan sosial yang terjadi kemudian dituangkan dalam bentuk kalimat/naratif (Rukin, 2019, h. 6). Peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menginterpretasikan hasil penelitian dalam bentuk mendeskripsikan jenis pesan dan fungsi arus komunikasi yang diterapkan organisasi gereja IFGF Jogja dalam pelaksanaan kegiatan Super Sunday.

7.2 Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus adalah proses pengamatan informasi secara mendalam, mendetail, dan sistematis tentang orang, kejadian, latar sosial, atau kelompok dengan menggunakan berbagai metode dan Teknik (Yusuf, 2014, h.340). Peneliti menggunakan metode ini bertujuan untuk mengetahui dan menggali secara mendalam mengenai jenis pesan dan fungsi arus komunikasi yang diterapkan organisasi gereja IFGF Jogja sebagai salah satu entitas organisasi keagamaan.

Studi kasus dalam penelitian adalah jenis pesan dan arus fungsi komunikasi yang dijalankan organisasi gereja IFGF Jogja dalam pelaksanaan kegiatan Super Sunday. Penelitian ini memiliki ciri yaitu pembahasan mendalam mengenai karakteristik khusus dari fungsi komunikasi organisasi yang dijalankan organisasi gereja yang menjadi keunikan yang membedakan dengan organisasi pada umumnya.

7.3 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di IFGF Place (Sekertariat Gereja IFGF Jogja), jalan cempaka baru no. 9 Sleman, Yogyakarta (belakang RS. JIH) condong catur Yogyakarta. Penelitian dilakukan tahun 2019/2020 dan diperbaharui pada tahun 2021 melalui wawancara dengan narasumber dari penelitian ini, yang mana narasumber tersebut adalah umat/jemaat organisasi gereja IFGF Jogja. Pembaharuan wawancara yang dilakukan kepada jemaat sebagai narasumber digunakan sebagai pelengkap dan memperkuat temuan data dari hasil wawancara dengan manajemen kepemimpinan Super Sunday.

7.4 Subjek dan Objek Penelitian

Objek penelitian ini terkait dengan jenis pesan dan fungsi arus komunikasi organisasi IFGF Jogja. Subjek penelitian ini adalah struktur manajemen Super Sunday sebagai penanggung jawab kegiatan organisasi gereja IFGF Jogja dan jemaat gereja sebagai bagian yang terlibat dalam proses dan merasakan dampak pelaksanaan kegiatan tersebut.

Narasumber dalam penelitian ini diambil berdasarkan database struktur organisasi gereja IFGF Jogja yang didapatkan melalui sekretaris gereja IFGF Jogja.

Pemilihan manajemen struktur Super Sunday yang menjadi narasumber subjek penelitian karena memiliki posisi, jabatan, serta peran penting dan bersangkutan dalam kegiatan Super Sunday. Kemudian terdapat perwakilan jemaat yang menjadi subjek penelitian tambahan, sebagai pihak yang mengikuti proses dari pelaksanaan Super Sunday gereja IFGF Jogja. Berikut deskripsi subjek penelitian yang termasuk kriteria narasumber penelitian ini, sebagai berikut:

TABEL 1.1
Tabel Narasumber Penelitian

Manajemen Super Sunday IFGF Jogja	
<i>Head Department Super Sunday (L1)</i>	Pemimpin seluruh kegiatan Super Sunday
<i>The box Coordinator Super Sunday (L2)</i>	Kordinator departemen Super Sunday, bagian persiapan tempat dan konten Super Sunday
<i>Usher Coordinator Super Sunday (L3)</i>	Kordinator departemen Super Sunday yang berfokus pada penyambutan jemaat dan jiwa baru
<i>iPraise Coordinator Super Sunday (L4)</i>	Kordinator departemen Super Sunday yang mempersiapkan pujian dan musik
<i>icafe Coordinator Super Sunday (L5)</i>	Kordinator departemen yang mempersiapkan <i>snack</i> , makan, minum bagi jemaat dan pelayan setelah ibadah Super Sunday
Jemaat/Umat Super Sunday Gereja IFGF Jogja	
Jemaat Senior (J1)	Perwakilan dari jemaat senior yang mengikuti proses pelaksanaan Super Sunday IFGF Jogja
Jemaat Keluarga Muda (J2)	Perwakilan dari jemaat dari keluarga muda yang mengikuti proses pelaksanaan Super Sunday IFGF Jogja
Jemaat Profesional Muda (J3)	Perwakilan dari jemaat dari profesional muda yang mengikuti proses pelaksanaan Super Sunday IFGF Jogja
Jemaat Anak Muda (J4)	Perwakilan dari jemaat dari anak muda yang mengikuti proses pelaksanaan Super Sunday IFGF Jogja

