

4 ANALISIS DATA

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil GKI Residen Sudirman Surabaya

Nama Organisasi	: GKI Residen Sudirman Surabaya
Alamat	: Jalan Residen Sudirman No. 14-18, Surabaya
Telepon	: 031 5032212 / 031 5013549
Fax	: 031 5013549
E-mail	: gkiressudsby@gmail.com
Website	: www.suplemenGKI.com

4.1.2 Sejarah GKI Residen Sudirman Surabaya

Sekitar tahun 1929, Liem Soei Tioe sekeluarga yang berasal dari Mojokerto biasa mengadakan “koempoelan roemah tangga” atau “bidstond” di Gang Bogen, Tambaksari yang menjadi cikal bakal Gereja Kristen Indonesia (GKI) Jawa Timur. Kawasan jalan Residen Sudirman (Ressud) telah memainkan peran penting dalam kancan sejarah awal GKI Jatim. Ds. HAC Hildering yang pernah diutus ke Amoy, Tiongkok; tahun 1932 ditugaskan mengembangkan gereja Kristen Tionghoa di Jawa Timur sampai tahun 1952. Selama 20 tahun Hildering tinggal di jalan Ketabangkali 13, Surabaya. Pelayanannya terfokus di kawasan Jl. Residen Sudirman, Surabaya Timur. Ada satu tempat bersejarah yang tidak jauh dari Gang Bogen, yaitu di jalan Kapasari 95, Surabaya. Di situlah awalnya diselenggarakan kebaktian dengan memakai gedung Christelijk Chinese Hollandse School (CCHS).

Ds. Oei Liang Bie menerima panggilan dari GKI Jatim Surabaya tahun 1953 dan ditahbiskan sebagai pendeta Jemaat tanggal 6 Januari 1954. Ia menjalin kerjasama yang baik dengan pendeta-pendeta gereja lain di Surabaya. Ketika GPIB akan membangun gedung gereja di Jl. Yos Sudarso Surabaya, mereka menawarkan menjual bangunan semi permanen di Jl. Residen Sudirman 16 Surabaya. Terjadilah transaksi antara GKI yang diwakili oleh Ds. Oei Liang Bie (Pdt. A. J. Obadja) dengan Ds. S. A. R. Hardindari GPIB pada bulan Maret 1958.

Dengan bangunan yang sangat sederhana itu, sejak tanggal 6 Juli 1958 dimulailah kebaktian setiap hari Minggu pukul 17.00. Kebaktian itu dipimpin oleh Ds. Drs. Han Bin Kong dan dihadiri oleh Tua-Tua dan Diaken dengan disertai pelayanan sakramen. Itulah awal eksisnya GKI Ressud sebagai gereja Tuhan yang mengemban persekutuan-kesaksian-pelayanan di kawasan Surabaya Timur.

Dengan bertambahnya jumlah anggota gereja, dibentuklah Panitia PRG (Pembangunan Rumah Gereja) untuk mewujudkan bangunan yang lebih besar. Bangunan lama yang kecil dibongkar. Peletakan batu pertama untuk pembangunan dilakukan tanggal 23 Agustus 1959. Sementara itu kebaktian dialihkan di jalan Dharmahusada 25, meminjam gedung gereja GKJW.

Dengan selesainya bangunan yang berbentuk gudang, tanggal 5 Mei 1960 gedung gereja diresmikan. Sejak itu gereja ini sering dijuluki “seperti gudang”. Pantas dikatakan gudang karena bentuknya dari muka memanjang dari kiri ke kanan. Tidak ada ciri menara atau simbol salib di luarnya seperti lazimnya sebuah gereja.

Pendeta yang melayani GKI Jatim Surabaya Daerah Ressud adalah Pdt. B. A. Abednego mulai 26 Januari 1964 sampai 2 Januari 1974. Tanggal 3 April 1974 diadakan kebaktian Pengembangbiakan oleh GKI Jatim Surabaya yang saat itu terdiri dari Majelis Gereja Daerah: Sulung Sekolahan, Residen Sudirman, Embong Malang, Diponegoro dan Ngagel Jaya. Momen itu adalah semata-mata fenomena teknis organisatoris dari sebuah sistem sentralisasi menjadi sistem desentralisasi. Tidak dipakainya istilah pendewasaan, karena tidak diatur dalam Tata Gereja GKI Jatim tahun 1965, maupun POR (Peraturan Organisasi) GKI Jatim Surabaya tahun 1960. Karena itu rapat pleno GKI Jatim Surabaya memutuskan memakai istilah pengembangbiakan.

Tanggal 11 Maret 1984 dibentuk Panitia Pemugaran dan Pembangunan Gedung Gereja dan Balai Pertemuan (PPPG) GKI Ressud untuk merenovasi Gedung Gereja dan Balai Pertemuan secara total. Gedung Balai Pertemuan tiga lantai diresmikan pada kebaktian Minggu tanggal 6 Oktober 1985. Gedung Gereja dua lantai dengan luas bangunan 957m², berkapasitas 1.000 orang, diresmikan

pada kebaktian syukur tanggal 7 April 1990. Selama masa pemugaran pembangunan, kebaktian dialihkan dengan meminjam auditorium SMA Kristen PETRA, Jl. Kalianyar Surabaya.

Panitia penggalian sejarah GKI Ressud yang terdiri dari beberapa pendeta, teolog dan aktivis tahun 60-an, telah mengundang beberapa pelaku sejarah saat itu. Proses penggalian sejarah ini dilakukan secara bersama melalui penelitian dokumen, pengumpulan fakta, rapat-rapat, wawancara, maupun angket yang diedarkan kepada beberapa mantan anggota Majelis. Akhirnya Rapat Pleno Majelis GKI Residen Sudirman tanggal 15 Oktober 2003 menetapkan tanggal 6 Juli 1958 sebagai Hari Jadi GKI Residen Sudirman Surabaya (Sumber: Oleh Willy Purwosuwito, S.Th., M.A., Ketua Panitia Penggalian Sejarah GKI Residen Sudirman Surabaya, www.suplemenGKI.com/sejarah/).

4.1.3 Logo GKI Residen Sudirman Surabaya



Gambar 4.1 Logo Gereja Kristen Indonesia (GKI)

Sumber: www.gki.or.id, 2018

Logo Gereja Kristen Indonesia (GKI) terdiri dari 4 komponen utama yaitu perahu, salib, gelombang, serta Alfa dan Omega. Perahu melambangkan Gereja Tuhan yang bergerak maju memenuhi tugas panggilannya di dunia dan pengakuan GKI sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari Gereja-Gereja Tuhan untuk mewujudkan Gereja Yang Esa di Indonesia dan di dunia. Salib melambangkan

kasih dan pengorbanan Tuhan Yesus Kristus yang menentukan jalan hidup GKI. Gelombang melambangkan dunia yang penuh tantangan dan peluang di mana GKI diutus. Alfa dan Omega melambangkan Tuhan Allah yang kekal, yang berkuasa menetapkan dan menyertai seluruh perjalanan GKI (Sumber: www.gki.or.id).

4.1.4 Visi dan Misi GKI Residen Sudirman Surabaya

Berikut ini merupakan visi dan misi GKI Residen Sudirman Surabaya tahun 2012-2020:

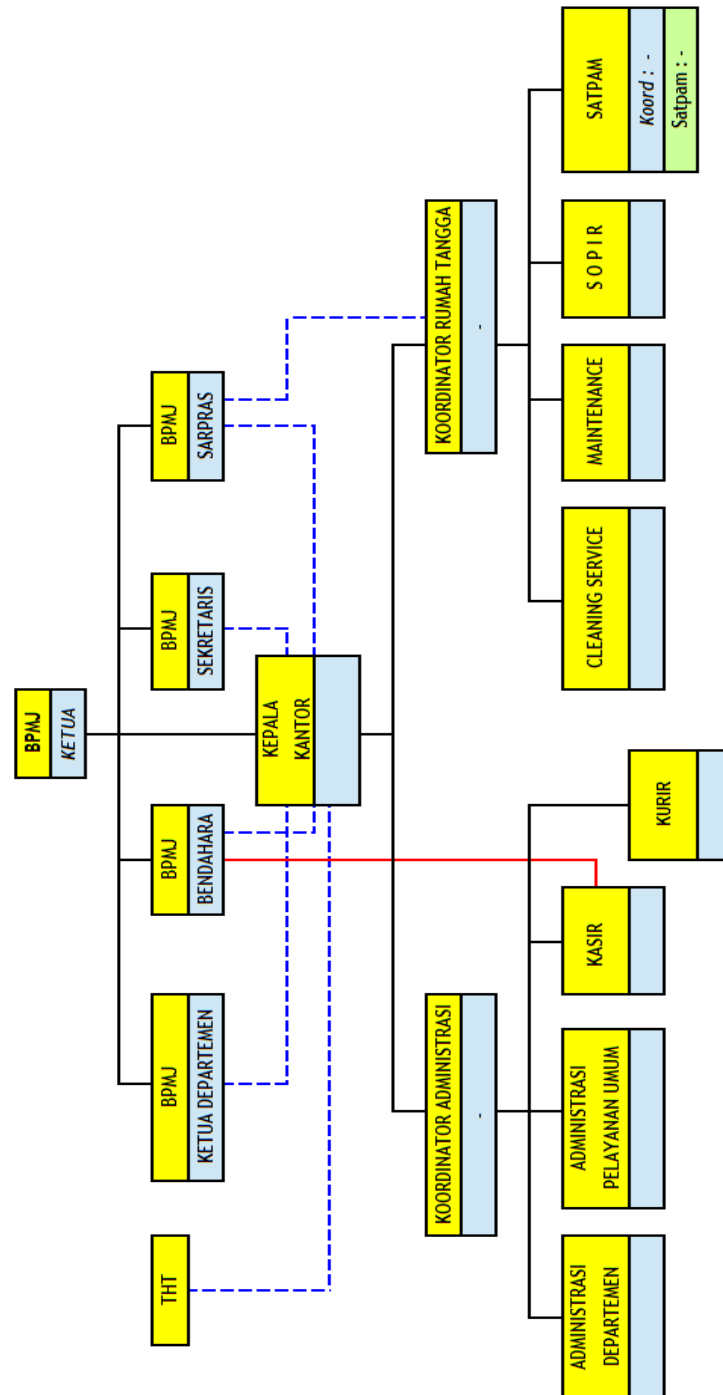
1. Visi

“Menjadi Gereja yang mewujudkan Kasih kepada Allah, Umat, Masyarakat dan Alam Sekitarnya”

2. Misi

- Membangun Hidup Menggereja Secara Dewasa
- Mengembangkan Kepemimpinan Yang Melayani
- Meningkatkan Penghayatan Jati Diri Gereja

4.1.5 Struktur Organisasi GKI Residen Sudirman Surabaya

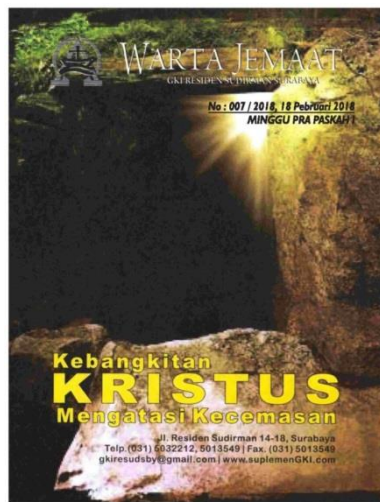


Bagan 4.1 Struktur Organisasi GKI Residen Sudirman Surabaya

Sumber: *Database GKI Residen Sudirman Surabaya, 2018*

4.1.6 *Warta Jemaat* GKI Residen Sudirman Surabaya

GKI Residen Sudirman Surabaya meyakini bahwa Gereja membutuhkan komunikator Kristiani yang berwawasan luas dan mampu menjalin komunikasi dengan siapa saja (suplemenGKI.com). Berangkat dari hal tersebut, GKI Residen Sudirman Surabaya membentuk dan mengembangkan media internal berupa *Warta Jemaat* sebagai sarana untuk menyampaikan informasi atau sebagai alat komunikasi antara Gereja kepada Jemaatnya.



Gambar 4.2 Cover *Warta Jemaat* edisi 18 Februari 2018

Sumber: *Database* GKI Residen Sudirman, 2018

Warta Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya awalnya hanya disediakan dalam bentuk cetak dengan target pembaca yaitu Jemaat usia 18-80 tahun. Seiring dengan perkembangan teknologi, GKI Residen Sudirman Surabaya mengembangkan *Warta Jemaat* dalam versi digital untuk menjangkau jemaat yang termasuk dalam generasi milenial. Kedua *Warta Jemaat* tersebut dirancang dan dikelola oleh Kantor Gereja. Kantor Gereja bertugas untuk mengumpulkan dan menyusun pesan atau informasi yang akan dimuat dalam *Warta Jemaat* setiap minggunya. Pesan dan informasi yang dimuat dalam *Warta Jemaat* yang terdiri dari 25 halaman dan merupakan perpanjangan tangan dari gereja kepada jemaatnya.

[illegible]

Sumber: Aplikasi GKI Surabaya, 2018

Universitas Kristen Petra

jemaat yang tidak mendapatkan *Warta Jemaat* cetak, jemaat yang tidak hadir saat kebaktian, hingga masyarakat dan jemaat gereja lainnya.

Warta Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya telah menjadi media utama dalam memenuhi kebutuhan informasi jemaatnya sejak pertama kali diterbitkan. Dengan adanya informasi-informasi dalam *Warta Jemaat*, jemaat diharapkan dapat mengetahui dan ikut berpartisipasi dalam kegiatan gereja serta memberikan masukan berupa saran maupun kritik kepada pihak gereja. *Warta Jemaat* juga merupakan satu-satunya media komunikasi yang dirancang dan diandalkan oleh Kantor Gereja untuk menjadi sumber informasi dan penanaman nilai-nilai gereja.

Warta Jemaat konsep cetak, dicetak dan dibagikan kepada jemaat setiap Hari Minggu. Terdapat 800 eksemplar *Warta Jemaat* cetak yang disebarakan tiap minggunya. Sedangkan *Warta Jemaat* dengan konsep digital yang dikembangkan oleh Kantor Gereja GKI Residen Sudirman Surabaya, diunggah pada sebuah aplikasi berbasis internet. Aplikasi berbasis internet tersebut adalah aplikasi GKI Surabaya. Aplikasi GKI Surabaya merupakan karya Mahoni.com sebagai salah satu *developer* aplikasi *mobile* di Indonesia. Aplikasi yang telah ada sejak tahun 2015 silam ini diciptakan agar bisa dimanfaatkan oleh Gereja Kristen Indonesia (GKI) di Surabaya untuk mempermudah Jemaat dan mengurangi biaya cetak kertas. Dengan adanya *Warta Jemaat* versi digital, setiap Jemaat dapat mengakses *Warta Jemaat* dengan lebih mudah dan efektif, baik saat hadir maupun tidak hadir pada kebaktian. Hal ini juga bertujuan untuk mewujudkan kehidupan ramah lingkungan dengan menghemat penggunaan kertas (Sumber: *About Aplikasi GKI Surabaya*).

Berikut ini merupakan tampilan media internal GKI Residen Sudirman Surabaya yaitu *Warta Jemaat* dalam versi digital:



Gambar 4.4 *Warta Jemaat* GKI Residen Sudirman Surabaya versi digital dalam Aplikasi GKI Surabaya
Sumber: Aplikasi GKI Surabaya, 2018

4.2 Deskripsi Data

4.2.1 Uji Validitas

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala Likert dimana setiap jawaban dalam kuisioner memiliki skor atau nilai sebagai berikut:

- Sangat Setuju (SS) : Skor 5
- Setuju (S) : Skor 4
- Netral (S) : Skor 3
- Tidak Setuju (TS) : Skor 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1

Jawaban dari kuisioner tersebut diolah menggunakan SPSS atau *Statistical Package for The Social Sciences for Windows version 24.0* dan dijelaskan dalam analisis data. Kuisioner diuji secara statistik untuk menguji validitas dan reliabilitasnya. Validitas dimaksudkan untuk menyatakan sejauh mana instrumen pengukuran dapat mengukur apa yang ingin diukur dengan melihat hasil *corrected item total correlation*. Jika r hitung lebih besar dari r tabel maka alat ukur dapat dinyatakan valid dan sebaliknya (Sujarweni dan Endrayanto, 2012, p. 177). Dalam

penelitian ini, r tabel yang ditetapkan yaitu 0,279 dengan jumlah jawaban responden yang diuji adalah 50 kuisioner.

Berikut ini merupakan hasil uji validitas menggunakan SPSS *for Windows version 24.0* untuk indikator menanamkan budaya organisasi:

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Menanamkan Budaya Organisasi

Indikator Peran Media Internal	Indikator Isi Media Internal	No Item	R tabel	R hitung	Keterangan
Menanamkan Budaya Organisasi	Berdasarkan Lingkup Masalah	1	0,279	0,723	VALID
		2	0,279	0,746	VALID
		3	0,279	0,560	VALID
	Berdasarkan Fungsi	4	0,279	0,598	VALID
		5	0,279	0,579	VALID
		6	0,279	0,673	VALID
		7	0,279	0,631	VALID
		8	0,279	0,518	VALID
		9	0,279	0,685	VALID
		10	0,279	0,593	VALID
		11	0,279	0,767	VALID
		12	0,279	0,662	VALID
		13	0,279	0,586	VALID
		14	0,279	0,706	VALID
		15	0,279	0,573	VALID
		16	0,279	0,651	VALID
	Berdasarkan Format	17	0,279	0,595	VALID
		18	0,279	0,582	VALID

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.1, dapat diketahui bahwa seluruh item pertanyaan dalam indikator peran media internal yang pertama yaitu menanamkan budaya organisasi,

mempunyai r hitung lebih besar dari r tabel 0,279. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam indikator peran media internal tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur untuk mengetahui tingkat pengetahuan Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* yaitu menanamkan budaya organisasi. Karena, jika r hitung $>$ r tabel yang ditentukan maka alat ukur dapat dinyatakan valid (Sujarweni dan Endrayanto, 2012, p. 177).

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Mempertahankan Budaya Organisasi

Indikator Peran Media Internal	Indikator Isi Media Internal	No Item	R tabel	R hitung	Keterangan
Mempertahankan Budaya Organisasi	Berdasarkan Lingkup Masalah	19	0,279	0,694	VALID
		20	0,279	0,765	VALID
		21	0,279	0,689	VALID
	Berdasarkan Fungsi	22	0,279	0,713	VALID
		23	0,279	0,707	VALID
		24	0,279	0,662	VALID
		25	0,279	0,737	VALID
		26	0,279	0,687	VALID
		27	0,279	0,613	VALID
		28	0,279	0,578	VALID
		29	0,279	0,718	VALID
		30	0,279	0,731	VALID
		31	0,279	0,718	VALID
		32	0,279	0,747	VALID
		33	0,279	0,759	VALID
		34	0,279	0,611	VALID
	Berdasarkan Format	35	0,279	0,661	VALID
		36	0,279	0,674	VALID

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 18 item pertanyaan dalam indikator peran media internal yang kedua yaitu mempertahankan budaya organisasi mempunyai r hitung diatas nilai r tabel yang ditentukan yaitu 0,279. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam indikator peran media internal tersebut dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur untuk mengetahui tingkat pengetahuan Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* yaitu mempertahankan budaya organisasi.

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Mensosialisasikan Perubahan

Indikator Peran Media Internal	Indikator Isi Media Internal	No Item	R tabel	R hitung	Keterangan
Mensosialisasikan Perubahan	Berdasarkan Fungsi	37	0,279	0,548	VALID
		38	0,279	0,694	VALID
		39	0,279	0,646	VALID
		40	0,279	0,482	VALID

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.3, empat item pertanyaan dalam indikator peran media internal yang ketiga yaitu mensosialisasikan mempunyai r hitung lebih besar dari 0,279. Sehingga, seluruh item pertanyaan dalam indikator peran media internal yaitu mensosialisasikan perubahan dinyatakan valid.

Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam kuisioner yang telah dirancang oleh peneliti untuk mengukur tingkat pengetahuan Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal dinyatakan valid untuk digunakan karena seluruh item pernyataan dalam kuisioner tersebut memperoleh hasil *corrected item total correlation* lebih dari r tabel yang ditentukan yaitu 0,279. Dengan kata lain, alat ukur layak untuk digunakan dalam mencari data untuk penelitian ini dan data yang ditemukan melalui kuisioner ini dapat dijadikan acuan sebagai hasil dari penelitian ini. Hal ini juga diperkuat dengan

pernyataan Sujarweni dan Endrayanto (2012, p. 177) yang menyatakan bahwa jika r hitung lebih besar dari r tabel yang ditetapkan, maka alat ukur dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen pengumpulan data.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Kriyantono (2006, p. 145) menyatakan bahwa alat ukur disebut reliabel bila alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawab yang sama terhadap gejala yang sama, walaupun digunakan berkali-kali. Menurut Konting dalam Iskandar (2009, p. 95), nilai reliabilitas *Alpha Cornbach* dengan nilai 0,60 sering digunakan sebagai nilai reliabilitas dalam suatu penelitian.

Peneliti kemudian melakukan uji reliabilitas pada kuisisioner yang telah dinyatakan valid tersebut. Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas yang peneliti lakukan dengan menggunakan SPSS for Windows version 24.0:

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas

Komponen	<i>Cornbach's Alpha</i>	Nilai <i>Cornbach's Alpha</i>	Keterangan
Tingkat pengetahuan mengenai peran <i>Warta Jemaat</i>	0,60	0,965	RELIABEL

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa 40 item pertanyaan yang ada pada kuisisioner memiliki nilai *Cornbach's Alpha* sebesar 0,965 atau dengan kata lain lebih besar daripada 0,60 sehingga kuisisioner yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur tingkat pengetahuan Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal dinyatakan reliabel atau konsisten dalam memberikan hasil atau jawaban yang sama terhadap gejala yang sama, walaupun digunakan berkali-kali (Kriyantono, 2006, p. 145). Dengan kata lain,

penelitian ini dapat diteliti dan alat ukur dapat digunakan dalam mencari data dan data yang ditemukan melalui kuisioner ini dapat dijadikan acuan sebagai hasil dari penelitian ini.

