

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

Syeilla Adelita Dethan, Inri Inggrit Indrayani, Yustisia Ditya Sari, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

*seladethan@gmail.com*

## Abstrak

GKI Residen Sudirman Surabaya menggunakan *Warta Jemaat* sebagai media internal organisasi. *Warta Jemaat* merupakan satu-satunya media komunikasi gereja dan jemaat yang dikelola langsung oleh Kantor Gereja. Media internal ini memiliki peran untuk mengkomunikasikan budaya organisasi antara lain menanamkan budaya organisasi, mempertahankan budaya organisasi dan mensosialisasikan perubahan. Karena peranan penting inilah maka perlu diketahui tingkat pengetahuan jemaat mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 285 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan tingkat pengetahuan tinggi jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal. Tingkat pengetahuan tinggi ini terbentuk dari tingkat pengetahuan mengenai peran menanamkan budaya organisasi, mempertahankan budaya organisasi dan mensosialisasikan budaya organisasi yang tinggi.

**Kata Kunci:** Tingkat Pengetahuan, Media Internal, Peran Media Internal, *Warta Jemaat*, GKI Residen Sudirman Surabaya.

## Pendahuluan

Proses komunikasi merupakan proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator), kepada orang lain (komunikan), sehingga proses komunikasi tersebut dapat dilihat melalui model komunikasi *Stimulus-Organism-Response* (Effendy, 2003, p. 254). Pencapaian tertinggi dalam suatu proses komunikasi adalah ketika komunikan atau publik memiliki pengetahuan mengenai isi pesan dalam proses komunikasi tersebut (Kincaid & Schramm, 1987, p. 115). Pengetahuan didefinisikan secara umum sebagai informasi yang tersimpan dalam ingatan (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994, p. 316). Sehingga dapat ditarik konsep mengenai tingkat pengetahuan sebagai seberapa banyak informasi yang diketahui atau tersimpan dalam ingatan ketika seseorang menerima informasi yang dibedakan dalam tiga tingkatan yaitu tinggi, sedang, atau rendah.

Merupakan salah satu fungsi *Public Relations* untuk membentuk suatu hubungan yang signifikan antara perusahaan/organisasi dengan publiknya dengan

menciptakan komunikasi dua arah dan mengatur alur informasi, publikasi serta pesan dari perusahaan atau organisasi ke publiknya atau sebaliknya (Ruslan, 2007, p. 19). Jefkins (2003) menjelaskan bahwa publik adalah kelompok atau individu yang menjalin komunikasi dengan suatu organisasi, baik internal maupun eksternal (p. 80). Publik internal merupakan publik yang termasuk dalam perusahaan. Salah satu publik internal suatu organisasi adalah para anggota atau karyawan (Jefkins, 2003, p. 80-85). Dengan kata lain, *Public Relations* bertugas sebagai mediator yang menjembatani organisasi dengan publik internalnya.

Media komunikasi yang digunakan oleh suatu organisasi dengan publik internalnya adalah media internal. 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). Membina hubungan yang baik dengan publik internal sama pentingnya dengan hubungan dengan publik eksternal, karena kedua bentuk hubungan tersebut diumpamakan sebagai dua sisi mata uang yang mempunyai arti sama dan saling berkaitan erat satu sama lain. Sebab itu, penting bagi *Public Relations* untuk menyampaikan informasi yang relevan kepada anggota organisasi, mengingat kebutuhan mereka akan informasi sekaligus dampak positif yang dapat ditimbulkan dari komunikasi internal yang tepat (Ruslan, 2012, p. 277). Anggota membutuhkan gambaran informasi yang jelas mengenai arah dan ambisi suatu organisasi secara keseluruhan sehingga anggota dapat mengetahui dimana ia dapat berperan dan bagaimana ia dapat berkontribusi dalam mencapai tujuan tersebut.