(Digambarkan berdasarkan hasil wawancara, 2021)

Berdasarkan kriteria subjek penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa narasumber tersebut layak untuk diwawancarai karena berkaitan langsung dengan objek penelitian yang merupakan variabel dari tujuan penelitian. Objek penelitian ini adalah jenis pesan dan fungsi arus komunikasi organisasi IFGF Jogja yang melibatkan subjek penelitian manajemen Super Sunday dan jemaat untuk mencapai tujuan penelitian. Dengan demikian dapat ditemukan keunikan pesan dan fungsi komunikasi organisasi gereja yang membedakan dengan organisasi pada umumnya.

7.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dituntut untuk menemukan data yang jelas dan mendalam. Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, yang lain merupakan tambahan atau pendukung penelitian seperti dokumen dan lainnya (Moleong, 2004, h. 157). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan wawancara mendalam dan dokumentasi.

a. Wawancara mendalam

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam merupakan alat efektif dalam mengumpulkan data dan informasi yang berasal dari komunikasi antara manusia, sehingga dapat terkonstruksi sebuah makna terhadap suatu topik tertentu (Sugiyono, 2013, h. 317).

Wawancara mendalam dilakukan terhadap orang-orang yang termasuk dalam struktur organisasi IFGF Jogja dalam kegiatan Super Sunday dilakukan dengan semi terstruktur. Narasumber yang dipilih dalam penelitian ini berjumlah Sembilan orang terkait Super Sunday, antara lain satu pemimpin tingkat satu L1 (Pemimpin Super Sunday) sebagai pemimpin utama Super Sunday untuk mengetahui perencanaan dan pelaksanaan Super Sunday secara utuh, dan pemimpin tingkat dua empat L2 (Kordinator Super Sunday) sebagai penggerak Super Sunday yang memastikan keberhasilan dari Super Sunday tersebut, dan perwakilan 4 orang jemaat gereja yang juga merasakan dampak serta mengikuti proses pelaksanaan Super Sunday.

b. Dokumentasi

Teknik ini dalam penelitian adalah pengumpulan data sekunder yang berbentuk dokumentasi tertulis atau gambar yang sesuai dengan penelitian ini dan yang berasal dari organisasi. Menurut Arikunto (2010, h. 274) dokumentasi yaitu data atau variabel yang berupa notulen, catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, dan lainnya. Studi dokumentasi penelitian ini menggunakan data atau dokumen tertulis IFGF Jogja mengacu pada buku *articles of Incorporation & Bylawas* IFGF, yang merupakan tata aturan atau anggaran dasar rumah tangga gereja IFGF Jogja. Dokumen-dokumen pribadi IFGF Jogja juga menjadi data untuk melengkapi pengumpulan data penelitian.

7.6 Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Moleong (2004, h. 103) merupakan Teknik untuk mengordinasikan dan mengelompokkan pola, kategori, dan satuan uraian hingga menghasilkan dan menemukan formal yang tepat untuk suatu tema. Analisis data dilakukan untuk memaknai penelitian yang telah dilakukan atas hasil wawancara dan Teknik pengumpulan data yang sudah dilakukan, kemudian melakukan perbandingan antara situasi atau data lapangan yang sudah ditemukan dengan teori. Berikut merupakan langkah-langkah yang akan digunakan peneliti dalam melakukan analisis data.

a. Pengumpulan data

Peneliti melakukan pengumpulan data berupa dokumenter, kata-kata, fenomena, foto, yang dilakukan dalam Teknik pengumpulan data. Pengumpulan data ini juga dibantu dengan *recorder* dan kamera.

b. Reduksi Data

Merupakan suatu pemusatan dan pemilihan data yang relevan dengan permasalahan penelitian. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi data-data yang berhubungan erat dengan penelitian ini agar terarah dan berfokus pada masalah topik penelitian.

c. Penyajian Data

Penggambaran suatu fenomena dan keadaan yang sesuai dengan data yang telah direduksi sebelumnya. Pemaparan fenomena tersebut disesuaikan dengan teori penelitian yang ada dan dikombinasikan dengan data yang telah ditemukan di lapangan.

d. Kesimpulan

Data-data yang telah diproses, diambil kesimpulan secara umum secara obyektif dengan metode induktif. Kesimpulan tersebut perlu dilakukan verifikasi dengan pengumpulan data, reduksi data, dan *display* data untuk memastikan sesuai dan tidak keluar dari topik permasalahan penelitian yang dilakukan.