4.3 Profil Responden

Pada profil responden, dideskripsikan data hasil penyebaran kuisioner yang meliputi identitas responden. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 285 orang Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya usia 17-60 tahun yang mengetahui dan pernah membaca *Warta Jemaat* GKI Residen Sudirman Surabaya dalam versi cetak yang dibagikan di Gereja sebelum ibadah atau versi digital yang di-*download* melalui aplikasi *smartphone* GKI Surabaya edisi Pra-paskah bulan Maret 2018 dan edisi Paskah 1 April 2018. Berikut ini merupakan deskripsi identitas responden yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan format *Warta Jemaat* yang paling sering dibaca oleh responden.

4.3.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel 4.5 dibawah ini, diketahui bahwa sebanyak 156 responden (54,7%) penelitian ini berjenis kelamin perempuan dan 129 responden (45,3%) lainnya berjenis kelamin laki-laki.

Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	129	45,3%
Perempuan	156	54,7%
TOTAL	285	100%

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Dengan demikian, jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak dari responden yang berjenis kelamin laki-laki. Hal ini juga didukung oleh pernyataan Moida, Sekertaris Umum (SEKUM) Majelis Jemaat GKI Residen

Sudirman Surabaya, yang menyatakan bahwa Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya yang berjenis kelamin perempuan memang lebih banyak dari yang berjenis kelamin laki-laki, dapat dilihat pula perhitungan tersebut setiap minggunya dalam *Warta Jemaat* (Wawancara dengan Sekertaris Umum Majelis Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya, Moida, 4 Mei 2018).

4.3.2 Usia

Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Usia

Kategori	Frekuensi	Presentase
17-27 tahun	133	46,7%
28-38 tahun	47	16,5%
39-49 tahun	61	21,4%
50-60 tahun	44	15,4%
TOTAL	285	100%

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.6, dapat dilihat bahwa sebanyak 133 responden (46,7%) berusia 17-27 tahun, 61 responden (21,4%) berusia 39-49 tahun, 47 responden (16,5%) berusia 28-38 tahun dan 44 responden (15,4%) berusia 50-60 tahun. Jumlah responden tersebut juga didukung oleh pertanyaan Adit, Ketua Komisi Pemuda GKI Residen Sudirman Surabaya, bahwa total anggota pemuda sendiri berjumlah kurang lebih 120 orang dengan usia 17-27 tahun (Wawancara dengan Ketua Komisi Pemuda GKI Residen Sudirman Surabaya, Adit, 19 April 2018). Moida, Sekertaris Umum (SEKUM) Majelis Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya, juga menyatakan bahwa keseluruhan Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya didominasi oleh Jemaat muda yang berusia produktif (Wawancara dengan Sekertaris Umum Majelis Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya, Moida, 4 Mei 2018).

4.3.3 Pendidikan Terakhir

Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Kategori	Frekuensi	Presentase
SMA	110	38,6%
D1/D2/D3	19	6,7%
S1/S2/S3	156	54,7%
TOTAL	285	100%

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.7, diketahui bahwa responden terbanyak memiliki pendidikan terakhir S1/S2/S3 yaitu berjumlah 156 responden (54,7%), kemudian disusul oleh yang memiliki pendidikan terakhir SMA yang berjumlah 110 responden (38,6%) dan 19 responden (6,7%) lainnya yang memiliki pendidikan terakhir D1/D2/D3. Dari data pendidikan terakhir yang diperoleh melalui kuisisioner juga dapat diketahui bahwa tidak ada responden yang memiliki pendidikan terakhir SD dan SMP.

4.3.4 Format *Warta Jemaat* yang dibaca

Berdasarkan tabel 4.8 dibawah ini, diketahui bahwa jumlah responden yang mengetahui dan membaca *Warta Jemaat* versi cetak jauh lebih banyak dibandingkan dengan responden yang mengetahui dan membaca *Warta Jemaat* versi digital yaitu sebanyak 83,2% (237 responden) dibandingkan 16,8% (48 responden).

Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Format *Warta Jemaat*

Kategori	Frekuensi	Presentase
Cetak	237	83,2%
Digital	48	16,8%

TOTAL	285	100%
--------------	-----	------

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Padahal sama halnya dengan *Warta Jemaat* versi cetak, *Warta Jemaat* digital juga merupakan media komunikasi yang dirancang dan diandalkan oleh Kantor Gereja untuk menjadi sumber informasi dan penanaman nilai-nilai Gereja (Wawancara dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya, Dar, 12 Maret 2018). Namun, sebagian besar responden belum mengetahui dan membaca *Warta Jemaat* dalam format digital yang dapat diperoleh melalui aplikasi GKI Surabaya.

Berdasarkan data usia responden, kebanyakan responden berasal dari kategori usia pemuda yaitu 17-27 tahun. *Warta Jemaat* versi digital secara khusus dirancang untuk menjangkau Jemaat muda yang merupakan target pembacanya (Wawancara dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya, Dar, 28 Maret 2018). Namun berdasarkan tabel 4.8, diketahui bahwa *Warta Jemaat* versi cetak justru jauh lebih dikenal oleh para responden, termasuk pada responden dalam kategori usia muda yang menjadi target pembaca *Warta Jemaat* versi digital.

Saat membagikan kuisioner sebagai rangkaian pengambilan data di lapangan, peneliti tidak jarang memberikan informasi tambahan kepada responden yang belum mengetahui adanya *Warta Jemaat* versi digital yang dapat diunduh melalui aplikasi GKI Surabaya. Salah satu responden, Chyntia (26 tahun), menyatakan bahwa ia belum mengetahui bahwa Gereja memiliki *Warta Jemaat* versi digital yang dapat diunduh melalui aplikasi GKI Surabaya dan ia juga menyatakan bahwa belum pernah mendengar adanya sosialisasi mengenai *Warta Jemaat* versi digital tersebut (Wawancara dengan Chyntia, Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya, Minggu, 15 April 2018). Hal ini bertentangan dengan wawancara terdahulu peneliti dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya, Dar, pada 19 Februari 2018, yang menyatakan bahwa selain secara lisan, informasi terkait *Warta Jemaat* versi digital dicantumkan pada rubrik Informasi dalam *Warta Jemaat* versi cetak. Selain itu responden lain, Billy (19 tahun),

menyatakan bahwa ia mengetahui adanya *Warta Jemaat* dalam versi digital, namun enggan mengunduh *Warta Jemaat* tersebut karena konten *Warta Jemaat* versi digital tidak ada bedanya dengan *Warta Jemaat* versi cetak dan *Warta Jemaat* versi cetak lebih mudah didapatkan di Gereja, tanpa perlu mengunduh sebuah aplikasi terlebih dahulu (Wawancara dengan Billy, Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya, Minggu, 15 April 2018). Pernyataan Billy dapat didukung oleh teori karakteristik media cetak sendiri yaitu media cetak lebih bersifat fleksibel, mudah dibawa ke mana-mana, bisa disimpan, bisa dibaca kapan saja, mudah didapat dan tidak terikat waktu (Canggara, 2010, p. 126-127).

Dari hasil wawancara singkat tersebut, peneliti mengetahui bahwa Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya lebih familiar dengan *Warta Jemaat* versi cetak daripada versi digital yaitu dengan jumlah pembaca *Warta Jemaat* versi cetak adalah 237 responden (83,2%) dari total 285 responden. Berarti, hanya terdapat 48 responden (16,2%) dari total 295 responden yang mengetahui dan membaca *Warta Jemaat* versi digital. Hal ini dikarenakan, adanya informasi terkait yang belum tersampaikan secara merata kepada seluruh Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya dan akses untuk mendapatkan *Warta Jemaat* versi digital membutuhkan usaha yang lebih dari Jemaat untuk mendapatkan informasi.

4.4 Uji Statistik Deskriptif

Dalam mengolah jawaban dari responden, tingkat pengetahuan Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal diukur dalam tiga indikator yaitu menanamkan budaya organisasi, mempertahankan budaya organisasi dan mensosialisasikan perubahan. Pengukuran tersebut dilakukan dengan menggunakan Skala Likert (Kriyantono, 2008, p. 136). Tiap jawaban kuisioner memiliki skor sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	: Skor 5
Setuju (S)	: Skor 4
Netral (S)	: Skor 3
Tidak Setuju (TS)	: Skor 2

Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1

Selanjutnya, jawaban dari kuisioner tersebut diolah menggunakan SPSS atau *Statistical Package for The Social Sciences for Windows version 24.0* dan dideskripsikan sesuai indikatornya masing-masing dalam analisis pada sub bab berikut ini.

4.4.1 Tingkat Pengetahuan Mengenai Peran *Warta Jemaat* dalam Menanamkan Budaya Organisasi

Menurut Siregar dan Pasaribu (2000, p. 36) media internal dapat menjalankan tiga peran penting dalam upaya untuk mengkomunikasikan budaya organisasi. Salah satunya adalah menanamkan budaya organisasi. Menanamkan budaya organisasi melalui media internal dapat dilakukan dengan berbagai cara dengan tujuan agar anggota organisasi dapat menyerap nilai atau budaya organisasi melalui media internal. Dengan demikian, tujuan organisasi dapat direalisasikan. Maka dalam sub bab ini, peneliti ingin melihat sejauh mana pengetahuan Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal, yaitu menanamkan budaya organisasi.

4.4.1.1 Indikator Menanamkan Budaya Organisasi Pada Dimensi Informasi Berdasarkan Lingkup Masalah

Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik Deskriptif Indikator Menanamkan Budaya Organisasi Pada Dimensi Informasi Berdasarkan Lingkup Masalah

No	Pernyataan	Frekuensi					Mean	Mean Dimensi
		STS	TS	N	S	SS		
1	Saya mengetahui informasi “Renovasi Pastori Pendeta” melalui rubrik INFO JEMAAT bertujuan untuk	6	33	42	110	94	3,89	4,03

	menanamkan Misi Gereja yaitu Mengembangkan Kepemimpinan yang Melayani	2,1%	11,6%	14,7%	38,6%	33,0%	
2	Saya mengetahui informasi “Renovasi Gedung Gereja Bajem Mulyosari” melalui rubrik INFO JEMAAT bertujuan untuk menanamkan Misi Gereja yaitu Membangun Hidup Menggereja Secara Dewasa	3	16	24	134	108	4,15
		1,1%	5,6%	8,4%	47,0%	37,9%	
3	Saya mengetahui kegiatan “Check Up Hemat” melalui rubrik INFO KLINIK UTAMA WALUYO JATI bertujuan untuk menanamkan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Umat dan Masyarakat	3	19	42	134	91	4,06
		1,1%	6,7%	14,7%	45,6%	31,9%	

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.9, nilai rata-rata untuk keseluruhan pernyataan dalam indikator menanamkan budaya organisasi pada dimensi informasi berdasarkan lingkup masalah adalah 4,03. Terdapat tiga pernyataan mengenai indikator menanamkan budaya organisasi pada dimensi informasi berdasarkan lingkup masalah. Ketiganya memiliki nilai *mean* yaitu masing-masing 3,89, 4,15 dan 4,06.

Dari ketiga pernyataan tersebut, pernyataan mengenai informasi Renovasi Gedung Gereja Bajem Mulyosari merupakan pernyataan yang memiliki nilai rata-rata tertinggi dalam menanamkan budaya organisasi dimensi informasi berdasarkan lingkup masalah, yaitu 4,15. Hal ini dikarenakan, responden

cenderung menyatakan setuju dengan pernyataan bahwa responden informasi Renovasi Gedung Gereja Bajem Mulyosari.

Dari tabel 4.9 tersebut juga dapat dilihat bahwa mayoritas responden memberikan jawaban positif yaitu 134 (47,0%) responden menjawab setuju dan 108 (37,9%) responden menjawab sangat setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden (242 responden) mengetahui informasi Renovasi Gedung Gereja Bajem Mulyosari melalui rubrik INFO JEMAAT bertujuan untuk menanamkan misi gereja yaitu membangun hidup menggereja secara dewasa. Jika dikaitkan dengan pernyataan Effendy (2003, p. 255) yang menyatakan bahwa efek kognitif terbentuk karena adanya perhatian, pengertian dan penerimaan dari komunikasi, maka hal ini terjadi karena adanya perhatian, pengertian dan penerimaan responden terhadap pesan mengenai kegiatan tersebut sehingga terbentuklah suatu efek pada kognitif responden yaitu yang awalnya tidak tahu menjadi tahu. Namun, pada pernyataan ini pula terdapat 24 (8,4%) responden yang memberikan jawaban netral, 16 (5,6%) responden lain menjawab tidak setuju dan 3 (1,1%) responden menjawab sangat tidak setuju. Menurut Kulas dan Stachowski (2009, p. 9) faktor yang menyebabkan responden lebih banyak memberikan jawaban netral adalah karena adanya perasaan ragu, respon yang mereka miliki bersifat kondisional, atau mereka memilih menjadi netral, moderat, atau rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa beberapa responden masih ragu-ragu atau belum mengetahui bahwa informasi Renovasi Gedung Gereja Bajem Mulyosari melalui rubrik INFO JEMAAT bertujuan untuk menanamkan misi gereja yaitu membangun hidup menggereja secara dewasa.

Informasi mengenai Renovasi Gedung Gereja Bajem Mulyosari merupakan artikel yang mengisahkan pembangunan Bakal Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya yang berlokasi di Mulyosari Surabaya. Artikel ini diandalkan sebagai sumber informasi terkait perkembangan gereja yang ingin disampaikan kepada seluruh jemaat. Melalui artikel ini pula, gereja ingin memperlihatkan konsistensinya dalam memanifestasikan misinya yaitu membangun hidup menggereja secara dewasa. Informasi mengenai Renovasi Gedung Gereja Bajem

Mulyosari yang dimuat dalam *Warta Jemaat* edisi Pra-paskah dan Paskah 2018 merupakan informasi yang termasuk dalam ruang lingkup manajemen gereja. Informasi yang termasuk dalam lingkup manajemen adalah berbagai peristiwa yang berada di dalam organisasi yang dinilai penting dan menarik bagi pembaca (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 64). Mayoritas responden memberikan jawaban setuju mengenai pernyataan ini yang berarti mereka mengetahui informasi tersebut. Mengetahui berarti individu memiliki kumpulan informasi terkait stimulus atau pesan (Reber, 2010, p. 10).

Hal ini dikarenakan, informasi ini selalu dimuat setiap minggunya dalam *Warta Jemaat* edisi Pra-paskah Maret 2018 dan Paskah 1 April 2018 sehingga responden dianggap selalu membaca dan memperoleh pengetahuan mengenai hal tersebut (Wawancara dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya, Dar, 6 April 2018). Jika dikaitkan dengan pernyataan Effendy, stimulus atau pesan yang terus-menerus disampaikan kepada seseorang dapat mempengaruhi kognitifnya apabila ada perhatian, pengertian dan penerimaan akan pesan tersebut (2003, p. 255). Artinya dengan terus-menerus membaca, responden dapat memperoleh informasi sehingga terbentuklah pengetahuan yang menyebabkan responden cenderung memberikan jawaban setuju pada pernyataan ini. Hal ini kemudian di dukung oleh pernyataan salah satu responden yang menyatakan bahwa informasi mengenai perkembangan atau perluasan gereja penting untuk dimuat dalam setiap edisi *Warta Jemaat* agar diketahui oleh jemaat sehingga jemaat memperoleh visualisasi dari misi gereja (Wawancara dengan Benyamin, 58 tahun, Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya, 15 April 2018).

Sedangkan, informasi mengenai Renovasi Pastori Pendeta memiliki nilai rata-rata terendah dalam dimensi ini yaitu 3,89. Meskipun demikian, pada pernyataan ini responden cenderung memberikan jawaban positif. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4.8 bahwa terdapat 110 (36,8%) responden yang menjawab setuju dan 94 (33,0%) responden yang menjawab sangat setuju sedangkan responden yang memberikan jawaban netral adalah 42 (14,7%) responden, 33

(11,6%) responden memberikan jawaban tidak setuju, dan 6 (2,1%) responden lainnya memberikan jawaban sangat tidak setuju.

Informasi mengenai Renovasi Pastori Pendeta tersebut dituangkan dalam bentuk artikel yang mengisahkan pembangunan pastori pendeta yang merupakan perwujudan kasih kepada para pendeta yang telah meayani di gereja Tuhan. Informasi mengenai Renovasi Pastori Gereja yang dimuat dalam *Warta Jemaat* edisi Pra-paskah dan Paskah 2018 merupakan informasi yang termasuk dalam ruang lingkup manajemen gereja. Informasi yang termasuk dalam lingkup manajemen adalah berbagai peristiwa yang berada di dalam organisasi yang dinilai penting dan menarik bagi pembaca (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 64). Informasi ini juga bertujuan untuk menginterpretasikan misi gereja yaitu mengembangkan kepemimpinan yang melayani. Meskipun memiliki nilai *mean* terendah dalam dimensi ini, mayoritas responden cenderung memberikan jawaban positif mengenai pernyataan ini. Artinya, responden mengetahui bahwa informasi Renovasi Pastori Pendeta melalui rubrik INFO JEMAAT bertujuan untuk menanamkan misi gereja yaitu mengembangkan kepemimpinan yang melayani.

Pernyataan mengenai kegiatan Check Up Hemat merupakan pernyataan ketiga dalam indikator menanamkan budaya organisasi dimensi informasi berdasarkan lingkup masalah dengan nilai rata-rata 4,06. Hal ini dapat dilihat melalui data dalam tabel 4.9, pernyataan nomer 3, dimana dari total 285 responden penelitian ini, diketahui bahwa 134 (45,6%) responden menjawab setuju dan 91 (31,9%) responden lainnya menjawab sangat setuju. Artinya, terdapat 242 responden yang memberikan jawaban setuju bahwa mereka memiliki pengetahuan terkait kegiatan Check Up Hemat dan tujuannya dalam menanamkan budaya organisasi. Terlepas dari hal tersebut, masih terdapat 42 (14,7%) responden yang menjawab netral, 19 (6,7%) responden menjawab tidak setuju dan 3 (1,1%) responden menjawab sangat tidak setuju. Artinya, masih terdapat responden yang ragu-ragu atau bahkan tidak memiliki cukup informasi

dalam ingatan mereka terkait kegiatan Check Up Hemat serta tujuannya dalam menanamkan budaya oranisasi.

Check Up Hemat merupakan kegiatan pemeriksaan kesehatan dengan biaya terjangkau bagi umat gereja maupun masyarakat yang kurang mampu. Check Up Hemat tersebut diadakan pada bulan Maret-Mei 2018 bertempat di klinik Waluyo Jati. Klinik Waluyo Jati sendiri merupakan klinik yang berdiri di bawah payung Gereja Kristen Indonesia dan lokasinya tepat bersebelahan dengan GKI Residen Sudirman Surabaya (www.in-christ.net). Informasi mengenai kegiatan Check Up Hemat yang dimuat dalam *Warta Jemaat* edisi Pra-paskah dan Paskah 2018 ini merupakan informasi yang termasuk dalam ruang lingkup non-manajemen. Informasi berdasarkan lingkup non-manajemen, adalah peristiwa atau masalah diluar manajemen yang dinilai penting dan menarik bagi pembaca seperti kegiatan sosial dan sebagainya (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 64). Mayoritas responden memberikan jawaban setuju pada pernyataan ini. Artinya, responden mengetahui adanya kegiatan ini dan menyetujui bahwa informasi tersebut dimuat pada *Warta Jemaat* dengan tujuan untuk menanamkan visi gereja yaitu mewujudkan kasih pada umat dan masyarakat.

Stimulus atau pesan yang terus-menerus disampaikan kepada seseorang dapat mempengaruhi kognitifnya apabila ada perhatian, pengertian dan penerimaan akan pesan tersebut (Effendy, 2003, p. 255). Pengetahuan tersebut kemudian menjadi *cognitive domain* pada responden yang mengawali perubahan perilaku yang seturut dengan misi gereja yang telah tersampaikan (Sunaryo, 2002, p. 23-24). Hal ini kemudian didukung oleh pernyataan salah seorang responden yang menyatakan bahawa ia mengetahui tujuan diadakannya Check Up Hemat yaitu untuk mewujudkan kasih dan kepedulian gereja pada jemaatnya dan juga kepada masyarakat karena informasi tersebut sering kali dimuat dalam *Warta Jemaat* hingga melalui selebaran berwarna *pink* yang disisipkan dalam *Warta Jemaat* yang membuatnya tertarik untuk terus membaca (Wawancara dengan Priscila, 23 tahun, Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya, 15 April 2018).

Dari hasil uji deskriptif diatas, diketahui bahwa informasi mengenai Renovasi Pastori Pendeta, Renovasi Gedung Gereja Bajem Mulyosari dan kegiatan Check Up Hemat telah diketahui oleh mayoritas jemaat sebagai informasi yang bertujuan untuk menanamkan budaya organisasi. Hal ini terlihat dari jumlah jemaat yang memberikan jawaban sangat setuju dan setuju cenderung lebih banyak daripada jawaban lainnya pada ketiga pernyataan tersebut. Pada penelitian ini, memberikan jawaban setuju artinya responden mengetahui tujuan dari masing-masing pernyataan yaitu untuk menanamkan budaya organisasi.

Budaya organisasi yang dimaksud adalah sistem nilai-nilai yang diyakini oleh semua anggota organisasi dan yang dipelajari, diterapkan, serta dikembangkan secara berkesinambungan, berfungsi sebagai sistem perekat, dan dijadikan acuan perilaku dalam organisasi untuk mencapai tujuan perusahaan yang telah ditetapkan dalam visi dan misi organisasi (Moeljono, 2003, p. 3).