Tidak hanya dalam organisasi berorientasi profit, penggunaan media internal sebagai media komunikasi juga digunakan dalam organisasi-organisasi non-profit. Dalam prakteknya, organisasi non-profit bergantung pada praktisi profesional atau bahkan voluntir yang tidak profesional untuk menjalankan peran sebagai *Public Relations* (Cutlip, Center dan Broom, 1999, p. 527). Dalam "*Characteristic of the Steward Leader in Christian Nonprofit Organization*", gereja diartikan sebagai salah satu organisasi non-profit yang dikategorikan sebagai organisasi khusus tempat masyarakat mendelegasikan tugas-tugas publik kepada kelompok privat (Wilson, 2010, p. 30). Salah satu anggota Gereja Kristen Indonesia (GKI) Jawa Timur yang menggunakan media internal adalah GKI Residen Sudirman Surabaya. Seperti dilansir dari laman *website* resmi GKI Residen Sudirman Surabaya, Gereja ini 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.

*Warta Jemaat* GKI Residen Sudirman Surabaya pada umumnya berisikan informasi-informasi seputar gereja. Isi dari *Warta Jemaat* ini pula yang kemudian diandalkan oleh gereja untuk menanamkan nilai dan budaya gereja (Wawancara dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya, Dar, 12 Maret 2018).



Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan wawancara singkat dengan beberapa jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya untuk data awal penelitian. Data tersebut menunjukkan bahwa adanya informasi terkait salah satu bentuk media internal yang diandalkan gereja untuk memberikan informasi dan mendistribusikan budaya organisasi yang masih luput dari beberapa jemaat. Padahal, adanya *Warta Jemaat* konsep digital dibuat untuk mendukung *Warta Jemaat* versi cetak dengan memanfaatkan teknologi (Wawancara dengan Kepala Kantor GKI Residen Sudirman Surabaya, Dar, 19 Februari 2018).

Media internal harus bermanfaat bagi kedua belah pihak, baik penyelenggara maupun pembaca (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 17). Menurut Siregar dan Pasaribu pula (2000, p. 36-41), media internal dapat menjalankan tiga peran penting dalam upaya untuk mengkomunikasikan budaya organisasi, yaitu menanamkan, mempertahankan dan mensosialisasikan perubahan. Elemen idealistik budaya organisasi melekat pada anggota dalam bentuk doktrin, filsafah hidup atau nilai-nilai individual yang melekat pada pendiri organisasi yang biasanya dinyatakan dalam visi dan misi organisasi (Sobirin, 2007, p. 153). Budaya Organisasi GKI Residen Sudirman Surabaya yang diturunkan dalam visi dan misi gereja menjadi unik karena terus diperbaharui.

Soenarjo (1997, p. 101) mengatakan bahwa efek dari sebuah media internal dapat dilihat dari respon yang timbul setelah membaca media internal tersebut. Salah satu cara untuk melihat tercapainya tujuan dan berhasilnya upaya yang dilakukan oleh GKI Residen Sudirman Surabaya dalam menggunakan *Warta Jemaat* sebagai alat untuk menanamkan dan mempertahankan budaya Gereja dan mensosialisasikan perubahan adalah dengan mengukur efek dari pesan dalam *Warta Jemaat* kepada pembacanya. Efek dalam proses komunikasi sendiri dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu efek kognitif, efek afektif dan efek behaviorial (Effendy, 2003, p. 318). Dalam penelitian ini, peneliti melihat tingkat pengetahuan jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal, sehingga penelitian ini lebih berfokus kepada efek komunikasi kognitif terkait peran media internal dalam organisasi. Efek kognitif adalah efek yang timbul dari diri komunikan yang sifatnya informatif. Efek ini berhubungan dengan penalaran, sehingga seseorang yang semula tidak tahu menjadi tahu dan yang semula tidak mengerti menjadi mengerti. Efek ini juga berkaitan tentang bagaimana media dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan ketrampilan kognitifnya (Effendy, 2003, p. 318).

Karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam lagi mengenai tingkat pengetahuan Jemaat GKI residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal. Menurut Hurlock (1997, p. 246) usia 17-60 tahun merupakan kategori usia yang dewasa, mempunyai kemandirian dan pengetahuan yang cukup untuk menerima informasi, sehingga keinginan untuk merealisasikan pesan yang ditangkap dalam tindakan nyata besar. Sehingga responden dari penelitian ini adalah Jemaat GKI Residen Sudirman yang berusia 17-60 tahun.



Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti merumuskan permasalahan yang dijadikan topik dalam penelitian ini yaitu, “Bagaimana Tingkat Pengetahuan Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya Mengenai Peran *Warta Jemaat* Sebagai Media Internal?”

## Tinjauan Pustaka

### Tingkat Pengetahuan

Menurut Kincaid dan Schramm (1987, p. 115), pengetahuan merupakan wujud dari kenyataan atau kebenaran-kebenaran, informasi, prinsip-prinsip yang dimiliki oleh umat manusia. Pencapaian tertinggi dalam proses komunikasi adalah ketika komunikasi memiliki pengetahuan (kognitif) mengenai isi pesan dalam komunikasi tersebut. Pengetahuan didefinisikan secara umum sebagai informasi yang tersimpan dalam ingatan (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994, p. 316). Sehingga dapat ditarik konsep mengenai tingkat pengetahuan sebagai seberapa banyak informasi yang diketahui atau tersimpan dalam ingatan ketika seseorang menerima informasi, yang dibedakan dalam tiga tingkatan yaitu tinggi, sedang, atau rendah.

Indikator pengukuran pengetahuan adalah sebagai berikut (Engel, Blackwell dan Miniard, 1994, p. 331-332):

a. Pengetahuan objektif

Pengukuran yang menyadap apa yang benar-benar sudah tersimpan dalam ingatan komunikasi.

b. Pengetahuan subjektif

Pengetahuan subjektif diukur dengan menanyakan pendapat atau persepsi khalayak dari pengetahuan mereka sendiri. Tidak seperti pengetahuan objektif yang berpusat pada informasi yang spesifik yang mungkin diketahui oleh banyak orang, tetapi pengetahuan subjektif mengukur impresi dari pengetahuan total.

Menurut Bloom dalam Sunaryo (2002, p. 23-24), terbentuknya perilaku baru, khususnya pada orang dewasa, diawali dengan adanya pengetahuan (*cognitive domain*) dimana individu terlebih dahulu mengetahui stimulus, sehingga menimbulkan pengetahuan baru pada individu. Pengetahuan tersebut kemudian diukur dengan tingkatan pengetahuan tinggi, sedang atau rendah.

### Media Internal

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). Definisi lain juga dikemukakan oleh Siregar dan Pasaribu (2000, p. 34), media internal suatu organisasi dapat difungsikan untuk mengkomunikasikan budaya korporasi atau organisasi dalam cara yang lebih sesuai dan pada kesempatan yang tepat. Media Internal juga 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 (2000, p. 36-41) media internal dapat menjalankan tiga peran penting dalam upaya untuk mengkomunikasikan budaya organisasi, yaitu menanamkan, mempertahankan dan mensosialisasikan perubahan:

a. Menanamkan Budaya Organisasi

Menanamkan budaya organisasi melalui media internal dapat dilakukan dengan berbagai cara. Melalui slogan atau simbol organisasi yang dipaparkan melalui isi media internal tersebut sehingga anggota dapat menumbuhkan penghayatan terhadap makna simbol atau slogan yang dimaksud, dikaitkan dengan tujuan organisasi. Kebiasaan-kebiasaan di lingkungan organisasi yang dimuat dalam media internal serta kaitannya dengan budaya yang dianut oleh organisasi juga diandalkan. Kemudian, anggota organisasi dapat mengidentifikasi diri lewat kisah atau artikel yang dimuat dalam media internal, sehingga mereka lebih menerima nilai organisasi yang disisipkan dalam kisah tersebut. Pada saat anggota organisasi telah menerima dan menyerap budaya organisasi melalui media internal, maka tujuan organisasi dapat direalisasikan.

b. 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.

c. 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.