Berkaitan dengan budaya organisasi, seluruh anggota organisasi memerlukan adanya informasi mengenai organisasi yang relevan sehingga mereka dapat mengetahui bagaimana mereka dapat bertindak untuk berpartisipasi dalam mencapai tujuan dari organisasi tersebut (Susanto, 1997, p. 3). Untuk itu, organisasi dituntut untuk membuka komunikasi dua arah yang timbal balik agar terjadi pertukaran informasi yang positif (Kriyantono, 2014, p. 160). Apabila individu memiliki pengetahuan terkait isi media internal, maka media internal tersebut telah berhasil menjalankan fungsinya sebagai sarana penyampaian pesan-pesan, informasi, dan berita mengenai aktivitas perusahaan dengan baik (Ruslan, 1998, p. 187). Praktisi *Public Relations* juga berhasil menjalankan fungsinya dalam mengatur alur informasi antara organisasi dan publiknya demi terciptanya citra positif bagi kedua belah pihak (Ruslan, 2007, p. 19).

Hal ini juga didukung oleh wawancara peneliti dengan salah seorang responden yang memberikan jawaban sangat setuju pada ketiga pernyataan dalam dimensi lingkup masalah. Dia menyatakan bahwa artikel terkait Renovasi Pastori Pendeta maupun Gedung Bakal Jemaat di Mulyosari merupakan artikel

yang selalu ada setiap minggunya dan berisi perkembangan tentang pembangunan Gereja sehingga menarik untuk dibaca, sama halnya dengan Check Up Hemat yang beberapa kali telah ia ikuti bersama keluarganya (Wawancara dengan Yehezkiel, 45 tahun, Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya, Minggu 15 April 2018).

4.4.1.2 Indikator Menanamkan Budaya Organisasi Pada Dimensi Informasi Berdasarkan Fungsi

Tabel 4.10 Hasil Uji Statistik Deskriptif Indikator Menanamkan Budaya Organisasi Pada Dimensi Informasi Berdasarkan Fungsi

No	Pernyataan	Frekuensi					Mean	Mean Dimensi
		STS	TS	N	S	SS		
1	Saya mengetahui informasi “Himbauan Keamanan” melalui rubrik INFO BADAN PELAYANAN bertujuan untuk menanamkan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Umat	6	20	43	113	103	4,01	3,97
		2,1%	7,0%	15,1%	39,5%	36,1%		
2	Saya mengetahui informasi mengenai “Tim Hamba Tuhan dan Bantuan Hukum” bertujuan untuk menanamkan Misi Gereja yaitu Mengembangkan Kepemimpinan yang Melayani	3	7	45	105	125	4,20	
		1,1%	2,5%	15,8%	36,8%	42,9%		
3	Saya mengetahui kegiatan “Say It With Flowers” melalui rubrik INFO	5	32	92	86	70	3,65	

	JEMAAT bertujuan untuk menanamkan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Allah	1,8%	11,2%	32,3%	30,2%	24,6%	
4	Saya mengetahui kegiatan “Rumah Usiawan Panti Surya” melalui rubrik INFO JEMAAT bertujuan untuk menanamkan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Umat	1	15	28	114	127	4,23
		0,4%	5,3%	9,8%	40,0%	44,6%	
5	Saya mengetahui kegiatan “Santai Usiawan” melalui rubrik INFO BADAN PELAYANAN bertujuan untuk menanamkan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Umat	0	6	30	60	189	4,51
		0%	2,1%	10,5%	21,1%	66,3%	
6	Saya mengetahui kegiatan “Sampul Penyangkalan Diri” melalui rubrik INFO JEMAAT bertujuan untuk menanamkan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Masyarakat	2	16	92	108	67	3,78
		0,7%	5,6%	32,3%	37,9%	23,5%	
7	Saya mengetahui kegiatan “Gratis Potong Rambut” melalui rubrik INFO PANITIA PASKAH & PENTAKOSTA 2018 bertujuan untuk menanamkan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Masyarakat	3	47	58	99	78	3,71
		1,1%	16,5%	20,4%	34,7%	27,4%	

8	Saya mengetahui kegiatan “Garage Sale” melalui rubrik INFO PANITIA PASKAH & PENTAKOSTA 2018 bertujuan untuk menanamkan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Masyarakat	0	35	57	120	73	3,81
		0%	12,3%	20,0%	42,1%	25,6%	
9	Saya mengetahui informasi “Lowongan Kerja” melalui rubrik INFO SEKTOR bertujuan untuk menanamkan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Umat dan Masyarakat	5	32	58	107	83	3,81
		1,8%	11,2%	20,4%	37,5%	29,1%	
10	Saya mengetahui informasi “Seminar Kesehatan” melalui rubrik INFO SINODIAL & KLASIKAL bertujuan untuk menanamkan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Umat dan Masyarakat	1	3	63	138	80	4,03
		0,4%	1,1%	22,1%	48,4%	28,1%	
11	Saya mengetahui informasi “Buku Kehidupan Jemaat 2017” melalui rubrik INFO JEMAAT bertujuan untuk menanamkan Misi Gereja yaitu Meningkatkan Penghayatan Jati Diri Gereja	0	11	47	155	72	4,01
		0%	3,9%	16,5%	54,4%	25,3%	
12	Saya mengetahui informasi mengenai “Pesan Pastoral Rapat Kerja” bertujuan untuk	3	13	52	151	66	3,93

	menanamkan Misi Gereja yaitu Mengembangkan Kepemimpinan yang Melayani	1,1%	4,6%	18,2%	53,0%	23,2%		
13	Saya mengetahui kegiatan “Warung Pagi” melalui rubrik INFO BADAN PELAYANAN bertujuan untuk menanamkan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Masyarakat	3	13	48	159	62	3,93	
		1,1%	4,6%	16,8%	55,8%	21,8%		

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.10, nilai rata-rata untuk untuk pernyataan indikator menanamkan budaya organisasi pada dimensi informasi berdasarkan fungsi adalah 3,97.

Pernyataan pertama dalam dimensi ini adalah terkait informasi Himbauan Keamanan. Himbauan Keamanan bertujuan untuk menunjukan kepedulian kepada jemaat sekaligus merupakan salah satu bentuk intepretasi dari visi gereja yaitu mewujudkan kasih pada umat. Informasi ini memiliki fungsi edukatif yang berarti informasi yang disampaikan melalui media internal tersebut memiliki fungsi untuk mengedukasi atau memperkenalkan cara baru kepada pembaca dalam melakukan suatu kegiatan atau menyelesaikan suatu masalah (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 65).

Pada pernyataan ini, mayoritas responden cenderung memberikan jawaban positif yaitu sebanyak 113 (39,5%) responden yang menyatakan setuju dan 103 (36,1%) responden memberikan jawaban sangat setuju. Dari total 285 responden, terdapat 43 (15,1%) responden lainnya menjawab netral, 20 (7%) responden menjawab tidak setuju dan 6 (2,1%) responden memberikan jawaban tidak setuju. Dengan kata lain, mayoritas responden telah mengetahui dan menyetujui bahwa kebiasaan memberikan himbauan keamanan yang dilakukan gereja melalui *Warta Jemaat* bertujuan untuk menyatakan visi gereja dalam mewujudkan kasih pada

umat, karena jumlah responden yang cenderung memberikan jawaban setuju dan sangat setuju lebih banyak dari jumlah responden yang memberikan jawaban netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dengan kata lain, anggota jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya telah memiliki pengetahuan. Pengetahuan merupakan wujud nyata dari kebenaran-kebenaran informasi dan prinsip-prinsip yang diberikan (Kincaid dan Schramm, 1987, p. 115).

Dimensi informasi berdasarkan fungsi yang kedua adalah fungsi informatif. Fungsi informatif berarti informasi yang disampaikan melalui *Warta Jemaat* menambah pengetahuan bagi pembacanya (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 65). Informasi dengan fungsi informatif digunakan oleh seorang *Public Relations* untuk mengkomunikasikan budaya organisasi melalui media internal organisasi dalam hal ini *Warta Jemaat* GKI Residen Sudirman Surabaya. Pernyataan-pernyataan dengan fungsi informatif ini dapat dilihat dalam 12 (dua belas) pernyataan berikutnya.

Kebiasaan memberikan pelayanan dalam bentuk doa dan bantuan hukum yang dilakukan oleh tim pelayan di GKI Residen Sudirman Surabaya disampaikan kepada jemaat melalui *Warta Jemaat*. Informasi Tim Hamba Tuhan dan Bantuan Hukum ini diukur melalui pernyataan nomor 2 dalam dimensi ini. Kegiatan ini bertujuan untuk menanamkan misi gereja yaitu mengembangkan kepemimpinan yang melayani. Berdasarkan tabel 4.10, diketahui bahwa pernyataan ini memiliki nilai *mean* 4,20. Artinya, mayoritas responden mengetahui bahwa kebiasaan ini dilakukan dengan tujuan untuk menanamkan budaya Gereja. Mengetahui berarti responden memberikan perhatian, pengertian dan penerimaan terhadap stimulus (Effendy, 2003, p. 255). Effendy juga menjelaskan bahwa pencapaian tertinggi dalam proses komunikasi adalah ketika komunikan memiliki pengetahuan (kognitif) mengenai isi pesan dalam proses komunikasi tersebut. Hal ini dapat terlihat dari jumlah responden yang cenderung memberikan jawaban positif yaitu 125 (42,9%) responden menyatakan sangat setuju dan 105 (36,8%) responden menyatakan setuju. Dengan kata lain, 230 responden dari total responden penelitian ini telah memiliki pengetahuan terkait informasi Tim Hamba Tuhan dan

Bantuan Hukum bertujuan untuk menanamkan misi gereja yaitu megembangkan kepemimpinan yang melayani. Hal ini di dukung oleh pernyataan salah satu responden yang menyatakan bahwa “*Menurutku, memberikan tim bantuan kepada jemaat sudah cukup memberikan makna bahwa gereja ingin melayani jemaatnya*” (Wawancara dengan Irene, 31 tahun, Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya, 15 April 2018).

Pernyataan ketiga dalam dimensi ini adalah pernyataan mengenai kegiatan Say It With Flowers. Pernyataan ini memiliki nilai *mean* terendah pada dimensi informasi berdasarkan fungsi yaitu 3,65. Pada pernyataan tersebut, terdapat 92 (32,3%) responden yang memberikan jawaban netral, 86 (30,2%) responden menjawab setuju, 70 (24,6%) responden menjawab sangat setuju, 32 (11,2%) responden menjawab tidak setuju dan 5 (1,8%) responden lainnya menjawab sangat tidak setuju. Dari angka tersebut dapat terlihat bahwa jumlah responden yang memberikan jawaban netral lebih tinggi daripada yang memberikan jawaban setuju, sangat setuju atau jawaban lainnya. Menurut Kulas dan Stachowski (2009, p. 9) faktor yang menyebabkan responden lebih banyak memberikan jawaban netral adalah karena adanya perasaan ragu, respon yang mereka miliki bersifat kondisional, atau mereka memilih menjadi netral, moderat, atau rata-rata.

Hal ini didukung oleh pernyataan Amel, 21 tahun, yang menyatakan bahwa ia masih meragukan tujuan dari kebiasaan memberikan bunga tersebut sehingga ia lebih berhati-hari dalam berpendapat dan memilih untuk memberikan jawaban netral (Wawancara dengan Amel, 21 tahun, Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya, 15 April 2018). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tujuan dari kebiasaan Gereja dalam memberikan bunga sebagai simbol ucapan syukur kepada Allah yang dituangkan kedalam kegiatan Say It With Flowers masih membingungkan bagi mayoritas responden dan responden masih memiliki perasaan ragu untuk menyatakan bahwa dirinya menyetujui pernyataan tersebut sebagai manifestasi visi gereja yaitu mewujudkan kasih pada Allah.

Pernyataan keempat dalam dimensi ini adalah tentang Rumah Usiawan Panti Surya. Pernyataan ini memiliki nilai rata-rata 4,23. Dari 285 responden

penelitian ini, 127 (44,6%) responden menjawab sangat setuju, 114 (40%) responden menjawab setuju, 28 (9,8%) responden menjawab netral, 15 (5,3%) responden menjawab tidak setuju dan 1 (0,4%) responden lainnya menjawab sangat tidak setuju. Jika dilihat dari jumlah responden yang cenderung memberikan jawaban positif maka dapat diartikan bahwa mayoritas responden telah mengetahui bahwa kegiatan ini bertujuan untuk menanamkan budaya organisasi yang ingin disampaikan. Apabila individu memiliki pengetahuan terkait isi media internal, maka media internal tersebut telah menjalankan fungsinya sebagai sarana penyampaian pesan-pesan, informasi, dan berita mengenai aktivitas perusahaan dengan baik (Ruslan, 1998, p. 187).

Dari pernyataan-pernyataan tersebut, pernyataan kelima mengenai kegiatan Santai Usiawan memiliki nilai *mean* tertinggi dalam indikator menanamkan budaya organisasi pada dimensi Informasi berdasarkan fungsi yaitu 4,51. Nilai *mean* yang tinggi tersebut disebabkan mayoritas responden cenderung memberikan jawaban positif pada pernyataan ini. Dari 285 responden, 189 (66,3%) responden menjawab sangat setuju dan 60 (21,1%) responden menjawab setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki pengetahuan akan kegiatan ini dan menyetujui bahwa kegiatan ini bertujuan untuk menanamkan budaya organisasi yang ingin diterapkan yaitu mewujudkan kasih pada umat. Pada pernyataan yang sama, terdapat 30 (10,5%) responden menjawab netral, dan 6 (2,1%) responden lainnya menjawab tidak setuju. Meskipun demikian, responden lebih cenderung memberikan jawaban positif. Maka dapat diartikan bahwa ada informasi yang tersimpan dalam ingatan para responden tersebut terkait kegiatan Santai Usiawan dan tujuannya untuk menanamkan budaya organisasi sehingga mereka mengetahui kegiatan tersebut beserta tujuannya yaitu menanamkan budaya organisasi. Hal ini didasari oleh pengertian pengetahuan itu sendiri yaitu sebagai informasi yang tersimpan dalam ingatan (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994, p. 316).

Pernyataan ke enam mengenai kebiasaan memberikan persembahan khusus yang dikemas dalam kegiatan Sampul Penyangkalan Diri. Kebiasaan memberikan

persembahan khusus ini dijadikan salah satu sarana untuk menanamkan budaya organisasi. Gereja berharap dengan adanya kegiatan ini, jemaat dapat mengetahui budaya gereja yaitu mewujudkan kasih pada masyarakat. Berdasarkan data yang diperoleh melalui kuisioner, pernyataan ini memperoleh nilai rata-rata 3,78. Artinya, responden cenderung memberikan jawaban positif. Dapat dilihat pada tabel 4.10 pada pernyataan nomer enam bahwa terdapat 108 (37,9%) responden yang memberikan jawaban setuju dan 67 (23,5%) responden yang memberikan jawaban sangat setuju. Artinya, 175 responden atau lebih dari setengah responden yang mengisi kuisioner penelitian ini mengetahui bahwa Sampul Penyangkalan Diri dilakukan gereja dengan tujuan untuk menanamkan visi gereja yaitu mewujudkan kasih pada masyarakat.

Terlepas dari hal tersebut, masih terdapat 92 (32,3%) responden lainnya yang memberikan jawaban netral, 16 (5,6%) responden menjawab tidak setuju dan 2 (0,7%) responden menjawab sangat tidak setuju. Effendy (2003, p. 255) menyatakan bahwa komunikasi memperoleh pengetahuan apabila adanya perhatian, pengertian dan penerimaan yang diberikan pada stimulus. Maka responden yang memberikan jawaban cenderung negatif dan netral tersebut belum memberikan perhatian, pengertian dan penerimaan penuh terhadap stimulus, sehingga mereka belum memperoleh pengetahuan yang cukup terkait stimulus yang diberikan. Banyaknya responden yang memberikan jawaban netral juga memberikan artian bahwa responden tidak memiliki sikap atau pendapat terhadap pernyataan tersebut, mereka ingin memberikan penilaian secara seimbang, atau mereka belum memberikan sikap atau pendapat yang jelas terkait pernyataan yang ditanyakan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Shaw dan Wright (1967, p. 37) terkait alasan seseorang memilih menjawab netral.

Pernyataan lain yang cenderung mendapat jawaban negatif dari responden adalah pernyataan ke tujuh, mengenai kegiatan Gratis Potong Rambut. Menurut Kepala Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya, Dar, kegiatan ini rutin dilakukan sebagai manifestasi dari visi gereja yaitu mewujudkan kasih pada umat dan masyarakat (Wawancara dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya,

Dar, 6 April 2018). Pernyataan ini memiliki nilai *mean* 3,71. Dari 285 responden dalam penelitian ini, 99 (34,7%) responden memberikan jawaban setuju, 78 (27,4%) responden memberikan jawaban sangat setuju, 58 (20,4%) responden memberikan jawaban netral, 47 (16,5%) responden menjawab tidak setuju, dan 3 (1,1%) responden lainnya menjawab sangat tidak setuju. Ketika diwawancarai lebih lanjut terkait alasan memberikan jawaban netral, salah satu responden, Kevin (36 tahun), menyatakan bahwa ia meragukan tujuan kegiatan Gratis Potong Rambut untuk menunjukkan kasih kepada masyarakat karena sepengetahuannya pihak Gereja tidak menyelenggarakan kegiatan tersebut untuk masyarakat tetapi khusus untuk umat GKI Residen Sudirman Surabaya saja (Wawancara dengan Kevin, Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya, 15 April 2018). Hal ini bertentangan dengan wawancara peneliti dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman, Dar, bahwa kegiatan ini diadakan oleh GKI Residen Sudirman Surabaya dan bersifat terbuka untuk umum. Apabila masyarakat mengetahui, masyarakat dapat turut berpartisipasi (Wawancara dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya, Dar, 6 April 2018).

Kebiasaan pencarian dana untuk disalurkan kepada masyarakat dan mendanai kegiatan yang diadakan gereja untuk sesama juga diwujudkan dalam kegiatan Garage Sale. Mayoritas responden telah mengetahui bahwa kegiatan ini dilakukan untuk menanamkan budaya organisasi yang dituangkan kedalam visi gereja yaitu mewujudkan kasih kepada masyarakat. Hal ini dapat terlihat dari jumlah responden yang cenderung memberikan jawaban positif lebih banyak daripada jumlah responden yang memberikan jawaban negatif. Dimana 120 (42,1%) responden yang memberikan jawaban setuju dan 73 (25,6%) responden yang menjawab sangat setuju. Sedangkan 57 (20%) lainnya menjawab netral dan 35 (12,3%) responden menjawab tidak setuju, sehingga membuat pernyataan ini memperoleh nilai rata-rata 3,81. Artinya, komunikan memiliki kesadaran, pengetahuan dan keyakinan yang didapat dari pengalaman langsung dengan kegiatan tersebut maupun dari berbagai sumber lain mengenai kegiatan tersebut (Schiffman, 1997, p. 239). Hal ini didukung oleh pernyataan Priscila (23 tahun)

yang merupakan salah satu responden yang memberikan jawaban sangat setuju. *“Aku pernah baca dalam rubrik itu kalau hasil dari garage sale akan disumbangkan. Karena itu aku tahu kalau kegiatan ini untuk mewujudkan kasih pada sesama”* (Wawancara dengan Priscila, 23 tahun, Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya, 15 April 2018).

Gereja juga memiliki kebiasaan untuk membantu Jemaat dan masyarakat yang belum memiliki pekerjaan dengan memberikan informasi terkait lowongan kerja baik di gereja maupun di klinik milik gereja yaitu Klinik Waluyo Jati. Kebiasaan memberikan informasi ini bertujuan untuk menanamkan visi gereja yaitu mewujudkan kasih pada umat dan masyarakat. Mayoritas responden mengetahui bahwa kebiasaan ini bertujuan untuk menanamkan budaya organisasi. Hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata pernyataan ini yang mencapai 3,81 dimana 107 (37,5%) responden memberikan jawaban setuju, 83 (29,1%) responden memberikan jawaban sangat setuju, 58 (20,4%) responden memberikan jawaban netral, 32 (11,2%) responden memberikan jawaban tidak setuju dan 5 (1,8%) responden memberikan jawaban sangat tidak setuju. Dari sini dapat terlihat bahwa jumlah responden yang cenderung memberikan jawaban positif yaitu setuju dan sangat setuju berjumlah 190 responden. Artinya, mayoritas responden telah memiliki pengetahuan mengenai hal tersebut. Apabila individu memiliki pengetahuan terkait isi media internal, maka media internal tersebut telah berhasil menjalankan fungsinya sebagai sarana penyampaian pesan-pesan, informasi, dan berita mengenai aktivitas perusahaan dengan baik (Ruslan, 1998, p. 187).

Pada tabel 4.10, menunjukkan bahwa mayoritas responden cenderung mengetahui bahwa kebiasaan melakukan seminar kesehatan bertujuan untuk menanamkan budaya organisasi yang dituangkan dalam visi gereja. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang memberikan jawaban setuju sebanyak 138 (48,4%) dari total 285 responden, 80 (28,1%) responden menjawab sangat setuju, 63 (22,1%) responden memberikan jawaban netral, 3 (1,1%) responden tidak setuju dan 1 (0,4%) responden lainnya sangat tidak setuju. Dari jumlah tersebut bisa dikatakan bahwa responden cenderung memberikan jawaban positif pada

pernyataan ini. Artinya, komunikasi dua arah dan alur informasi, publikasi serta pesan dari organisasi yang disampaikan oleh seorang *Public Relations* untuk publiknya demi terciptanya citra positif bagi kedua belah pihak telah berhasil dijalankan (Cutlip, Center, dan Canfield dalam Ruslan, 2007, p. 19).

Kisah yang disampaikan oleh gereja dalam Buku Kehidupan Jemaat 2017 bertujuan agar jemaat dapat menghayati jati diri gereja. Seperti yang dapat dilihat melalui pernyataan kesebelas, mayoritas responden penelitian ini mengetahui hal tersebut. Sehingga pernyataan ini dapat memperoleh nilai rata-rata 4,01. Dari 285 responden, terdapat 155 responden yang memberikan jawaban setuju dan 72 responden menjawab sangat setuju atau mereka mengetahui tujuan-tujuan dari adanya informasi tersebut. Mengetahui artinya seorang individu memiliki kumpulan informasi terkait objek tersebut (Reber, 2010, p. 10). Sedangkan 47 responden lainnya memberikan jawaban netral dan 11 responden memberikan jawaban tidak setuju. Artinya masih terdapat sejumlah responden atau jemaat yang belum memiliki informasi yang cukup terkait pernyataan Buku Kehidupan Jemaat 2017 bertujuan untuk menanamkan misi gereja yaitu meningkatkan penghayatan jati diri Gereja yang tersimpan dalam ingatan mereka.

Kebiasaan Gereja lainnya yang dituangkan dalam pernyataan kedua belas dan tiga belas memiliki nilai rata-rata yang sama yaitu 3,93. Dimana mayoritas responden memiliki pengetahuan terkait masing-masing pernyataan. Pada pernyataan ini, responden cenderung memberikan jawaban positif dimana 151 (53%) responden menjawab setuju dan 66 (23,2%) responden menjawab sangat setuju. Artinya terdapat lebih dari setengah jumlah keseluruhan responden (217 responden) yang mengetahui informasi dalam *Warta Jemaat* tersebut bertujuan untuk menanamkan budaya organisasi. Sedangkan kebiasaan gereja untuk memberikan sumbangan dana kepada komisi beasiswa melalui kegiatan Warung Pagi bertujuan untuk mewujudkan kasih pada masyarakat. Pernyataan ini juga memperoleh jawaban cenderung positif dari responden dengan jumlah 159 (55,8%) responden menjawab setuju dan 62 (21,8%) responden menjawab sangat setuju atau dengan kata lain mayoritas responden (221 responden) memiliki

pengetahuan bahwa kegiatan Warung Pagi diadakan dengan tujuan untuk menanamkan budaya gereja.

Dari hasil uji deskriptif diatas diketahui bahwa dari keseluruhan pernyataan, tingkat pengetahuan jemaat mengenai kebiasaan memberikan bunga sebagai bentuk rasa syukur atas penyertaan Allah dalam kegiatan Say it With Flowers memiliki nilai rata-rata terendah. Sedangkan, tingkat pengetahuan mengenai kebiasaan gereja melakukan kegiatan Santai Usiawan bagi para lansia sebagai bentuk realisasi dari visi gereja yaitu mewujudkan kasih pada umat memiliki nilai rata-rata tertinggi dalam dimensi ini. Berdasarkan tabel 4.10 diketahui pula bahwa, pada dimensi ini responden lebih banyak memberikan jawaban netral jika dibandingkan dengan dimensi lingkup manajemen. Dimana pada dimensi lingkup manajemen, jumlah terbanyak responden menjawab netral adalah 42 responden sedangkan pada dimensi ini, jumlah responden yang memberikan jawaban netral mencapai 92 responden.

Menurut Kulas dan Stachowski (2009, p. 37), adanya jawaban netral berarti adanya keraguan atau informasi yang membingungkan bagi responden. Artinya terdapat jumlah responden yang cukup besar yang masih ragu-ragu tentang tujuan pesan yang disampaikan melalui media internal. Padahal, seluruh anggota organisasi membutuhkan gambaran informasi yang jelas mengenai budaya organisasi yang menjelaskan arah dan ambisi suatu organisasi, sehingga anggota dapat mengetahui dimana ia dapat berperan dan bagaimana ia dapat berkontribusi dalam mencapai tujuan tersebut. Sehingga, penting bagi *Public Relations* untuk menyampaikan informasi yang relevan kepada anggota organisasi (Ruslan, 2012, p. 277).

Budaya organisasi sendiri didefinisikan oleh Brown (dalam Willcoxson & Millet, 2000, p. 93) sebagai seperangkat norma, keyakinan, prinsip, dan cara berperilaku bersama-sama yang memberikan karakteristik khas pada masing-masing organisasi. Sehingga masing-masing anggota organisasi harus memahami nilai-nilai yang ada agar mereka mengetahui bagaimana mereka harus bertindak

atau berperilaku sesuai dengan nilai dan budaya organisasi dimana ia tergabung (Susanto, 1997, p. 3).

Dalam *Uncertainty Reduction Theory*, Berger dan Bradag menyatakan bahwa tujuan komunikasi adalah untuk mengurangi ketidakpastian yang dirasakan oleh seorang individu (Kriyantono, 2014, p. 143). Karena itu, praktisi *Public Relations* di GKI Residen Sudirman Surabaya perlu meninjau informasi yang diharapkan dapat berperan dalam menanamkan budaya organisasi dan mengurangi jumlah jemaat yang masih memiliki keraguan mengenai tujuan informasi tersebut disampaikan.

4.4.1.3 Indikator Menanamkan Budaya Organisasi Pada Dimensi Informasi Berdasarkan Format

Tabel 4.11 Hasil Uji Statistik Deskriptif Indikator Menanamkan Budaya Organisasi Pada Dimensi Informasi Berdasarkan Format

No	Pernyataan	Frekuensi					Mean	Mean Dimensi
		STS	TS	N	S	SS		
1	Saya mengetahui artikel renungan dalam rubrik RINGKASAN KOTBAH bertujuan untuk menanamkan Misi Gereja yaitu Meningkatkan Penghayatan Jati Diri Gereja	3	7	63	126	86	4,00	4,07
		1,1%	2,5%	22,1%	44,2%	30,2%		
2	Saya mengetahui berita “Renovasi Gedung Gereja Bajem Mulyosari” melalui rubrik INFO JEMAAT bertujuan untuk menanamkan Misi Gereja yaitu Membangun Hidup Menggereja Secara Dewasa	0	7	30	164	84	4,14	
		0%	2,5%	10,5%	57,5%	29,5%		

--	--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.11, nilai rata-rata untuk pernyataan indikator menanamkan budaya organisasi pada dimensi informasi berdasarkan format adalah 4,07. Informasi berdasarkan format dibedakan menjadi empat yaitu artikel, berita, fiksi dan foto atau bagan. Namun, yang dapat ditemukan oleh peneliti dalam *Warta Jemaat* GKI Residen Sudirman Surabaya yang diandalkan oleh Gereja untuk menanamkan budaya organisasi adalah dalam format artikel dan berita.

Artikel adalah ulasan yang memperlihatkan sisi baik atau buruk maupun untung atau rugi yang mungkin ditemukan dalam suatu masalah. Sedangkan berita adalah laporan tertulis mengenai suatu peristiwa, kegiatan dan sejenisnya yang terjadi didalam atau diluar organisasi, yang ada hubungannya dengan organisasi (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 64-76).

Terdapat dua pernyataan dalam indikator tersebut. Pernyataan pertama adalah informasi mengenai artikel renungan mingguan yang bertujuan untuk menanamkan misi gereja yaitu meningkatkan penghayatan jati diri gereja. Jati diri gereja yang dimaksudkan adalah fokus gereja dalam menjadi mitra Allah dalam menyatakan kasih. Berdasarkan isi artikel yang dalam rubrik ringkasan kotbah, selalu terdapat nilai kasih sebagai jati diri gereja disisipkan. Hal ini dilakukan dengan harapan bahwa jemaat dapat dengan mudah mengidentifikasi dirinya sebagai anggota jemaat yang memiliki identitas yang selaras dengan identitas atau jati diri gereja (Wawancara dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya, Dar, 6 April 2018).

Dari total 285 responden, 126 (44,2%) responden menjawab setuju, 86 (30,2%) responden menjawab sangat setuju, 63 (22,1%) responden menjawab netral, 7 (2,5%) responden menjawab tidak setuju dan 3 (1,1%) responden lainnya menjawab sangat tidak setuju. Hal ini membuat pernyataan ini memiliki nilai rata-rata 4,00, dimana mayoritas responden memiliki pengetahuan terkait budaya

organisasi yang diinterpretasikan melalui artikel ini. Hal ini dapat terlihat dari jumlah responden yang cenderung memberikan jawaban positif yaitu total 212 responden. Jumlah ini telah melebihi setengah total responden berarti mayoritas responden telah memiliki pengetahuan akan tujuan artikel-artikel renungan tersebut. Memiliki pengetahuan berarti responden memiliki kesadaran, pengetahuan dan keyakinan seseorang yang didapat dari pengalaman langsung dengan objek maupun dari berbagai sumber lain mengenai objek (Schiffman, 1997, p. 239).

Pernyataan yang kedua adalah mengenai berita renovasi gedung gereja BaJem (Bakal Jemaat) di Mulyosari yang terus diperbaharui setiap minggunya. Berita ini memuat perkembangan mengenai pembangunan gedung gereja di Mulyosari Surabaya dan laporan dana yang dipakai serta sisa dana yang dibutuhkan untuk pembangunan gedung tersebut. Berita ini selalu disampaikan kepada jemaat dengan tujuan untuk menunjukkan kepada jemaat bahwa gereja menghayati misinya yaitu membangun hidup menggereja secara dewasa atau dengan kata lain, terus berkembang (Wawancara dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya, Dar, 6 April 2018).

Mayoritas responden cenderung memberikan jawaban positif pada pernyataan ini sehingga pernyataan ini dapat memperoleh nilai rata-rata 4,14. Dari total 285 responden penelitian, 164 (57,5%) responden menjawab setuju dan 84 (29,5%) responden menjawab sangat setuju. Pada pernyataan ini masih terapat 30 (10,5%) responden menjawab netral dan 7 (2,5%) responden lainnya menjawab tidak setuju. Artinya, masih terdapat sejumlah responden yang belum memiliki pengetahuan cukup terkait budaya organisasi yang ingin diinterpretasikan melalui berita tersebut atau dengan kata lain responden belum memiliki informasi yang cukup yang tersimpan dalam ingatannya yang memberikan mereka pengetahuan yang cukup akan informasi tersebut. Namun, dari total 285 responden penelitian ini, 248 responden telah memiliki pengetahuan terkait tujuan berita tersebut dimuat pada *Warta Jemaat*. Mengetahui berarti individu memberikan perhatian,

pengertian dan penerimaan terhadap stimulus sehingga stimulus dapat memberikan efek pada kognitif individu (Effendy, 2003, p. 255).

Sehingga dari hasil uji deskriptif tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden telah memiliki pengetahuan bahwa pernyataan-pernyataan terkait artikel dan berita yang terdapat dalam indikator menanamkan budaya organisasi pada dimensi informasi berdasarkan format bertujuan untuk menanamkan budaya organisasi. Hal ini dapat terlihat dari jumlah responden yang cenderung memberikan jawaban positif yaitu setuju dan sangat setuju lebih banyak daripada jumlah responden yang memberikan jawaban lainnya yaitu netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju pada setiap pernyataan dalam dimensi ini.

Dengan demikian, tugas dan kewajiban seorang *Public Relations* menurut Rachmadi (1996, p. 10) dalam memberikan pesan atau informasi dari organisasi secara tertulis dalam media internal kepada publik internalnya sehingga publik internalnya memperoleh pengertian yang benar dan tepat mengenai kondisi organisasi, tujuan serta kegiatannya dapat dikatakan berhasil diemban oleh Kantor Gereja GKI Residen Sudirman Surabaya. Seperti yang dijelaskan oleh Siregar dan Pasaribu (2000, p. 36) artikel atau kisah dalam media internal juga dapat dimanfaatkan untuk menanamkan budaya organisasi sehingga anggota organisasi dapat mengidentifikasi diri lewat kisah tersebut dan mereka lebih menerima nilai organisasi yang disisipkan dalam kisah tersebut. Di lihat dari tingkat pengetahuan pembacanya, maka artikel dan berita yang terdapat dalam *Warta Jemaat* telah membuat jemaat mengidentifikasi diri lewat tulisan tersebut dan menjadikan jemaat lebih memahami budaya organisasi yang disisipkan dalam tulisan tersebut. Dengan kata lain, tugas seorang *Public Relations* dalam organisasi non-profit untuk mendapatkan penerimaan dari misi organisasi telah berhasil dilaksanakan (Cutlip, Center dan Broom, 1999, p. 528).

Hal ini menjadi penting untuk diperhatikan karena setiap anggota dalam suatu organisasi merupakan representasi dari suatu organisasi dan memiliki karakter yang berbeda dengan anggota organisasi lainnya. Untuk mencapai hal tersebut, anggota terlebih dahulu harus menghayati budaya organisasinya. Anggota

membutuhkan gambaran informasi yang jelas mengenai arah dan ambisi suatu organisasi secara keseluruhan sehingga anggota dapat mengetahui dimana mereka dapat berperan dan bagaimana ia dapat berkontribusi dalam mencapai tujuan tersebut (Ruslan, 2012, 277). Untuk itu, organisasi dituntut untuk membuka komunikasi dua arah yang timbal balik agar terjadi pertukaran informasi yang positif (Kriyantono, 2014, p. 160).

4.4.1.4 Peran Media Internal Indikator Menanamkan Budaya Organisasi

Jawaban dari kuisioner yang telah diolah menggunakan SPSS atau *Statistical Package for The Social Sciences for Windows version 24.0* dan dideskripsikan dalam analisis pada sub bab diatas akan digambarkan kecenderungannya pada sub bab ini. Dimana peneliti menggambarkan tingkat pengetahuan Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai salah satu indikator peran *Warta Jemaat* sebagai media internal yaitu menanamkan budaya organisasi kedalam tiga tingkatan yaitu tinggi, sedang dan rendah.

Adapun rumus untuk menghitung interval tingkat pengetahuan tersebut menurut Azwar yakni sebagai berikut (2002, p. 137-138):

$$Interval = \frac{nilai\ tertinggi - nilai\ terendah}{jumlah\ interval}$$

\Berdasarkan rumus tersebut, maka diaplikasikan kedalam penelitian ini:

$$Interval = \frac{5 - 1}{3}$$

$$Interval = \frac{4}{3}$$

$$Interval = 1,333333$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, interval yang diperoleh untuk menentukan tingkat pengetahuan adalah:

Rendah : $1 \leq \text{skor responden} \leq 2,33$

Sedang : $2,34 \leq \text{skor reponden} \leq 3,67$

Tinggi : $3,68 \leq \text{skor responden} \leq 5$

Tabel 4.12 *Mean* Indikator Menanamkan Budaya Organisasi

Dimensi	<i>Mean</i>	Tingkat Pengetahuan
Lingkup Masalah	4,03	Tinggi
Fungsi	3,97	Tinggi
Format	4,07	Tinggi
Total	4,02	Tinggi

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.12, diketahui bahwa nilai rata-rata indikator menanamkan budaya organisasi responden mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal adalah 4,02. Nilai 4,02 ini termasuk dalam interval tingkat pengetahuan tinggi. Artinya, mayoritas responden memiliki pengetahuan yang tinggi mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media yang digunakan oleh gereja untuk menanamkan budaya organisasi.

Mayoritas responden penelitian ini memperoleh nilai-rata-rata yang tinggi dikarenakan, adanya stimulus yang disampaikan secara terus-menerus, sehingga terbentuklah pengetahuan sebagai efek kognitif dari sebuah proses komunikasi (Effendy, 2003, p. 255-256). Apabila responden memiliki pengetahuan terkait isi media internal, maka media internal tersebut telah berhasil menjalankan fungsinya sebagai sarana penyampaian pesan-pesan, informasi, dan berita mengenai aktivitas perusahaan dengan baik (Ruslan, 1998, p. 187).

Berikut adalah tabel frekuensi yang menggambarkan tingkat pengetahuan jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* dalam indikator menanamkan budaya organisasi secara keseluruhan:

Tabel 4.13 Tingkat Pengetahuan Responden Mengenai Indikator
Menanamkan Budaya Organisasi

		Frekuensi	Presentase
Valid	Rendah	3	1,1%
	Sedang	62	21,8%
	Tinggi	220	77,2%
	Total	285	100%

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, dapat dilihat bahwa 220 responden (77,2%) memiliki tingkat pengetahuan tinggi mengenai peran *Warta Jemaat* yaitu menanamkan budaya organisasi. Sedangkan terdapat 62 responden (21,8%) yang memiliki tingkat pengetahuan sedang dan 3 responden (1,1%) lainnya yang memiliki tingkat pengetahuan rendah.

Pengetahuan didefinisikan sebagai informasi yang diperoleh dari hasil penginderaan seseorang terhadap obyek melalui indera yang dimilikinya (Notoatmodjo, 2005, p. 50). Definisi lain juga dikemukakan oleh Kincaid dan Schramm (1987, p. 115), pengetahuan merupakan wujud dari kenyataan atau kebenaran-kebenaran, informasi, prinsip-prinsip yang dimiliki oleh individu. Berdasarkan definisi tersebut, dapat ditarik sebuah benang merah bahwa pengetahuan didasari oleh adanya sekumpulan informasi mengenai suatu objek yang dimiliki oleh individu. Untuk memiliki pengetahuan, seseorang terlebih dahulu harus memiliki pengalaman yang berkaitan dengan objek. Pengetahuan atau kognitif seseorang dapat mengalami perubahan ketika sebuah stimulus mendapatkan perhatian, pengertian dan penerimaan dari komunikan. Hal ini kemudian menyebabkan responden yang awalnya tidak tahu menjadi tahu (Effendy, 2003, p. 255)

Pengetahuan juga dipengaruhi oleh adanya motif informasional yang dimiliki oleh seseorang. Seseorang dikatakan memiliki motif informasional ketika adanya kebutuhan terhadap informasi tertentu agar memperoleh suatu

kejelasan yang mendorong orang tersebut untuk berupaya mendapatkan informasi (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 57). Responden yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi pada penelitian ini, khususnya pada indikator menanamkan budaya organisasi berarti mereka memiliki kebutuhan yang kuat akan informasi dan adanya penilaian positif mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai alat yang digunakan gereja untuk menanamkan budaya organisasi.

Dengan melihat jumlah responden yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi mengenai peran *Warta Jemaat* dalam menanamkan budaya organisasi, berarti mayoritas responden menganggap bahwa informasi dalam *Warta Jemaat* penting untuk diketahui dan dibaca, sehingga mereka tidak hanya memberikan pengertian, perhatian dan penerimaan pada informasi dalam *Warta Jemaat* tersebut, tetapi mereka juga mengetahui tujuan dari setiap informasi yaitu untuk menanamkan budaya organisasi yang secara formal telah disampaikan melalui visi dan misi gereja.

Menurut Cutlip, Center, dan Canfield salah satu fungsi *Public Relations* adalah untuk menciptakan komunikasi dua arah dan mengatur alur informasi, publikasi serta pesan dari perusahaan atau organisasi ke publiknya atau sebaliknya demi terciptanya citra positif bagi kedua belah pihak (dalam Ruslan, 2007, p. 19). Hal ini kemudian berhubungan dengan salah satu aktivitas praktisi *Public Relations* yaitu membina hubungan dengan publik internal suatu organisasi atau yang disebut dengan aktivitas *internal relations*. Hal ini menjadi penting karena hubungan dengan pihak internal berpengaruh langsung dengan keberhasilan suatu organisasi.

Publik internal suatu organisasi adalah para anggotanya. Seluruh anggota organisasi memerlukan adanya informasi mengenai organisasi yang relevan sehingga mereka dapat mengetahui bagaimana mereka dapat bertindak untuk berpartisipasi dalam mencapai tujuan dari organisasi tersebut (Susanto, 1997, p. 3). Media internal diartikan sebagai media komunikasi yang digunakan oleh *Public Relations* sebagai jembatan bagi proses komunikasi antara *top management* dengan anggota perusahaan sehingga informasi yang disampaikan

dapat menyebar secara merata (Soemirat dan Ardianto, 2012, p. 26). Menurut Siregar dan Pasaribu media internal suatu organisasi dapat difungsikan untuk mengkomunikasikan budaya korporasi atau organisasi dalam cara yang lebih sesuai dan pada kesempatan yang tepat (2000, p. 34).

Tingkat pengetahuan responden yang tinggi dalam indikator ini menunjukkan bahwa anggota telah mengetahui bukan saja isi informasi dalam *Warta Jemaat* namun juga tujuan dari informasi tersebut dimuat dalam *Warta Jemaat* yang merupakan satu-satunya media internal yang diandalkan oleh Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya. Meskipun demikian, masih terdapat jemaat yang memiliki tingkat pengetahuan sedang dan rendah dalam indikator ini. Hal ini menunjukkan bahwa tujuan informasi yang dimuat dalam *Warta Jemaat* belum tersampaikan secara merata kepada seluruh jemaat. Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya perhatian, pengertian dan penerimaan dari responden mengenai pesan dalam media internal yang menjadikan tingkat pengetahuan yang belum maksimal. Hal ini didasari oleh pernyataan Effendy (2003, p. 255) yang menyatakan bahwa efek kognitif seseorang dapat dipengaruhi apabila ada perhatian, pengertian dan penerimaan dari individu mengenai stimulus.

Hal ini perlu diperhatikan oleh praktisi *Public Relations* mengingat pengetahuan dapat mempengaruhi tingkat partisipasi yang tinggi dari jemaat dalam mendukung budaya organisasi yang ingin ditanamkan oleh gereja. Karena, menurut Bloom, terbentuknya perilaku baru, khususnya pada orang dewasa, diawali dengan adanya pengetahuan (*cognitive domain*) dimana individu terlebih dahulu mengetahui stimulus (dalam Sunaryo 2002, p. 23-24).

Menurut Brown budaya organisasi sebagai norma, keyakinan, prinsip, dan cara berperilaku bersama-sama yang memberikan karakteristik khas pada masing-masing organisasi perlu diketahui oleh seluruh anggota organisasi agar anggota organisasi dapat mengidentifikasikan dirinya sesuai budaya organisasi yang diatur dan dapat menciptakan citra positif organisasi pada khalayak luas (dalam Willcoxson & Millet, 2000, p. 93). Media internal disini berperan sebagai alat yang digunakan oleh praktisi *Public Relations* untuk menanamkan budaya

organisasi. Pada saat anggota organisasi telah menerima dan menyerap budaya organisasi melalui media internal, maka tujuan organisasi dapat direalisasikan (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 36).

4.4.2 Tingkat Pengetahuan Mengenai Peran *Warta Jemaat* dalam Mempertahankan Budaya Organisasi

Menurut Siregar dan Pasaribu (2000, p. 36) media internal dapat menjalankan tiga peran penting dalam upaya untuk mengkomunikasikan budaya organisasi. Salah satunya adalah mempertahankan budaya organisasi. Media internal dapat juga difungsikan untuk mempertahankan nilai atau budaya organisasi. Nilai atau budaya organisasi perlu dipertahankan, terutama jika suatu organisasi sudah memasuki tahap mapan. Media internal dapat difungsikan untuk menyegarkan kembali penghayatan akan nilai-nilai yang dianut organisasi melalui kegiatan yang rutin dilakukan dalam organisasi. Maka dalam sub bab ini, peneliti menjelaskan sejauh mana pengetahuan Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal, yaitu mempertahankan budaya organisasi.

4.4.2.1 Indikator Mempertahankan Budaya Organisasi Pada Dimensi Informasi Berdasarkan Lingkup Masalah

Tabel 4.14 Hasil Uji Statistik Deskriptif Indikator Mempertahankan Budaya Organisasi Pada Dimensi Informasi Berdasarkan Lingkup Masalah

No	Pernyataan	Frekuensi					Mean	Mean Dimensi
		STS	TS	N	S	SS		
1	Saya mengetahui informasi “Renovasi Pastori Pendeta” melalui rubrik INFO JEMAAT bertujuan untuk mempertahankan Misi Gereja yaitu Mengembangkan Kepemimpinan yang Melayani	3	25	70	144	73	4,22	4,11
		1,1%	8,8%	24,6%	40,0%	25,6%		
2	Saya mengetahui informasi “Renovasi Gedung Gereja Bajem Mulyosari” melalui rubrik INFO JEMAAT bertujuan untuk mempertahankan Misi Gereja yaitu Membangun Hidup Menggereja Secara Dewasa	0	18	41	132	94	4,06	
		0%	6,3%	14,4%	46,3%	33,0%		
3	Saya mengetahui kegiatan “Check Up Hemat” melalui rubrik INFO KLINIK UTAMA WALUYO JATI bertujuan untuk mempertahankan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Umat dan	2	7	51	139	86	4,05	
		0,7%	2,5%	17,9%	48,8%	30,2%		

	Masyarakat							
--	------------	--	--	--	--	--	--	--

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.14, diketahui bahwa nilai rata-rata untuk pernyataan indikator mempertahankan budaya organisasi pada dimensi informasi berdasarkan lingkup masalah adalah 4,11. Hal ini berarti mayoritas responden telah mengetahui informasi berdasarkan lingkup manajemen maupun non-manajemen dalam *Warta Jemaat* bertujuan untuk mempertahankan budaya organisasi yang telah diturunkan dalam bentuk formal yaitu visi dan misi organisasi.

Pernyataan mengenai Renovasi Pastori Pendeta memperoleh nilai rata-rata tertinggi dalam dimensi ini yaitu 4,22. Informasi mengenai Renovasi Pastori Pendeta dituangkan dalam bentuk artikel yang mengisahkan pembangunan pastori pendeta yang merupakan perwujudan kasih kepada para pendeta yang telah melayani di gereja Tuhan. Dari tabel 4.14 diketahui bahwa pada pernyataan ini mayoritas responden cenderung memberikan jawaban positif. Terlihat dari jumlah responden yang menjawab setuju dan sangat setuju lebih banyak daripada responden yang memberikan jawaban netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pada pernyataan pertama dalam dimensi ini, terdapat 144 (40%) responden menjawab setuju, 73 (25,6%) responden menjawab sangat setuju, 70 (24,6%) responden menjawab netral, 25 (8,8%) responden menjawab tidak setuju dan 3 (1,1%) responden lainnya menjawab sangat tidak setuju. Artinya, responden memiliki pengetahuan kognitif dimana adanya kepercayaan bahwa informasi yang terdapat dalam media internal benar adanya. Kepercayaan tersebut menjadi dasar pengetahuan seseorang. Faktor pengalaman pribadi, pengaruh kebudayaan dan pengaruh dari orang lain menjadi faktor pembentuk kognitif atau pengetahuan seseorang (Azwar, 2002, p. 24). Hal ini didukung oleh pernyataan salah satu responden yang memberikan jawaban netral. Ia mengakui bahwa ia mengetahui adanya renovasi pastori pendeta yang dilakukan oleh

gereja, tetapi ia tidak pernah membaca artikelnya pada *Warta Jemaat* sehingga ia tidak memiliki pengalaman pribadi dalam membaca artikel tersebut yang membuat dia tidak mengetahui tujuan dari artikel tersebut (Wawancara dengan Christopher, 20 tahun, Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya, 15 April 2018).

Pernyataan kedua mengenai Renovasi Gedung Gereja Bajem Mulyosari memperoleh nilai *mean* yaitu 4,06. Mayoritas dari 285 responden yang mengisi kuisioner penelitian ini, telah mengetahui bahwa informasi ini dimuat dalam *Warta Jemaat* untuk terus mempertahankan misi gereja di masa mapan gereja sekarang ini. Adapun jumlah responden yang menjawab setuju berjumlah 134 (46,3%) responden, 94 (33%) responden menjawab sangat setuju, 41 (14,4%) responden menjawab netral dan 18 (6,3%) responden lainnya menjawab tidak setuju. Informasi mengenai Renovasi Gedung Gereja Bajem Mulyosari merupakan artikel yang mengisahkan pembangunan Bakal Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya yang berlokasi di Mulyosari Surabaya. Melalui artikel ini, gereja ingin memperlihatkan konsistensinya dalam memanifestasikan misinya yaitu Membangun Hidup Menggereja Secara Dewasa.

Kedua pernyataan diatas merupakan informasi yang termasuk dalam ruang lingkup manajemen. Informasi yang termasuk dalam lingkup manajemen adalah berbagai peristiwa yang berada di dalam organisasi yang dinilai penting dan menarik bagi pembaca (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 64). Jika dilihat dari nilai *mean* yang diperoleh pula, dapat diartikan bahwa informasi mengenai kedua kegiatan yang terdapat dalam pernyataan ini telah tersimpan dalam ingatan responden sehingga responden mampu mengingat dan memperoleh pengetahuan. Pengetahuan juga didefinisikan sebagai hasil penginderaan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap obyek melalui indera yang dimilikinya (Notoatmodjo, 2005, p. 50).

Di lain sisi, pernyataan mengenai kegiatan Check Up Hemat mendapat nilai *mean* terendah dalam dimensi ini. Dari 285 responden, terdapat 139 (48,8%) responden menjawab setuju, 86 (30,2%) responden menjawab sangat setuju, 51 (17,9%) responden menjawab netral, 7 (2,5%) responden menjawab tidak setuju

dan 2 (0,7%) responden lainnya menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan jumlah tersebut maka pernyataan ini memperoleh nilai *mean* 4,05. Pernyataan ini sendiri termasuk dalam kategori informasi berdasarkan lingkup non-manajemen, yang artinya peristiwa atau masalah diluar manajemen yang dinilai penting dan menarik bagi pembaca seperti kegiatan sosial dan sebagainya (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 64). Meskipun merupakan pernyataan dengan nilai *mean* terendah dalam dimensi ini, mayoritas responden masih cenderung memberikan jawaban positif. Jika dikaitkan dengan teori mengenai efek komunikasi, maka dapat dikatakan bahwa pesan memperoleh perhatian, pengertian dan penerimaan dari komunikan sehingga mereka memperoleh pengetahuan yang cukup akan pesan tersebut (Effendy, 2003, p.255).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada indikator mempertahankan budaya organisasi pada dimensi informasi berdasarkan lingkup masalah, mayoritas responden lebih mengetahui informasi terkait lingkup manajemen dibandingkan non-manajemen. Hal ini berbanding terbalik dengan indikator menanamkan budaya organisasi pada dimensi informasi berdasarkan lingkup masalah yang dapat dilihat pada tabel 4.8, dimana mayoritas Jemaat lebih mengetahui informasi terkait lingkup non-manajemen. Dengan kata lain, responden mengetahui informasi berdasarkan lingkup manajemen lebih berperan dalam mempertahankan budaya organisasi dan informasi berdasarkan lingkup non-manajemen lebih berperan dalam menanamkan budaya organisasi. Mempertahankan budaya organisasi yang dimaksudkan adalah menyegarkan kembali penghayatan akan nilai-nilai yang dianut organisasi melalui kegiatan yang rutin dilakukan dalam organisasi (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 39).

Menyegarkan kembali penghayatan akan nilai-nilai yang dianut organisasi melalui kegiatan yang rutin dilakukan dalam organisasi menjadi penting bagi organisasi yang sudah masuk dalam masa mapan dan memiliki anggota yang banyak. Hal ini dikarenakan anggota organisasi merupakan representasi organisasi bagi khalayak luas. Maka nilai yang dianut harus senantiasa dipertahankan agar anggota organisasi dapat mengidentifikasi

dirinya sesuai dengan nilai tersebut dan tidak melenceng dari budaya organisasi yang dianut oleh organisasinya.

Public Relations dilain sisi turut mengambil bagian dari keberhasilan suatu organisasi mencapai hal tersebut karena salah satu fungsi seorang *Public Relations* dalam suatu organisasi adalah menciptakan komunikasi dua arah dan mengatur alur informasi, publikasi serta pesan dari perusahaan atau organisasi ke publiknya (Ruslan, 2007, p. 19). Untuk itu, organisasi dituntut untuk membuka komunikasi dua arah yang timbal balik agar terjadi pertukaran informasi yang positif (Kriyantono, 2014, p. 160). Media dalam hal ini dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi dan mengembangkan ketrampilan kognitifnya (Effendy, 2003, p.255). Apabila individu memiliki pengetahuan terkait isi media internal, maka media internal tersebut telah berhasil menjalankan fungsinya sebagai sarana penyampaian pesan-pesan, informasi, dan berita mengenai aktivitas perusahaan dengan baik (Ruslan, 1998, p. 187).

4.4.2.2 Indikator Mempertahankan Budaya Organisasi Pada Dimensi Informasi Berdasarkan Fungsi

Tabel 4.15 Hasil Uji Statistik Deskriptif Indikator Mempertahankan Budaya Organisasi Pada Dimensi Informasi Berdasarkan Fungsi

No	Pernyataan	Frekuensi					Mean	Mean Dimensi
		STS	TS	N	S	SS		
1	Saya mengetahui informasi “Himbauan Keamanan” melalui rubrik INFO BADAN PELAYANAN bertujuan untuk mempertahankan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Umat	0	17	46	118	104	4,08	3,93
		0%	6,0%	16,1%	41,4%	36,5%		

2	Saya mengetahui informasi mengenai “Tim Hamba Tuhan dan Bantuan Hukum” bertujuan untuk mempertahankan Misi Gereja yaitu Mengembangkan Kepemimpinan yang Melayani	0	14	47	116	108	4,12	
		0%	4,9%	16,5%	40,7%	37,9%		
3	Saya mengetahui kegiatan “Say It With Flowers” melalui rubrik INFO JEMAAT bertujuan untuk mempertahankan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Allah	2	35	83	113	52	3,62	
		0,7%	12,3%	29,1%	39,6%	18,2%		
4	Saya mengetahui kegiatan “Rumah Usiawan Panti Surya” melalui rubrik INFO JEMAAT bertujuan untuk mempertahankan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Umat	0	17	35	124	109	4,14	
		0%	6,0%	12,3%	43,5%	38,2%		
5	Saya mengetahui kegiatan “Santai Usiawan” melalui rubrik INFO BADAN PELAYANAN bertujuan untuk mempertahankan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Umat	0	14	40	122	109	4,14	
		0%	4,9%	14,0%	42,8%	38,2%		
6	Saya mengetahui kegiatan “Sampul Penyangkalan Diri” melalui rubrik INFO JEMAAT bertujuan untuk mempertahankan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Masyarakat	2	16	78	114	75	3,86	
		0,7%	5,6%	27,4%	40,0%	26,3%		

7	Saya mengetahui kegiatan “Gratis Potong Rambut” melalui rubrik INFO PANITIA PASKAH & PENTAKOSTA 2018 bertujuan untuk mempertahankan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Masyarakat	5	36	61	126	57	3,68
		1,8%	12,6%	21,4%	44,2%	20,0%	
8	Saya mengetahui kegiatan “Garage Sale” melalui rubrik INFO PANITIA PASKAH & PENTAKOSTA 2018 bertujuan untuk mempertahankan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Masyarakat	0	36	55	131	63	3,76
		0%	12,6%	19,3%	46,0%	22,1%	
9	Saya mengetahui informasi “Lowongan Kerja” melalui rubrik INFO SEKTOR bertujuan untuk mempertahankan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Umat dan Masyarakat	3	28	56	131	67	3,81
		1,1%	9,8%	19,6%	46,0%	23,5%	
10	Saya mengetahui informasi “Seminar Kesehatan” melalui rubrik INFO SINODIAL & KLASIKAL bertujuan untuk mempertahankan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Umat dan Masyarakat	3	14	43	168	57	3,92
		1,1%	4,9%	15,1%	58,9%	20,0%	
11	Saya mengetahui informasi “Buku Kehidupan Jemaat 2017” melalui rubrik INFO JEMAAT bertujuan untuk mempertahankan Misi Gereja yaitu Meningkatkan	0	7	52	154	72	4,02
		0%	2,5%	18,2%	54,0%	25,3%	

	Penghayatan Jati Diri Gereja							
12	Saya mengetahui informasi mengenai “Pesan Pastoral Rapat Kerja” bertujuan untuk mempertahankan Misi Gereja yaitu Mengembangkan Kepemimpinan yang Melayani	3	19	56	134	73	3,89	
		1,1%	6,7%	19,6%	47,0%	25,6%		
13	Saya mengetahui kegiatan “Warung Pagi” melalui rubrik INFO BADAN PELAYANAN bertujuan untuk mempertahankan Visi Gereja yaitu Mewujudkan Kasih Pada Masyarakat	1	9	62	131	82	4,00	
		0,4%	3,2%	21,8%	46,0%	28,8%		

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.15, nilai rata-rata untuk pernyataan indikator mempertahankan budaya organisasi pada dimensi informasi berdasarkan fungsi adalah 3,93. Dimensi informasi berdasarkan fungsi yang pertama adalah fungsi edukatif. Fungsi edukatif berarti informasi yang disampaikan memperkenalkan cara baru kepada pembaca untuk melakukan suatu kegiatan atau menyelesaikan suatu masalah (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 65). Dimensi informasi berdasarkan fungsi yang kedua adalah fungsi informatif. Fungsi informatif berarti apabila informasi yang disampaikan menambah pengetahuan bagi pembacanya (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 65).

Dalam dimensi ini, pernyataan pertama merupakan informasi berdasarkan fungsi edukatif dan pertanyaan selanjutnya merupakan informasi berdasarkan fungsi informatif. Artinya, dalam *Warta Jemaat* GKI Residen Sudirman Surabaya lebih banyak berisi tulisan yang bersifat memberikan informasi daripada memberikan pengajaran. Hal ini dikarenakan, gereja memanfaatkan isi

media internal untuk memberikan informasi yang dapat difungsikan untuk menyegarkan kembali penghayatan akan nilai-nilai yang dianut organisasi (Wawancara dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya, Dar, 12 Maret 2018).

Mayoritas pernyataan dalam dimensi ini memuat kegiatan yang diadakan secara rutin oleh organisasi. Sejalan dengan tujuan gereja untuk memberikan informasi mengenai kegiatan yang dilakukan, Siregar dan Pasaribu (2000, p. 39) juga menyatakan bahwa kegiatan yang rutin dilakukan dalam organisasi dapat difungsikan untuk menyegarkan kembali ingatan anggota organisasi yang sudah mapan terkait budaya organisasinya atau dengan kata lain mempertahankan budaya organisasi.

Dari seluruh pernyataan dimensi ini, informasi mengenai Rumah Usiawan Panti Surya dan Santai Usiawan memiliki nilai rata-rata yang sama dan tertinggi dibandingkan dengan pernyataan lainnya yaitu 4,14. Hal ini berarti, mayoritas responden memberikan jawaban positif karena responden memberikan perhatian, pengertian dan penerimaan lebih pada informasi ini dalam *Warta Jemaat* dibandingkan dengan informasi lainnya sehingga terbentuk pengetahuan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pernyataan lainnya.

Pada tabel 4.15, pernyataan Rumah Usiawan Panti Surya merupakan pernyataan keempat. Pada pernyataan ini 124 (43,5%) responden menjawab setuju. 109 (38,2%) responden menjawab sangat setuju, 35 (12,3%) responden menjawab netral dan 17 (6%) responden menjawab tidak setuju. Artinya, mayoritas responden telah menyetujui dan mengetahui bahwa kegiatan ini diadakan oleh gereja untuk mempertahankan visi gereja yaitu mewujudkan kasih kepada umat. Hal ini dikarenakan jumlah responden yang memberikan jawaban positif telah melampaui setengah dari total responden yaitu 233 responden.

Sama halnya dengan pernyataan sebelumnya, informasi mengenai Santai Usiawan pada pernyataan kelima dalam tabel 4.15 juga mendapatkan jawaban yang cenderung positif dari responden. Meskipun demikian, masih ada responden yang memberikan jawaban netral dan tidak setuju yaitu masing-masing 40 (14%)

jawaban netral dan 14 (4,9%) jawaban tidak setuju. Menurut Shaw dan Wright (1967, p. 37), terdapat tiga kemungkinan responden cenderung memilih untuk memberikan jawaban netral yaitu mereka tidak memiliki sikap atau pendapat, mereka ingin memberikan penilaian secara seimbang, atau mereka belum memberikan sikap atau pendapat yang jelas. Pada pernyataan ini pula, 122 (42,8%) jawaban setuju dan 109 (38,2%) jawaban sangat setuju. Artinya, adanya informasi yang tersimpan dalam ingatan responden mengenai kegiatan ini dan responden mengetahui bahwa kegiatan ini rutin dilakukan dengan tujuan untuk mempertahankan visi gereja yaitu mewujudkan kasih kepada umat. Salah satu responden menyetujui hal ini dan memberikan pernyataan “*Menurut aku tujuan ada rumah panti atau santai usiawan ini kan karena gereja ingin terus melayani jemaat yang usia lanjut jadi cocok lah dengan visi gereja*” (Wawancara dengan Gabriella, 34 tahun, Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya, 15 April 2018).

Berbeda dengan dua pernyataan diatas, kegiatan Say it With Flowers dan Gratis Potong Rambut memperoleh nilai *mean* terendah dalam dimensi ini yaitu masing-masing 3,62 dan 3,68. Say it With Flowers merupakan kegiatan dimana jemaat dipersilahkan untuk menyumbangkan bunga sebagai ucapan terima kasih atau rasa syukur atas penyertaan Tuhan selama ini dalam hidupnya. Bunga-bunga ini kemudian dipajang di altar gereja. Kegiatan ini sudah berlangsung cukup lama di GKI Residen Sudirman Surabaya dan selalu dimuat dalam *Warta Jemaat* edisi Pra-paskah dan Paskah 2018 sehingga informasi tentang kegiatan ini sudah tersimpan dalam ingatan Jemaat dan menghasilkan pengetahuan.

Dari 285 responden, 113 (39,6%) responden menjawab setuju, 83 (29,1%) responden menjawab netral, 52 (18,2%) responden menjawab sangat setuju, 35 (12,3%) responden menjawab tidak setuju dan 2 (0,7%) responden lainnya menjawab sangat tidak setuju. Dapat dilihat pada pernyataan ini bahwa terdapat jumlah yang besar pada jawaban netral. Menurut Shaw dan Wright (1967, p. 37), terdapat tiga kemungkinan responden cenderung memilih untuk memberikan jawaban netral yaitu mereka tidak memiliki sikap atau pendapat, mereka ingin memberikan penilaian secara seimbang, atau mereka belum

memberikan sikap atau pendapat yang jelas. Hal ini kemudian menyebabkan pernyataan mengenai kegiatan Say it With Flowers memperoleh nilai rata-rata 3,62 atau terendah dalam dimensi ini. Artinya, responden memiliki pengetahuan yang tidak terlalu tinggi mengenai kegiatan Say it With Flowers dan tujuan diadakannya kegiatan ini. Hal ini didukung oleh pernyataan salah satu responden yang mengakui bahwa dia kurang memiliki pemahaman mengenai kegiatan ini serta tujuannya dalam menunjukkan kasih kepada Tuhan sehingga ia memilih untuk tidak berpendapat (Wawancara dengan Kevin, 36 Tahun, Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya, 15 April 2018).

Kegiatan Gratis Potong Rambut yang diadakan oleh Gereja juga diandalkan sebagai bentuk mempertahankan budaya organisasi yang dirumuskan pada visi Gereja. Berdasarkan wawancara peneliti dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman, Dar, kegiatan ini merupakan kegiatan yang dilaksanakan oleh Gereja dan bersifat terbuka untuk umum. Apabila masyarakat mengetahui adanya kegiatan ini, masyarakat dapat turut ambil bagian (Wawancara dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya, Dar, 6 April 2018). Tujuannya adalah untuk menyegarkan ingatan Jemaat Gereja bahwa Gereja setia dalam menjalankan visinya yaitu mewujudkan kasih kepada umat dan masyarakat. Dari 285 responden, 126 (44,2%) responden menjawab setuju, 61 (21,4%) responden menjawab netral, 57 (20%) responden menjawab sangat setuju, 36 (12,6%) responden menjawab tidak setuju dan 5 (1,8%) responden lainnya menjawab sangat tidak setuju.

Sama halnya dengan kegiatan Say It With Flowers, jumlah responden yang menjawab netral lebih banyak dibandingkan jumlah responden yang menjawab sangat setuju. Menurut Kulas dan Stachowski (2009, p. 9) faktor yang menyebabkan responden lebih banyak memberikan jawaban netral adalah karena adanya perasaan ragu, respon yang mereka miliki bersifat kondisional, atau mereka memilih menjadi netral, moderat, atau rata-rata. Hal ini menyebabkan pernyataan ini memperoleh nilai *mean* 3,68 atau kedua terendah dalam dimensi ini. Meskipun demikian, nilai tersebut termasuk dalam interval tingkat

pengetahuan tinggi yang memiliki arti yaitu mayoritas responden mengetahui kegiatan Gratis Potong Rambut diadakan untuk mempertahankan visi Gereja yaitu mewujudkan kasih kepada umat dan masyarakat. Mengetahui atau memiliki pengetahuan berarti adanya informasi yang diperoleh dari hasil penginderaan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap obyek melalui indera yang dimilikinya (Notoatmodjo, 2005, p. 50).

Adapun pernyataan lain dalam dimensi ini yaitu mengenai Himbauan Keamanan, Tim Hamba Tuhan dan Bantuan Hukum, Sampul Penyangkalan Diri, Garage Sale, Lowongan Kerja, Seminar Kesehatan, Buku Kehidupan Jemaat 2017, Pesan Pastoral Rapat Kerja dan Warung Pagi. Pernyataan-pernyataan tersebut memiliki nilai *mean* yaitu masing-masing 4,08, 4,12, 3,86, 3,76, 3,81, 3,92, 4,02, 3,89 dan 4,00. Seluruh nilai *mean* diatas merupakan nilai yang termasuk dalam interval tingkat pengetahuan tinggi. Hal ini memiliki artian bahwa mayoritas responden telah mengetahui bahwa kegiatan-kegiatan ini diadakan oleh gereja, bukan hanya untuk menanamkan budaya gereja namun secara rutin dilakukan untuk menyegarkan kembali ingatan jemaatnya terhadap visi dan misi gereja yang telah dianut sejak tahun 2012 dengan harapan bahwa Jemaat dapat terus menghayati visi dan misi tersebut hingga tahun 2020 (Wawancara dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman, Dar, 6 April 2018).

Sehingga berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada tabel 4.15 diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden telah memiliki pengetahuan yang tinggi mengenai kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh gereja dan menyadari tujuan dari kegiatan-kegiatan tersebut yakni mempertahankan budaya gereja. Hal ini memiliki artian bahwa responden telah memberikan perhatian, pengertian dan penerimaan terhadap informasi sehingga terbentuk sebuah efek kognitif yaitu pengetahuan akan stimulus yang dimuat dalam *Warta Jemaat* GKI Residen Sudirman edisi Pra-paskah dan Paskah 2018.

Menurut Ruslan, media internal berfungsi untuk menyampaikan pesan-pesan, informasi, dan berita (bentuk tulisan atau *photo release*) mengenai aktivitas perusahaan, manfaat produk barang dan jasa, serta publikasi lainnya

(1998, p. 187). Pesan dalam media internal tersebut merupakan informasi dari organisasi yang disampaikan oleh *Public Relations* pada anggota organisasi dan dapat pula difungsikan untuk mempertahankan budaya organisasi.

Karena itu, apabila pesan yang disampaikan *Public Relations* melalui media telah memperoleh perhatian, pengertian dan penerimaan dari anggotanya maka proses komunikasi tersebut dapat dinyatakan berhasil. Hal ini dikarenakan pencapaian tertinggi dalam proses komunikasi adalah ketika komunikan memiliki pengetahuan (kognitif) mengenai isi pesan dalam komunikasi tersebut.

Seperti yang dijelaskan dalam *Uncertainty Reduction Theory* menurut Berger dan Bradag, informasi yang diberikan kepada publik haruslah lengkap karena informasi ini lah yang akan menentukan perilaku publik terhadap organisasi. Apakah nantinya publik akan mendukung organisasi atau mungkin justru berlainan sikap dengan organisasi. Oleh karena itu, organisasi harus membantu publiknya untuk mengurangi ketidakpastian dengan lebih terbuka memberikan informasi (*self-disclosure*), sehingga publik dalam keadaan berkecukupan informasi atau *well informed* (Kriyantono, 2014, p. 146).

4.4.2.3 Indikator Mempertahankan Budaya Organisasi Pada Dimensi Informasi Berdasarkan Format

Tabel 4.16 Hasil Uji Statistik Deskriptif Indikator Mempertahankan Budaya Organisasi Pada Dimensi Informasi Berdasarkan Format

No	Pernyataan	Frekuensi					Mean	Mean Dimensi
		STS	TS	N	S	SS		
1	Saya mengetahui artikel renungan dalam rubrik RINGKASAN KOTBAH	0	10	49	160	76	4,16	4,13

	bertujuan untuk mempertahankan Misi Gereja yaitu Meningkatkan Penghayatan Jati Diri Gereja	0%	3,5%	17,2%	52,6%	26,7%	
2	Saya mengetahui berita “Renovasi Gedung Gereja Bajem Mulyosari” melalui rubrik INFO JEMAAT bertujuan untuk mempertahankan Misi Gereja yaitu Membangun Hidup Menggereja Secara Dewasa	0	14	28	162	81	4,09
		0%	4,9%	9,8%	56,8%	28,4%	

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.16, nilai rata-rata untuk pernyataan indikator mempertahankan budaya organisasi pada dimensi informasi berdasarkan format adalah 4,13.

Informasi berdasarkan format yang dapat ditemukan dalam *Warta Jemaat* GKI Residen Sudirman Surabaya yang diandalkan oleh Gereja untuk menanamkan budaya organisasi adalah artikel dan berita. Artikel adalah ulasan yang memperlihatkan sisi baik atau buruk maupun untung atau rugi yang mungkin ditemukan dalam suatu masalah. Sedangkan berita adalah laporan tertulis mengenai suatu peristiwa, kegiatan dan sejenisnya yang terjadi didalam atau diluar organisasi, yang ada hubungannya dengan organisasi (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 64-76).

Pernyataan pertama mengenai artikel renungan merupakan pernyataan dengan *mean* tertinggi dalam dimensi ini. Artikel renungan mingguan dalam *Warta Jemaat* bertujuan untuk menanamkan misi Gereja yaitu meningkatkan penghayatan jati diri Gereja. Artikel yang dimuat dalam rubrik ringkasan kotbah ini selalu mengandung nilai kasih sebagai jati diri Gereja yang ingin disampaikan kepada Jemaat (Wawancara dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman, Dar, 6 April 2018). Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa pernyataan terkait

memperoleh nilai rata-rata 4,16 yang mana 160 (52,6%) responden menjawab setuju, 76 (26,7%) responden menjawab sangat setuju, 49 (17,2%) responden menjawab netral dan 10 (3,5%) responden lainnya menjawab tidak setuju.

Artinya mayoritas responden mengetahui bahwa artikel renungan tersebut bertujuan untuk menyegarkan kembali ingatan pembaca agar lebih menghayati jati diri gereja atau dengan kata lain mempertahankan budaya organisasi. Budaya organisasi terus dipertahankan melalui media internal khususnya bagi organisasi yang sudah mapan, dengan tujuan agar anggotanya tetap memiliki pengetahuan atau ingatan mendalam mengenai budaya organisasi tersebut (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 32).

Nilai *mean* yang tinggi secara langsung membuktikan bahwa ingatan responden mengenai budaya organisasi berhasil disegarkan melalui artikel renungan ini. Karena, jika dilihat dari pengertian pengetahuan itu sendiri yaitu seberapa banyak informasi yang diterima tersebut yang kemudian tersimpan dalam ingatan seseorang dan membuahkan pengetahuan (Engel, 1994, p. 337). Pengetahuan itu kemudian muncul karena didasari oleh adanya pengertian, perhatian dan penerimaan responden pada isi artikel renungan yang merupakan stimulus (Effendy, 2003, p.255). Hal ini didukung oleh pernyataan salah seorang responden yang menyatakan “*Aku selalu baca renungan minggunya jadi aku tahu kalau nilai-nilai kristiani yang ditanamkan nggak melenceng dari misi gereja*” (Wawancara dengan Yoshua, 21 Tahun, Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya, 18 April 2018).

Pernyataan yang kedua adalah mengenai berita Renovasi Gedung Gereja Bajem (Bakal Jemaat) Mulyosari. Berita ini diperbaharui setiap minggunya dan bertujuan untuk menunjukan kepada jemaat bahwa gereja menghayati misinya yaitu membangun hidup menggereja secara dewasa atau dengan kata lain terus berkembang (Wawancara dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya, Dar, 6 April 2018).

Pernyataan mengenai berita Renovasi Gedung Gereja Bajem (Bakal Jemaat) Mulyosari memiliki nilai rata-rata 4,09. Hal tersebut memiliki artian

bahwa mayoritas responden mengetahui bahwa berita tersebut dimuat dalam *Warta Jemaat* dengan tujuan untuk menyegarkan kembali ingatan responden akan misi gereja yang terus dihayati dan dilaksanakan oleh gereja sendiri.

Pada pernyataan ini terdapat 162 (56,8%) responden yang memberikan jawaban setuju, 81 (28,4%) responden menjawab sangat setuju, 28 (9,8%) responden menjawab netral dan 14 (4,9%) responden lainnya menjawab tidak setuju. Dengan kata lain, mayoritas responden (243 responden) telah mengetahui bahwa berita Renovasi Gedung Gereja Bajem Mulyosari yang terdapat dalam *Warta Jemaat* bertujuan untuk mempertahankan visi gereja.

Sehingga dari hasil uji deskriptif diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden telah memiliki pengetahuan tinggi terhadap pernyataan-pernyataan terkait artikel dan berita yang terdapat dalam *Warta Jemaat* dan mengetahui tujuan dari artikel dan berita tersebut untuk mempertahankan budaya organisasi. Siregar dan Pasaribu (2000, p. 38) menjelaskan bahwa isi media internal dapat difungsikan untuk menyegarkan kembali penghayatan akan nilai-nilai yang dianut organisasi melalui kegiatan yang dilakukan oleh organisasi.

Menurut Bloom dalam Sunaryo (2002, p. 23-24), terbentuknya sebuah perilaku diawali dengan adanya pengetahuan dimana individu terlebih dahulu mengetahui stimulus, sehingga menimbulkan pengetahuan baru pada individu. Seluruh anggota organisasi memerlukan adanya informasi mengenai organisasi yang relevan sehingga mereka dapat mengetahui bagaimana mereka dapat bertindak untuk berpartisipasi dalam mencapai tujuan dari organisasi tersebut (Susanto, 1997, p. 3). Maka dapat dikatakan bahwa apabila anggota telah memiliki pengetahuan mengenai hal tersebut maka anggota dapat turut menerima dan lebih menghayati lagi arti dari budaya organisasi yang ingin dipertahankan tersebut.

Menurut Brown budaya organisasi sebagai norma, keyakinan, prinsip, dan cara berperilaku bersama-sama yang memberikan karakteristik khas pada masing-masing organisasi perlu diketahui oleh seluruh anggota organisasi agar anggota organisasi dapat mengidentifikasikan dirinya sesuai budaya organisasi

yang diatur dan dapat menciptakan citra positif organisasi pada khalayak luas (dalam Willcoxson & Millet, 2000, p. 93). Sehingga, penting bagi *Public Relations* untuk menyampaikan informasi yang relevan kepada anggota organisasi (Ruslan, 2012, p. 277).

4.4.2.4 Peran Media Internal Indikator Mempertahankan Budaya Organisasi

Jawaban dari kuisioner yang telah diolah menggunakan SPSS atau *Statistical Package for The Social Sciences for Windows version 24.0* dan dideskripsikan dalam analisis pada sub bab diatas digambarkan kecenderungannya pada sub bab ini. Dimana peneliti akan menggambarkan tingkat pengetahuan Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai salah satu indikator peran *Warta Jemaat* sebagai media internal yaitu mempertahankan budaya organisasi kedalam tiga tingkatan yaitu tinggi, sedang dan rendah.

Adapun rumus untuk menghitung interval tingkat pengetahuan tersebut menurut Azwar yakni sebagai berikut (2002, p. 137-138):

$$Interval = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah interval}}$$

Berdasarkan rumus tersebut, maka diaplikasikan kedalam penelitian ini:

$$Interval = \frac{5 - 1}{3}$$

$$Interval = \frac{4}{3}$$

$$Interval = 1,333333$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, interval yang diperoleh untuk menentukan tingkat pengetahuan adalah:

Rendah : $1 \leq \text{skor responden} \leq 2,33$

Sedang : $2,34 \leq \text{skor reponden} \leq 3,67$

Tinggi : $3,68 \leq \text{skor responden} \leq 5$

Tabel 4.17 *Mean* Indikator Menanamkan Budaya Organisasi

Dimensi	<i>Mean</i>	Tingkat Pengetahuan
Lingkup Masalah	4,11	Tinggi
Fungsi	3,93	Tinggi
Format	4,13	Tinggi
Total	4,06	Tinggi

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.17, diketahui bahwa nilai rata-rata indikator mempertahankan budaya organisasi responden mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal adalah 4,06. Nilai 4,06 ini termasuk dalam interval tingkat pengetahuan tinggi. Artinya, mayoritas responden memiliki pengetahuan yang tinggi mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal yang digunakan oleh gereja untuk mempertahankan budaya organisasi.

Pernyataan dalam dimensi informasi berdasarkan format memiliki nilai *mean* tertinggi dalam indikator ini, yaitu 4,13. Sedangkan, pernyataan dalam dimensi informasi berdasarkan fungsi memiliki nilai *mean* terendah yaitu 3,93. Meskipun demikian, keduanya masih tergolong dalam tingkat pengetahuan tinggi. Hal ini dikarenakan, adanya perhatian, pengertian dan penerimaan stimulus oleh responden, sehingga terbentuklah tingkat pengetahuan yang tinggi (Effendy, 2003, p. 255). Pengetahuan juga diartikan sebagai keyakinan terhadap sebuah objek (Severin dan Tankard, 2005, p. 177-178), atau merupakan gagasan yang terjadi pada individu selama tahap pemahaman pengolahan informasi (Azwar, 2003, p. 23).

Berikut adalah tabel frekuensi yang menggambarkan tingkat pengetahuan jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* dalam indikator mempertahankan budaya organisasi secara keseluruhan:

Tabel 4.18 Tingkat Pengetahuan Responden Mengenai Indikator
Mempertahankan Budaya Organisasi

		Frekuensi	Presentase
Valid	Rendah	3	1,1%
	Sedang	62	21,8%
	Tinggi	220	77,2%
	Total	285	100%

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, dapat dilihat bahwa 220 responden (77,2%) memiliki tingkat pengetahuan tinggi mengenai peran *Warta Jemaat* yaitu mempertahankan budaya organisasi. Sedangkan terdapat 62 responden (21,8%) yang memiliki tingkat pengetahuan sedang dan 3 responden (1,1%) lainnya yang memiliki tingkat pengetahuan rendah. Hasil perhitungan frekuensi tingkat pengetahuan jemaat mengenai peran *Warta Jemaat* yaitu mempertahankan budaya organisasi memiliki nilai yang sama dengan indikator sebelumnya yaitu menanamkan budaya organisasi. Hal ini sesuai dengan pernyataan Dar, selaku Kepala Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya, yang menyatakan bahwa informasi dalam *Warta Jemaat* tidak hanya diandalkan untuk menanamkan nilai namun juga mempertahankan nilai atau budaya yang dianut gereja yaitu kasih (Wawancara dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya, Dar, 6 April 2018).

Hal ini juga didukung oleh teori yang dikemukakan oleh Siregar dan Pasaribu (2000, p. 38) bahwa selain menanamkan budaya organisasi, media internal dapat juga difungsikan untuk mempertahankan nilai atau budaya yang dianut oleh suatu organisasi. Nilai atau budaya organisasi perlu dipertahankan, terutama jika suatu organisasi sudah memasuki tahap mapan. GKI Residen Sudirman Surabaya telah memasuki masa mapan, dimana gereja ini sudah berusia 60 tahun dan memiliki anggota jemaat dengan total lebih dari 3000 orang. Mempertahankan budaya organisasi menjadi penting agar jemaat tetap

menghayati nilai khas yang ingin ditanamkan oleh gereja, yang membedakan jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya dengan jemaat gereja lain. Sehingga masing-masing anggota organisasi harus memahami nilai-nilai yang ada agar mereka mengetahui bagaimana mereka harus bertindak atau berperilaku sesuai dengan nilai dan budaya organisasi dimana ia tergabung (Susanto, 1997, p. 3).

Guna menyegarkan kembali penghayatan akan nilai-nilai yang dianut organisasi, gereja melaksanakan kegiatan-kegiatan rutin yang bertujuan untuk mempertahankan ideologi budaya organisasi yang telah diturunkan dalam format visi dan misi gereja. Visi dan misi gereja ini diperbaharui setiap 8 tahun. Untuk saat ini gereja lebih fokus mengadakan kegiatan yang sesuai dengan tema besar yang diangkat sekaligus dengan visi dan misi gereja periode tahun 2012-2020.

Penting bagi jemaat untuk terus mengingat dan menghayati budaya gereja. Hal ini dikarenakan pada saat anggota organisasi telah menerima dan menyerap budaya organisasi melalui media internal, maka tujuan organisasi dapat direalisasikan (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 36). Seluruh anggota organisasi memerlukan adanya informasi mengenai budaya organisasi yang disampaikan oleh praktisi *Public Relations* secara relevan sehingga mereka dapat mengetahui bagaimana mereka dapat bertindak untuk berpartisipasi dalam mencapai tujuan dari organisasi tersebut sekaligus mengidentifikasikan dirinya sesuai dengan nilai yang dianut mengingat posisi mereka sebagai representasi organisasi bagi publik eksternal. Hal ini diawali oleh yang disebut pengetahuan.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa tingkat pengetahuan responden secara keseluruhan mengenai peran media internal, dalam hal ini mempertahankan budaya organisasi, termasuk dalam interval tingkat pengetahuan tinggi. Hal ini memiliki artian bahwa *Public Relations* sebagai jembatan antara organisasi dan anggotanya berhasil mengkomunikasikan budaya organisasi (Cutlip, Center dan Broom, 1999, p. 527) dan menciptakan komunikasi dua arah dan mengatur alur informasi, publikasi serta pesan dari perusahaan atau organisasi ke publiknya atau sebaliknya demi terciptanya citra

positif bagi kedua belah pihak Cutlip, Center, dan Canfield (dalam Ruslan, 2007, p. 19).

Meskipun demikian, masih terdapat sejumlah responden yang masih memiliki tingkat pengetahuan sedang dan rendah pada indikator ini. Seperti yang dijelaskan dalam *Uncertainty Reduction Theory* menurut Berger dan Bradag, informasi yang diberikan kepada publik haruslah lengkap dan tidak boleh terpotong-potong karena informasi ini lah yang akan menentukan perilaku publik terhadap organisasi. Apakah nantinya publik akan mendukung organisasi atau mungkin justru berlainan sikap dengan organisasi. Oleh karena itu, organisasi harus membantu publiknya untuk mengurangi ketidakpastian dengan lebih terbuka memberikan informasi (*self-disclosure*), sehingga publik dalam keadaan berkecukupan informasi atau *well informed* (Kriyantono, 2014: 146).

Ini kembali menjadi hal yang harus diperhatikan oleh tim pengelola *Warta Jemaat* sebagai praktisi *Public Relations* dalam menyajikan informasi dalam *Warta Jemaat* yang bertujuan untuk mempertahankan budaya gereja. Hal ini dikarenakan, terbentuknya perilaku individu, dalam hal ini yang sesuai dengan budaya organisasi yang dianut, diawali dengan adanya pengetahuan pesan atau stimulus (Sunaryo, 2002, p. 23-24).

4.4.3 Tingkat Pengetahuan Mengenai Peran *Warta Jemaat* dalam Mensosialisasikan Perubahan

Menurut Siregar dan Pasaribu (2000, p. 36) media internal dapat menjalankan tiga peran penting dalam upaya untuk mengkomunikasikan budaya organisasi. Salah satunya adalah mensosialisasikan perubahan. Media internal memiliki posisi strategis untuk mensosialisasikan perubahan yang terjadi dalam organisasi, termasuk perubahan yang berkaitan dengan nilai atau budaya organisasi sehingga tidak muncul sikap resisten atau penolakan oleh anggota terhadap perubahan karena informasi tidak berhasil disosialisasikan. Maka dalam sub bab ini, peneliti mengetahui sejauh mana pengetahuan Jemaat GKI Residen Sudirman

Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal yaitu mensosialisasikan perubahan.

4.4.3.1 Indikator Mensosialisasikan Perubahan Pada Dimensi Informasi Berdasarkan Fungsi

Tabel 4.19 Hasil Uji Statistik Deskriptif Indikator Mensosialisasikan Perubahan Pada Dimensi Informasi Berdasarkan Fungsi

No	Pernyataan	Frekuensi					Mean	Mean Dimensi
		STS	TS	N	S	SS		
1	Saya mengetahui informasi “Perubahan Jadwal Pemahaman Alkitab” dalam <i>Warta Jemaat</i> bertujuan untuk mensosialisasikan perubahan yang terjadi dalam jadwal kegiatan Gereja	1	17	32	128	107	4,14	4,06
		0,4%	6,0%	11,2%	44,9%	37,5%		
2	Saya mengetahui informasi “Renovasi Gedung Gereja Bajem Mulyosari” melalui rubrik INFO JEMAAT bertujuan untuk mensosialisasikan perubahan yang terjadi dalam pembangunan Gereja	0	14	31	149	91	4,11	
		0%	4,9%	10,9%	52,3%	31,9%		
3	Saya mengetahui informasi “Renovasi Pastori Pendeta” melalui rubrik INFO	0	20	31	143	91	4,07	

	JEMAAT bertujuan untuk mensosialisasikan perubahan yang terjadi dalam pembangunan Gereja	0%	7,0%	10,9%	50,2%	31,9%	
4	Saya mengetahui informasi “Perjamuan Kudus yang Melibatkan Anak” melalui Pesan Pastoral Rapat Kerja bertujuan untuk mensosialisasikan perubahan yang terjadi dalam identitas praktikural Gereja	4	23	36	153	69	3,91
		1,4%	8,1%	12,6%	53,7%	24,2%	

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.19, diketahui bahwa peran media internal pada indikator mensosialisasikan perubahan memperoleh nilai *mean* 4,06. Nilai tersebut dapat diperoleh karena mayoritas responden cenderung memberikan jawaban positif pada setiap butir pernyataan dalam dimensi mensosialisasikan perubahan ini.

Mensosialisasikan perubahan merupakan poin terakhir dalam tiga peran penting media internal suatu organisasi. Perubahan yang dimaksudkan adalah segala hal baru yang tidak sama seperti biasanya, termasuk perubahan yang berkaitan dengan nilai atau budaya organisasi, yang disosialisasikan melalui media internal sehingga tidak muncul sikap resisten atau penolakan oleh anggota terhadap perubahan karena informasi tidak berhasil disosialisasikan (Siregar dan Pasaribu, 2000, p.40).

Informasi mengenai Perjamuan Kudus yang Melibatkan Anak merupakan salah satu perubahan yang terjadi pada tahun ini dan berkenaan dengan budaya organisasi di GKI Residen Sudirman Surabaya. Pada indikator ini, pernyataan

tersebut memperoleh *mean* terendah yaitu 3,91. Informasi terkait perubahan ini dicantumkan dalam *Warta Jemaat* dalam laporan rapat kerja Pastoral.

Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari 285 responden penelitian, 153 (53,7%) responden menjawab setuju, 69 (24,2%) responden menjawab sangat setuju, 36 (12,6%) responden menjawab netral, 23 (8,1%) responden menjawab tidak setuju dan 4 (1,4%) responden lainnya menjawab sangat tidak setuju. Perubahan yang terkait dengan budaya organisasi harus diketahui oleh seluruh anggota organisasi untuk mencegah adanya sikap resisten atau penolakan terhadap perubahan oleh para anggota organisasi (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 40).

Pada saat membagikan kuisioner, peneliti mendapati lebih dari sepuluh responden yang mempertanyakan maksud dari Perjamuan Kudus yang Melibatkan Anak. Salah satunya adalah Widhia (40 tahun), yang berkata “*Ini maksudnya gimana? Memangnya kita ada kayak gitu* (baca: anak-anak mengikuti sakramen perjamuan)?” (Wawancara dengan Widhia, Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya, 15 April 2018) dan Benyamin (58 tahun) yang berkata “*Anak yang dimaksudkan disini umur berapa? Umur 6 tahun kan juga anak, apa boleh ikut perjamuan?*” (Wawancara dengan Benyamin, Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya, 15 April 2019).

Berdasarkan pernyataan-pernyataan yang didapati oleh peneliti dan dikaitkan dengan pernyataan Effendy (2003, p. 255) yaitu pengetahuan terbentuk apabila adanya perhatian, pengertian dan penerimaan mengenai stimulus, maka dapat diketahui bahwa masih ada responden yang tidak memberikan perhatian, pengertian serta penerimaan terhadap informasi yang ada dalam pesan pastoral sehingga tidak memiliki pengetahuan akan hal tersebut.

Berbeda dengan pernyataan diatas, Perubahan Jadwal Pemahaman Alkitab memperoleh nilai rata-rata tertinggi dalam indikator ini yaitu 4,14. Dalam informasi Pemahaman Alkitab biasanya diberitahukan mengenai perpindahan jam atau tempat dilaksanakannya kegiatan atau informasi mengenai kelas pemahaman yang ditiadakan (Wawancara dengan Kepala Kantor GKI

Residen Sudirman, Dar, 6 April 2018). Khususnya dalam edisi *Warta Jemaat* Pra-paskah dan Paskah, perubahan jadwal pemahaman Alkitab yang dimaksud adalah informasi mengenai diadakannya kelas pemahaman tersebut.

Mayoritas responden memberikan jawaban setuju yaitu sebanyak 128 (44,9%) responden dan 107 (37,5%) responden menjawab sangat setuju. Artinya responden memiliki kumpulan informasi yang cukup mengenai suatu objek sehingga mereka memiliki pengetahuan (Reber, 2010, p. 10). Adapun jawaban lain yang diberikan oleh responden yaitu netral dengan jumlah 32 (11,2%) responden, tidak setuju 17 (6%) responden dan sangat tidak setuju 1 (0,4%) responden. Meskipun demikian, jumlah responden yang memberikan pernyataan positif lebih banyak yaitu mencapai 235 responden. Apabila individu memiliki pengetahuan terkait isi media internal, maka media internal tersebut telah berhasil menjalankan fungsinya sebagai sarana penyampaian pesan-pesan, informasi, dan berita mengenai aktivitas perusahaan dengan baik (Ruslan, 1998, p. 187).

Dua pernyataan lain mengenai Renovasi Gedung Gereja Bajem Mulyosari dan Renovasi Pastori Pendeta memperoleh nilai *mean* yaitu masing-masing 4,11 dan 4,07. Artinya, mayoritas responden telah menyetujui bahwa mereka mengetahui tujuan dari artikel tersebut dimuat dalam *Warta Jemaat* adalah untuk mensosialisasikan perubahan. Perubahan yang dimaksud adalah informasi terkini terkait perkembangan pembangunan gereja hingga perubahan laporan dana dan sumbangan. Gereja ingin terus memberikan pembaharuan informasi terkait perubahan-perubahan yang dikerjakan melalui *Warta Jemaat* agar seluruh Jemaat dapat mengetahui pelayanan apa saja yang dilakukan gereja dan sejauh mana perkembangannya.

Pada pernyataan kedua dalam tabel 4.19 terkait Renovasi Gedung Gereja Bajem Mulyosari terdapat 240 responden yang memberikan jawaban positif yaitu masing-masing 149 (52,3%) responden menjawab setuju, 91 (31,9%) responden menjawab sangat setuju. Artinya mayoritas responden mengetahui bahwa pada artikel ini, gereja berusaha menyampaikan informasi terkait segala perubahan

atau perkembangan yang terjadi dalam lingkup organisasi. Jika responden mengetahui atau memiliki pengetahuan, berarti adanya informasi yang diperoleh dari hasil penginderaan manusia, atau hasil tahu seseorang terhadap obyek melalui indera yang dimilikinya (Notoatmodjo, 2005, p. 50). Hal ini kembali didukung oleh salah satu responden, Merry (54 tahun), yang menyatakan *“Menurut saya artikel ini sudah jelas menggambarkan perubahan karena dari segi informasi saja ini sudah berubah-ubah isinya tiap minggu artinya ada perubahan”* (Wawancara dengan Merry, 54 tahun, Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya, 15 Maret 2018).

Pernyataan terkait Renovasi Pastori Pendeta juga mendapatkan jawaban positif dari mayoritas responden. Berdasarkan tabel 4.19, dapat diketahui bahwa 143 responden (50,2%) menyatakan setuju dan 91 responden (31,9%) menyatakan sangat setuju bahwa informasi ini bertujuan untuk mensosialisasikan perubahan. Artinya, individu memiliki kesadaran, pengetahuan dan keyakinan yang didapat dari pengalaman langsung mengenai stimulus tersebut maupun dari berbagai sumber lain mengenai kegiatan tersebut (Schiffman, 1997, p. 239).

Sehingga dari hasil uji deskriptif diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden telah memiliki pengetahuan tinggi mengenai pernyataan-pernyataan terkait yang terdapat dalam *Warta Jemaat* dan mengetahui tujuan dari artikel dan berita tersebut untuk mensosialisasikan perubahan yang terjadi dalam Gereja. Menurut Bloom dalam Sunaryo (2002, p. 23-24), pengetahuan komunikasi mengenai stimulus merupakan faktor pendorong atau awal dari terjadinya perubahan perilaku. Pengetahuan pula menandai tercapainya suatu tujuan komunikasi.

Apabila mayoritas responden telah memperoleh pengetahuan mengenai informasi yang mensosialisasikan perubahan dalam *Warta Jemaat* maka mereka dapat bertindak sesuai dengan perubahan tersebut dan tugas seorang praktisi *Public Relations* di GKI Residen Sudirman Surabaya dalam menciptakan komunikasi dua arah dan mengatur alur informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke anggotanya melalui media internal telah berhasil dijalankan.

Seperti yang dijelaskan dalam *Uncertainty Reduction Theory* menurut Berger dan Bradag, informasi yang diberikan kepada publik haruslah lengkap dan tidak boleh terpotong-potong karena informasi ini lah yang akan menentukan perilaku publik terhadap organisasi. Apakah nantinya publik akan mendukung organisasi atau mungkin justru berlainan sikap dengan organisasi. Oleh karena itu, organisasi harus membantu publiknya untuk mngurangi ketidakpastian dengan lebih terbuka memberikan informasi (*self-disclosure*), sehingga publik dalam keadaan berkecukupan informasi atau *well informed* (Kriyantono, 2014: 146).

4.4.3.2 Peran Media Internal Indikator Mensosialisasikan Perubahan

Jawaban dari kuisioner yang telah diolah menggunakan SPSS atau *Statistical Package for The Social Sciences for Windows version 24.0* dan dideskripsikan dalam analisis pada sub bab diatas digambarkan kecenderungannya pada sub bab ini. Dimana peneliti akan menggambarkan tingkat pengetahuan Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai salah satu indikator peran *Warta Jemaat* sebagai media internal yaitu mempertahankan budaya organisasi kedalam tiga tingkatan yaitu tinggi, sedang dan rendah.

Adapun rumus untuk menghitung interval tingkat pengetahuan tersebut menurut Azwar yakni sebagai berikut (2002, p. 137-138):

$$Interval = \frac{nilai\ tertinggi - nilai\ terendah}{jumlah\ interval}$$

Berdasarkan rumus tersebut, maka diaplikasikan kedalam penelitian ini:

$$Interval = \frac{5 - 1}{3}$$

$$Interval = \frac{4}{3}$$

$$Interval = 1,333333$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, interval yang diperoleh untuk menentukan tingkat pengetahuan adalah:

Rendah : $1 \leq \text{skor responden} \leq 2,33$

Sedang : $2,34 \leq \text{skor reponden} \leq 3,67$

Tinggi : $3,68 \leq \text{skor responden} \leq 5$

Tabel 4.20 *Mean* Indikator Mensosialisasikan Perubahan

Dimensi	<i>Mean</i>	Tingkat Pengetahuan
Fungsi	4,06	Tinggi
Total	4,06	Tinggi

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.20, diketahui bahwa nilai rata-rata tingkat pengetahuan mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal dalam indikator mensosialisasikan perubahan dalam adalah 4,06. Nilai 4,06 ini termasuk dalam interval tingkat pengetahuan tinggi dimana mayoritas responden cenderung memberikan jawaban positif terkait pernyataan-pernyataan dalam indikator ini. Artinya, mayoritas responden memiliki pengetahuan yang tinggi mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal yang digunakan oleh Gereja untuk mensosialisasikan perubahan-perubahan apa saja yang terjadi di Gereja hingga perubahan nilai yang dianut oleh Gereja.

Berikut adalah tabel frekuensi yang menggambarkan tingkat pengetahuan jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* dalam indikator mensosialisasikan perubahan secara keseluruhan:

Tabel 4.21 Tingkat Pengetahuan Responden Mengenai Indikator Mensosialisasikan Perubahan

		Frekuensi	Presentase
Valid	Rendah	2	0,7%
	Sedang	67	23,5%
	Tinggi	216	75,8%
	Total	285	100%

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Berdasarkan tabel 4.21 diatas, dapat dilihat bahwa 216 responden (75,8%) memiliki tingkat pengetahuan tinggi mengenai peran *Warta Jemaat* yaitu mensosialisasikan perubahan. Sedangkan terdapat 67 responden (23,5%) yang memiliki tingkat pengetahuan sedang dan 2 responden (0,7%) lainnya yang memiliki tingkat pengetahuan rendah. Pencapaian tertinggi dalam proses komunikasi adalah ketika komunikan memiliki pengetahuan mengenai isi pesan atau stimulus dalam komunikasi tersebut. Pengetahuan didefinisikan secara umum sebagai informasi yang tersimpan dalam ingatan (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994, p. 316).

Responden yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi pada penelitian ini, khususnya pada indikator mensosialisasikan perubahan berarti mereka memiliki kebutuhan yang kuat akan informasi terkait perubahan yang terjadi dalam gereja, baik perubahan kegiatan harian hingga perubahan nilai yang dianut. Dengan melihat jumlah responden yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi mengenai peran *Warta Jemaat* dalam mensosialisasikan perubahan, berarti mayoritas responden menganggap bahwa informasi dalam *Warta Jemaat* penting untuk diketahui dan dibaca, sehingga mereka tidak hanya memberikan pengertian, perhatian dan penerimaan terhadap informasi dalam *Warta Jemaat* tersebut, tetapi mereka juga mengetahui tujuan dari setiap informasi yaitu untuk mensosialisasikan perubahan. Hal ini didukung dengan adanya pernyataan yang

menyatakan bahwa pengetahuan terbentuk apabila ada perhatian, pengertian dan penerimaan mengenai stimulus (Effendy, 2003, p. 255).

Seluruh anggota organisasi memiliki kebutuhan akan informasi mengenai organisasi yang relevan. Hal ini bertujuan agar anggota dapat mengetahui bagaimana mereka dapat bertindak untuk berpartisipasi dalam mencapai tujuan dari organisasi dimana mereka bekerja atau bergabung (Ruslan, 2012, p. 277). Media internal diartikan sebagai media komunikasi yang digunakan oleh *Public Relations* sebagai jembatan bagi proses komunikasi antara *top management* dengan anggota perusahaan sehingga informasi yang disampaikan dapat menyebar secara merata (Soemirat dan Ardianto, 2012, p. 26).

Dari tabel diatas, diketahui bahwa responden yang memiliki tingkat pengetahuan rendah pada indikator ini hanya berjumlah 2 responden (0,7%) atau paling sedikit dibandingkan dengan indikator-indikator lainnya. Artinya, masih ada 2 responden yang belum memiliki informasi yang cukup yang tersimpan dalam ingatannya terkait informasi yang ada pada indikator ini. Meskipun hanya 2 responden yang memiliki tingkat pengetahuan rendah, hal ini perlu mendapatkan perhatian dari praktisi *Public Relations*. Karena, berbeda dengan peran media internal lainnya, untuk mensosialisasikan perubahan yang terjadi dalam organisasi, termasuk perubahan yang berkaitan dengan nilai atau budaya organisasi melalui media internal dilakukan sehingga tidak muncul sikap resisten atau penolakan oleh anggota terhadap perubahan yang disebabkan oleh adanya informasi tidak berhasil disosialisasikan (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 40).

Apabila muncul penolakan dan sikap yang resisten dari anggota organisasi, maka anggota bisa saja tidak berpartisipasi dalam kegiatan dan organisasi akan mengalami kesulitan dalam mencapai tujuan karena tidak mendapatkan dukungan dari seluruh anggota. Sehingga dalam hal ini praktisi *Public Relations* sangat diandalkan untuk menciptakan komunikasi dua arah dan mengatur alur informasi, publikasi serta pesan dari perusahaan atau organisasi ke publiknya atau sebaliknya demi terciptanya citra positif bagi kedua belah pihak Cutlip, Center, dan Canfield (dalam Ruslan, 2007, p. 19).

4.5 Tabulasi Silang Tingkat Pengetahuan dengan Identitas Responden

Pada bagian ini peneliti menjabarkan analisis tabulasi silang antara tingkat pengetahuan jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal dengan identitas responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan format *Warta Jemaat* yang dibaca oleh responden.

Tabel 4.22 Tingkat Pengetahuan Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya Mengenai Peran *Warta Jemaat* sebagai media internal berdasarkan Jenis Kelamin

		TINGKAT PENGETAHUAN			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
JK	Laki-laki	1	34	94	129
		0,4%	11,9%	33,0%	45,3%
	Perempuan	2	29	125	156
		0,7%	10,2%	43,8%	54,7%
Total		3	63	219	285
		1,1%	22,1%	76,8%	100,0%

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Pada tabel 4.22 diatas dapat terlihat bahwa tingkat pengetahuan dari mayoritas responden berdasarkan jenis kelamin adalah tinggi, yaitu sebanyak 125 perempuan (43,8%) dan 94 laki-laki (33,0%) memberikan jawaban positif mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal. Adapun 63 responden yang memiliki tingkat pengetahuan sedang, yang terdiri dari 29 perempuan (10,2%) dan 34 laki-laki (11,9%). Sedangkan yang memiliki tingkat pengetahuan rendah berjumlah 3 responden yang terdiri dari 2 perempuan (0,7%) dan 1 laki-laki (0,4%).

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti dan hasil wawancara dengan Moida selaku Sekertaris Umum Majelis Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya pada

tanggal 4 Mei 2018 bahwa memang jumlah jemaat yang berjenis kelamin perempuan pada GKI Residen Sudirman Surabaya lebih banyak daripada jemaat yang berjenis kelamin laki-laki. Hal ini yang menyebabkan, jumlah responden berjenis kelamin perempuan yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi pada tabel 4.23 lebih banyak jika dibandingkan dengan jumlah responden laki-laki yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi. Hal ini juga didukung oleh Sulistiyo (2013, p. 11) yang menyatakan bahwa meskipun secara umum kecerdasan laki-laki dan perempuan kurang lebih sama, daya ingat jangka panjang perempuan lebih baik, sedangkan laki-laki lebih baik dalam ingatan jangka pendek.

Media internal merupakan salah satu bentuk kegiatan komunikasi antara dua pihak yang berhubungan, yaitu organisasi dan pembaca atau anggotanya (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 17). Media internal suatu organisasi dapat difungsikan untuk mengkomunikasikan budaya korporasi atau organisasi dalam cara yang lebih sesuai dan pada kesempatan yang tepat. Susanto (1997, p. 3) memberikan definisi budaya organisasi sebagai nilai-nilai yang menjadi pedoman sumber daya manusia untuk menghadapi permasalahan eksternal dan usaha penyesuaian integrasi ke dalam perusahaan sehingga masing-masing anggota organisasi harus memahami nilai-nilai yang ada dan bagaimana mereka harus bertindak atau berperilaku. *Public Relations* dalam hal ini memiliki peran penting untuk menyampaikan informasi yang relevan melalui media internal organisasi tersebut. Proses komunikasi tersebut dapat dikatakan berhasil apabila komunikan memiliki pengetahuan terkait pesan yang disampaikan (Kincaid dan Schramm, 1987, p. 115). Pengetahuan itu pula yang nantinya akan mendasari proses komunikasi selanjutnya yaitu perubahan perilaku yang dialami komunikan, baik bersifat menerima ataupun menolak stimulus yang ada (Bloom dalam Sunaryo, 2002, p. 23-24)

Pengetahuan didefinisikan sebagai informasi yang diperoleh dari hasil penginderaan seseorang terhadap obyek melalui indera yang dimilikinya (Notoatmodjo, 2005, p. 50). Definisi lain juga dikemukakan oleh Kincaid dan Schramm (1987, p. 115), pengetahuan merupakan wujud dari kenyataan atau kebenaran-kebenaran, informasi, prinsip-prinsip yang dimiliki oleh individu. Dalam

hal ini berdasarkan tabel diatas, responden memiliki kumpulan informasi mengenai peran *Warta Jemaat* melalui isi atau pesan didalamnya, yaitu untuk menanamkan budaya organisasi, mempertahankan budaya organisasi dan mensosialisasikan perubahan. Hal ini yang menyebabkan mayoritas responden memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal GKI Residen Sudirman Surabaya.

Tabel 4.23 Tingkat Pengetahuan Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya Mengenai Peran *Warta Jemaat* sebagai media internal berdasarkan Usia

		TINGKAT PENGETAHUAN			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
USIA	17-27 tahun	1	28	104	133
		0,4%	9,8%	36,5%	46,7%
	28-38 tahun	0	9	38	47
		0,0%	3,2%	13,3%	16,5%
	39-49 tahun	1	15	45	61
		0,4%	5,3%	15,8%	21,4%
	50-60 tahun	1	11	32	44
		0,4%	3,9%	11,2%	15,4%
Total		3	63	219	285
		1,1%	22,1%	76,8%	100,0%

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Terlihat pada tabel 4.23 diatas bahwa mayoritas responden dari berbagai rentang usia memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal, yaitu sebanyak 104 responden (36,5%) berusia 17-27 tahun, 45 responden (15,8%) berusia 39-49 tahun, 38 responden (13,3%) berusia 28-38 tahun, dan 32 responden (11,2%) berusia 50-60 tahun. Dengan demikian, terdapat 219 responden (76,8%) dari total 285 responden yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi dalam penelitian ini.

Terdapat 63 responden yang memiliki tingkat pengetahuan sedang mengenai peran *Warta Jemaat* yang terdiri dari 28 responden (9,8%) berusia 17-27 tahun, 15 responden (5,3%) berusia 39-49 tahun, 11 responden (3,9%) berusia 50-60 tahun dan 9 responden (3,2%) berusia 28-38 tahun. Sedangkan yang memiliki tingkat pengetahuan rendah mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal yaitu sebanyak 3 responden (1,1%) masing-masing 1 responden dari rentang usia 17-27 tahun, 39-49 tahun dan 50-60 tahun.

Public Relations merupakan fungsi manajemen yang menemukan, menetapkan, dan mempertahankan hubungan-hubungan yang saling menguntungkan antara sebuah organisasi dengan golongan publik yang menjadi penentu kesuksesan atau kegagalan organisasi (Cutlip, Center, dan Broom dalam Effendy, 2009, p. 116). Publik organisasi yang dimaksudkan adalah kelompok atau individu yang menjalin komunikasi dengan suatu organisasi, baik internal maupun eksternal (Jefkins, 2003, p. 80). Guna menjalin hubungan yang saling menguntungkan dengan publik internalnya, praktisi *Public Relations* memerlukan adanya komunikasi internal yang efektif agar pesan yang hendak disampaikan dapat tersalurkan dengan baik (Ardianto, 2014, p. 99).

Terdapat beberapa media yang dapat digunakan seorang *Public Relations* untuk membangun komunikasi dengan publik internal yang baik, salah satunya adalah media internal (Moss dan DeSanto, 2011, p. 285). Penerbitan media internal sendiri memiliki tujuan untuk menjembatani komunikasi antara organisasi dan anggotanya yang saling berhubungan (Ardianto, 2014, p. 147). Media internal pula dapat difungsikan untuk mengkomunikasikan budaya organisasi, baik menanamkan budaya organisasi, mempertahankan budaya organisasi dan mensosialisasikan perubahan (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 36).

Berdasarkan pengamatan peneliti dan wawancara dengan Moida selaku Sekertaris Umum Majelis Jemaat GKI Residen Sudirman pada 4 Mei 2018, diketahui bahwa jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya didominasi oleh usia produktif. Hal ini kemudian didukung oleh data yang diperoleh melalui wawancara dengan Adit selaku Ketua Komisi Pemuda GKI Residen Sudirman Surabaya pada 19 April 2018

yang menyatakan bahwa jumlah anggota pemuda di GKI Residen Sudirman Surabaya sendiri berjumlah kurang lebih 120 orang. Hal ini kemudian dapat mendasari temuan penelitian ini yang dimana mayoritas responden berpengetahuan tinggi berada pada rentang usia 17-27 tahun yang berjumlah 104 responden.

Seperti yang dikatakan Hurlock, seseorang yang berusia 17-27 tahun termasuk dalam rentang atau kategori usia yang dewasa, mempunyai kemandirian dan pengetahuan yang cukup untuk menerima informasi, sehingga keinginan untuk merealisasikan pesan yang ditangkap dalam tindakan nyata besar (1997, p. 246). Dikatakan pula dalam teori Hurlock tersebut bahwa pada masa dewasa ini termasuk dalam masa produktif dimana seseorang memainkan peran penting dalam tugas yang dijalani (1997, p. 246).

Hurlock juga menyatakan bahwa pada usia muda, seseorang lebih terbuka dan dapat mengembangkan nilai-nilai baru sesuai dengan tugas mereka (1980, p. 250-251). Sedangkan menurut Krosnick dan Alwin dalam Azwar (2003, p. 81) seiring bertambahnya usia, akan semakin sulit untuk seseorang dalam menerima persuasi atau informasi secara serta-merta dari luar, dikarenakan keteguhan pendirian yang mereka miliki. Hal ini kemudian dapat mendasari temuan dalam penelitian ini bahwa responden yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi dengan rentang usia yang lebih tua lebih sedikit dibandingkan usia muda.

Pengetahuan terbentuk ketika seseorang memberikan perhatian, pengertian dan penerimaan mengenai stimulus atau pesan, sehingga seseorang yang semula tidak tahu menjadi tahu dan yang semula tidak mengerti menjadi mengerti. Dalam hal ini, media dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan ketrampilan kognitifnya (Effendy, 2003, p. 318). Pengetahuan mengenai budaya organisasi penting diketahui oleh setiap anggota organisasi sehingga anggota organisasi dapat mengidentifikasi diri agar mereka lebih menerima nilai organisasi.

Pada saat anggota organisasi telah menerima dan menyerap budaya organisasi melalui media internal, maka tujuan organisasi dapat direalisasikan (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 36). Karena itu, penting bagi generasi muda di GKI Residen

Sudirman Surabaya untuk mengetahui budaya organisasi yang ingin disampaikan mengingat GKI Residen Sudirman Surabaya sudah memasuki usia yang matang yaitu 60 tahun. Generasi muda diharapkan untuk menjadi penerus pelayanan yang selama ini dihayati oleh GKI Residen Sudirman Surabaya sesuai dengan budaya organisasi yang telah ditetapkan.

Ketika jemaat muda GKI Residen Sudirman Surabaya sudah memiliki pengetahuan mengenai norma, keyakinan, prinsip, dan cara berperilaku yang menjadi karakteristik khas GKI Residen Sudirman Surabaya, maka akan lebih mudah bagi mereka untuk mengidentifikasikan diri dengan budaya gereja tersebut dan tujuan gereja dapat direalisasikan.

Tabel 4.24 Tingkat Pengetahuan Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya Mengenai Peran *Warta Jemaat* sebagai media internal berdasarkan Pendidikan Terakhir

		TINGKAT PENGETAHUAN			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
PT	SMA	0	22	88	110
		0,0%	7,7%	30,9%	38,6%
	D1/D2/D3	2	2	15	19
		0,7%	0,7%	5,3%	6,7%
	S1/S2/S3	1	39	116	156
		0,4%	13,7%	40,7%	54,7%
Total		3	63	219	285
		1,1%	22,1%	76,8%	100,0%

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Terlihat pada tabel 4.24 diatas bahwa mayoritas responden dari berbagai latar belakang pendidikan memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal, yaitu sebanyak 116 responden (40,7%) memiliki pendidikan terakhir S1/S2/S3, 88 responden (30,9%) memiliki pendidikan

SMA dan 15 responden (5,3%) memiliki pendidikan terakhir D1/D2/D3. Dengan demikian, terdapat 219 responden (76,8%) dari total 285 responden yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi dalam penelitian ini.

Pada tabel diatas pula diketahui terdapat 63 responden (22,1%) yang memiliki tingkat pengetahuan sedang mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal, yaitu sebanyak 39 responden (13,7%) memiliki pendidikan terakhir S1/S2/S3, 22 responden (7,7%) memiliki pendidikan terakhir SMA dan 2 responden (0,7%) memiliki pendidikan terakhir D1/D2/D3. Sedangkan 3 responden 91,1%) yang memiliki tingkat pengetahuan rendah mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal terdiri dari 2 responden (0,7%) yang memiliki pendidikan terakhir D1/D2/D3 dan 1 responden (0,4%) yang memiliki pendidikan terakhir S1/S2/S3.

Pendidikan adalah proses perubahan sikap dan perilaku seseorang atau kelompok dan merupakan usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan (Budiman & Riyanto, 2013). Semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin cepat menerima dan memahami suatu informasi sehingga pengetahuan yang dimiliki juga semakin tinggi (Sriningsih, 2011). Hal ini yang mendasari bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang, maka potensinya dalam memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai sesuatu informasi lebih besar. Dalam penelitian ini, mayoritas responden yang memiliki tingkatan pengetahuan tinggi mempunyai latar belakang pendidikan yang tertinggi pula yakni S1/S2/S3.

Public Relations memiliki fungsi untuk komunikasi dua arah dan mengatur alur informasi, publikasi serta pesan dari perusahaan atau organisasi ke publiknya atau sebaliknya demi terciptanya citra positif bagi kedua belah pihak (Cutlip, Center, dan Canfield dalam Ruslan, 2007, p. 19). Sehingga penting bagi *Public Relations* untuk menyampaikan informasi yang relevan dan mudah dimengerti kepada publiknya, khususnya publik internal untuk mencapai tujuan bersama (Ruslan, 2012, p. 277).

Dengan adanya tingkat pengetahuan tinggi yang dimiliki pembaca dari berbagai latar belakang usia mengenai peran media internal dalam mengkomunikasikan budaya organisasi, maka dapat disimpulkan bahwa pesan yang disampaikan oleh *Public Relations* efektif. Hal ini dikarenakan pencapaian tertinggi dalam proses

komunikasi adalah ketika berkomunikasi memiliki pengetahuan (kognitif) mengenai isi pesan dalam komunikasi tersebut. Memiliki pengetahuan secara umum diartikan bahwa adanya informasi yang tersimpan dalam ingatan (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994, p. 316).

Tabel 4.25 Tingkat Pengetahuan Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya Mengenai Peran *Warta Jemaat* sebagai media internal berdasarkan Format *Warta Jemaat* yang Dibaca

		TINGKAT PENGETAHUAN			Total
		Rendah	Sedang	Tinggi	
WARTA	Versi	1	44	192	237
	Cetak	0,4%	15,4%	67,4%	83,2%
	Versi	2	19	27	48
	Digital	0,7%	6,7%	9,5%	16,8%
Total		3	63	219	285
		1,1%	22,1%	76,8%	100,0%

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Pada tabel 4.25 diatas dapat terlihat bahwa tingkat pengetahuan mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal yaitu menanamkan budaya organisasi, mempertahankan budaya organisasi dan mensosialisasikan perubahan adalah tinggi. Dari 219 responden (76,8%) penelitian ini yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi, 192 responden (67,4%) diantaranya mendapatkan pengetahuan melalui *Warta Jemaat* versi cetak. Sedangkan hanya 27 responden (9,5%) lainnya mendapatkan pengetahuan terkait peran media internal melalui *Warta Jemaat* versi digital. Berdasarkan tabel diatas pula dapat dilihat adanya perbedaan yang signifikan antara kedua format ini.

Warta Jemaat versi cetak dan *Warta Jemaat* digital merupakan media komunikasi yang dirancang dan diandalkan oleh Kantor Gereja untuk menjadi sumber informasi dan penanaman nilai-nilai Gereja (Wawancara dengan Kepala

Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya, Dar, 12 Maret 2018). Namun, sebagian besar responden belum mengetahui dan membaca *Warta Jemaat* dalam format digital yang dapat diperoleh melalui aplikasi GKI Surabaya.

Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan wawancara singkat dengan beberapa Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya untuk data awal penelitian. Samuel (23) merupakan salah satu Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya. Ia menyatakan bahwa di GKI Residen Sudirman Surabaya belum terdapat *Warta Jemaat* dengan konsep digital, hanya dalam bentuk cetak saja (Wawancara melalui *direct message* Instagram, 17 Februari 2018). Padahal, setelah melakukan wawancara dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya, Dar, pada 19 Februari 2018, peneliti mengetahui bahwa selain secara lisan, informasi terkait *Warta Jemaat* versi digital juga dicantumkan pada rubrik Informasi dalam *Warta Jemaat* versi cetak. Hal ini menandai adanya informasi yang belum tersampaikan secara merata atau komunikasi belum memberikan perhatian, pengertian dan penerimaan secara penuh kepada stimulus.

Selain itu responden lain, Billy (19 tahun), menyatakan bahwa ia mengetahui adanya *Warta Jemaat* dalam versi digital, namun enggan mengunduh *Warta Jemaat* tersebut karena konten *Warta Jemaat* versi digital tidak berbeda jauh dengan *Warta Jemaat* versi cetak dan *Warta Jemaat* versi cetak lebih mudah didapatkan di Gereja, tanpa perlu mengunduh sebuah aplikasi terlebih dahulu (Wawancara dengan Billy, Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya, Minggu, 15 April 2018). Pernyataan Billy dapat didukung oleh teori karakteristik media cetak sendiri yaitu media cetak lebih bersifat fleksibel, mudah dibawa ke mana-mana, bisa disimpan, bisa dibaca kapan saja, mudah didapat dan tidak terikat waktu (Canggara, 2010, p. 126-127). Hal ini pula dapat mendasari data yang diperoleh pada penelitian dimana jemaat yang sudah mengetahui adanya *Warta Jemaat* versi cetak namun tetap memilih membaca *Warta Jemaat* versi cetak karena lebih mudah didapatkan dan lebih bersifat fleksibel.

Dalam jurnal yang berjudul “Perancangan *Website* Gereja Misi Injili Indonesia (GMII) Jemaat Sola Gratia” mengemukakan bahwa penggunaan media baru lebih efektif dan efisien dalam pelaksanaan visi dan misi organisasi gereja. Gereja sudah

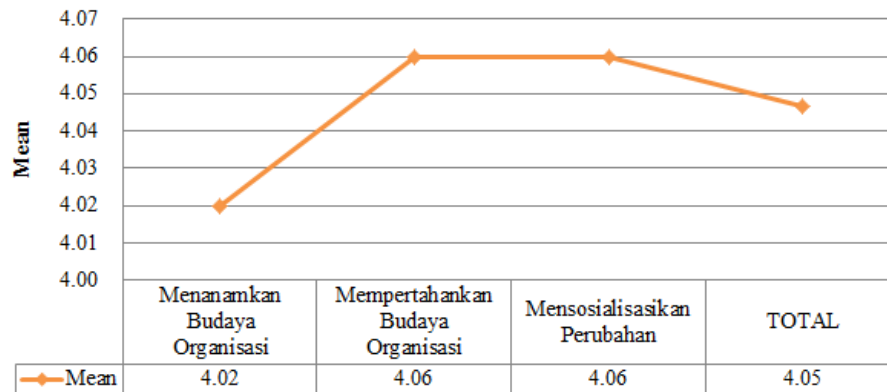
selayaknya mempertimbangkan pengembangan suatu aplikasi sistem informasi yang dapat memberikan informasi kepada jemaat dan jemaat diharapkan dapat dengan mudah mengakses informasi melalui sistem informasi tersebut (Putra, Darmianto & Liumone, 2016, p. 17). *Warta Jemaat* awalnya telah dibuat dengan konsep digital agar lebih mudah diakses oleh jemaat, khususnya generasi milenial dan jemaat lain, baik yang hadir maupun tidak hadir saat kebaktian, dengan harapan bahwa jemaat tetap mendapatkan informasi dan budaya gereja dapat terus tersampaikan (Wawancara dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya, Dar, 12 Maret 2018).

Namun berdasarkan data pada tabel diatas, diketahui bahwa format media internal pada GKI Residen Sudirman Surabaya versi digital belum menjalankan perannya dalam mengkomunikasikan budaya organisasi dengan efektif karena tidak semua jemaat mengetahui adanya media tersebut dan apabila ada, jemaat cenderung enggan mengunduhnya karena dianggap tidak mudah didapatkan. Melihat hal ini, praktisi *Public Relations* perlu mempertimbangkan kembali atau diperbaiki media internal versi digital tersebut, mengingat fungsi PR untuk mengatur alur informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publiknya (Cutlip, Center, dan Canfield dalam Ruslan, 2007, p. 19) dan fungsi media internal itu sendiri sebagai alat penyampaian pesan-pesan, informasi, dan berita bagi organisasi.

4.6 Tingkat Pengetahuan Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya Mengenai Peran *Warta Jemaat* Sebagai Media Internal

Pada bagian ini menjelaskan terkait hasil analisa indikator peran media internal yaitu menanamkan budaya organisasi, mempertahankan budaya organisasi dan mensosialisasikan perubahan, yang akan menggambarkan tingkat pengetahuan jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal secara keseluruhan. Berikut ini merupakan perolehan nilai rata-rata setiap indikator dalam peran media internal yaitu menanamkan budaya organisasi, mempertahankan budaya organisasi dan mensosialisasikan perubahan.

Gambar 4.5 Tingkat pengetahuan jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal



Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Dari bagan 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa secara keseluruhan tingkat pengetahuan Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal memperoleh nilai rata-rata 4,05 yang termasuk dalam interval tingkat pengetahuan tinggi. Masing-masing indikator memperoleh nilai rata-rata yaitu 4,02, 4,06 dan 4,06. Artinya mayoritas responden memberikan jawaban positif sehingga tingkat pengetahuan yang diperoleh tinggi.

Secara lebih rinci, peneliti menggambarkan tingkat pengetahuan jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal secara keseluruhan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.26 Tingkat Pengetahuan Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya Mengenai Peran *Warta Jemaat* Sebagai Media Internal

		Frekuensi	Presentase
Valid	Rendah	3	1,1%
	Sedang	63	22,1%
	Tinggi	219	76,8%

	Total	285	100%
--	--------------	-----	------

Sumber: Olahan Peneliti, 2018

Dari tabel 4.26 diatas dapat diketahui bahwa secara keseluruhan tingkat pengetahuan jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal adalah tinggi. Hal tersebut terlihat dari total 285 responden, sebanyak 219 responden (76,8%) memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal. Sedangkan hanya terdapat 63 responden (22,1%) yang memiliki tingkat pengetahuan sedang dan 3 responden (1,1%) yang memiliki tingkat pengetahuan rendah.

Dapat diartikan bahwa jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya memiliki pengetahuan yang tinggi bahwa informasi yang dimuat dalam *Warta Jemaat* bertujuan untuk menanamkan budaya organisasi, mempertahankan budaya organisasi dan mensosialisasikan perubahan. Hal ini dikarenakan, informasi terkait budaya organisasi selalu dimuat setiap minggunya dalam *Warta Jemaat* edisi Pra-paskah Maret 2018 dan Paskah 1 April 2018 sehingga jemaat dianggap selalu membaca dan memperoleh pengetahuan mengenai hal tersebut (Wawancara dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya, Dar, 6 April 2018). Dengan adanya perhatian, pengertian dan penerimaan dari jemaat maka disaat yang bersamaan anggota jemaat telah mengetahui dan menyerap budaya organisasi melalui media internal (Effendy, 2003, p. 255). Dengan demikian, tujuan organisasi dapat direalisasikan (Siregar dan Pasaribu, 2000, 36).

Dari 219 responden (76,8%) yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi tersebut 125 responden (43,9%) diantaranya adalah responden yang berjenis kelamin perempuan. Hal ini dikarenakan, jumlah jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya yang berjenis kelamin perempuan memang lebih banyak dari pada yang berjenis kelamin laki-laki (Wawancara dengan Sekretaris Umum Majelis Jemaat GKI Residen Sudirman, Moida, 4 Mei 2018). Responden yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi didominasi oleh responden dalam rentang usia 17-27 tahun yaitu sebanyak 104 responden (36,5%). Hal ini dikarenakan pada usia ini, seseorang memiliki

kemandirian dan pengetahuan yang cukup untuk menerima informasi serta lebih terbuka dan dapat mengembangkan nilai-nilai yang ditanamkan dalam diri mereka (Hurlock, 1980, p. 250-251).

Dari keseluruhan responden yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi pula, 116 responden (40,7%) diantaranya berpendidikan terakhir S1/S2/S3 yang mana merupakan pendidikan yang tertinggi dalam kategori pernyataan kuisisioner penelitian ini. Hal ini selaras dengan pernyataan Sriningsih (2011) bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang, maka semakin cepat ia dapat menerima dan memahami suatu informasi sehingga pengetahuan yang dimiliki juga semakin tinggi. Media internal yang paling mempengaruhi tingkat pengetahuan tinggi responden pada penelitian ini adalah *Warta Jemaat* versi cetak yang mana pembacanya berjumlah jauh lebih banyak daripada pembaca *Warta Jemaat* versi digital yaitu 192 responden (67,4%). Hal ini dapat disebabkan oleh karakteristik media cetak yang bersifat fleksibel dan mudah didapatkan (Canggara, 2010, p. 126-127).

Public Relations didefinisikan sebagai fungsi manajemen yang menemukan, menetapkan, dan mempertahankan hubungan-hubungan yang saling menguntungkan antara sebuah organisasi dengan golongan publik yang menjadi penentu kesuksesan atau kegagalan organisasi (Cutlip, Center, dan Broom dalam Effendy, 2009, p. 116). Untuk berkomunikasi dengan anggota organisasi sebagai publik internal suatu organisasi, praktisi *Public Relations* dapat menggunakan media internal sebagai alat bantu komunikasi.

Media internal berfungsi untuk menyampaikan pesan-pesan, informasi, dan berita mengenai perusahaan (Ruslan, 1998, 187). Media internal suatu organisasi juga dapat difungsikan untuk mengkomunikasikan budaya korporasi atau organisasi dalam cara yang lebih sesuai dan pada kesempatan yang tepat. Budaya organisasi dikomunikasikan kepada anggota organisasi dengan harapan anggota dapat mengidentifikasi diri lewat informasi-informasi yang dimuat dalam media internal, sehingga mereka lebih menerima nilai organisasi yang disisipkan dalam informasi tersebut. Pada saat anggota organisasi telah menerima dan menyerap budaya

organisasi melalui media internal, maka tujuan organisasi dapat direalisasikan (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 36).

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa pencapaian tertinggi dalam proses komunikasi adalah ketika komunikan memiliki pengetahuan mengenai isi pesan dalam komunikasi tersebut (Effendy, 2003, p. 255). Dalam hal ini komunikasi berlangsung melalui media internal sebagai jembatan bagi proses komunikasi antara *top management* dengan anggota perusahaan sehingga informasi yang disampaikan dapat menyebar secara merata (Soemirat dan Ardianto, 2012, p. 26). Menurut Brown budaya organisasi sebagai norma, keyakinan, prinsip, dan cara berperilaku bersama-sama yang memberikan karakteristik khas pada masing-masing organisasi perlu diketahui oleh seluruh anggota organisasi agar anggota organisasi dapat mengidentifikasikan dirinya sesuai budaya organisasi yang diatur dan dapat menciptakan citra positif organisasi pada khalayak luas (dalam Willcoxson & Millet, 2000, p. 93). Dengan adanya pengetahuan pembaca pula, media internal dapat dinyatakan berhasil dalam menjalankan fungsinya yaitu sebagai alat penyampaian pesan-pesan, informasi, dan berita (bentuk tulisan atau *photo release*) mengenai aktivitas perusahaan, manfaat produk barang dan jasa, serta publikasi lainnya (Ruslan, 1998, p. 187).

Adanya tingkat pengetahuan yang tinggi dari jemaat mengenai pesan yang disampaikan oleh praktisi *Public Relations* di GKI Residen Sudirman Surabaya melalui *Warta Jemaat* juga menandai adanya kinerja praktisi *Public Relations* yang baik. Menurut Ardianto (2014, p.100), sebuah organisasi, lembaga, atau perusahaan jangan berharap memperoleh hubungan yang baik dengan publik internalnya apabila anggotanya tidak diberikan informasi yang tepat, atau diberikan informasi yang salah.

Dengan menyediakan informasi yang relevan dan mengkomunikasikan budaya organisasi yang memang dibutuhkan oleh anggota gereja atau jemaat, berarti GKI Residen Sudirman Surabaya menganggap bahwa jemaat merupakan aset penting bagi gereja oleh karena itu gereja selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan informasi jemaat melalui media internalnya, baik informasi mengenai perkembangan gereja, kebijakan dan kegiatan-kegiatan gereja, hingga budaya atau nilai-nilai yang dianut

oleh gereja (Wawancara dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya, Dar, 6 April 2018).

Seperti yang dijelaskan dalam *Uncertainty Reduction Theory* menurut Berger dan Bradag, informasi yang diberikan kepada publik haruslah lengkap dan tidak boleh terpotong-potong karena informasi ini lah yang akan menentukan perilaku publik terhadap organisasi. Apakah nantinya publik akan mendukung organisasi atau mungkin justru berlainan sikap dengan organisasi. Oleh karena itu, organisasi harus membantu publiknya untuk mengurangi ketidakpastian dengan lebih terbuka memberikan informasi (*self-disclosure*), sehingga publik dalam keadaan berkecukupan informasi atau *well informed* (Kriyantono, 2014, p. 146).