## **Public Relations**

Pengertian *Public Relations* menurut Cutlip, Center, dan Broom (dalam Effendy, 2009, p. 116) adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik. Definisi lainnya yang juga dikemukakan oleh Cutlip, *Public Relations* adalah 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.

Sedangkan, *International Public Relations Association* (IPRA) (dalam Rumanti dan Assumpta, 2005, p.11) mendefinisikan *Public Relations* sebagai fungsi manajemen dari sikap budi yang direncanakan dan dijalankan secara berkesinambungan oleh organisasi-organisasi, lembaga-lembaga umum dan pribadi dipergunakan untuk memperoleh dan membina saling pengertian, simpati



dan dukungan dari mereka yang ada hubungan dan diduga akan ada kaitannya, dengan cara menilai opini publik mereka, dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan, guna mencapai kerja sama yang lebih produktif, dan untuk memenuhi kepentingan bersama yang lebih efisien, dengan kegiatan penerangan yang terencana dan tersebar luas.

## Metode

### Konseptualisasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif, serta menggunakan metode survei dengan membagikan kuisisioner kepada responden. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah tingkat pengetahuan responden mengenai komponen peran media internal yaitu menanamkan budaya organisasi, mempertahankan budaya organisasi dan mensosialisasikan perubahan (Siregar dan Pasaribu, 2000, p. 36-41).

### *Subjek Penelitian*

Subjek penelitian adalah benda, hal, atau orang yang padanya melekat data tentang objek penelitian (Silalahi, 2012, p. 250). Subjek dari penelitian ini adalah Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya usia 17-60 tahun yang berjumlah 1008 orang. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling* dimana tiap elemen dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel, karena sampel dipilih secara arbitrer oleh peneliti sehingga probabilitas masing-masing anggota populasi dipilih menjadi sampel tidak diketahui (Silalahi, 2012, p. 271). Jumlah *sampling* diambil menggunakan rumus solvin dengan jumlah 285 responden.

### *Analisis Data*

Ada beberapa langkah yang digunakan untuk melakukan analisis data kuesioner yang diperoleh dalam penelitian ini. Pertama, disajikan tabel frekuensi identitas responden yaitu meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan format *Warta Jemaat* yang dibaca responden. Kemudian disajikan tabel distribusi frekuensi jawaban responden pada setiap pertanyaan kuesioner yang diberikan dalam penelitian ini yaitu tingkat pengetahuan mengenai indikator peran media internal yaitu menanamkan budaya organisasi, mempertahankan budaya organisasi dan mensosialisasikan perubahan. Pada tahapan ini juga dilakukan analisis pada masing-masing indikator peran media internal serta tingkat pengetahuan secara keseluruhan. Serta disajikan pula hasil tabulasi silang (*crosstabs*), antara hasil penelitian dengan identitas responden yang bertujuan untuk menyajikan deskripsi khusus dalam bentuk tabel tabulasi silang tersebut. Hasil dalam penelitian ini dikategorikan dengan menggunakan teknik skala interval kelas tingkat pengetahuan, dan pengkategorian hasil akan menggunakan nilai rata-rata dari keseluruhan jawaban pada kuesioner.



## Temuan Data

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan hasil penelitian yang dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 1. 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%

Tabel 2. 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%

Tabel 3. 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%

## Analisis dan Interpretasi

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 1. Rata-rata tingkat pengetahuan jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *warta jemaat* sebagai media internal

Berdasarkan gambar diatas, 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.

Tabel 4. Tingkat Pengetahuan Mengenai Peran *Warta Jemaat* Sebagai Media Internal

		Frekuensi	Presentase
Valid	Rendah	3	1,1%
	Sedang	63	22,1%
	Tinggi	219	76,8%
	<b>Total</b>	285	100%

Dari tabel 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).



*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 komunikasi 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 inilah 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).

## Simpulan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat pengetahuan jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal. Berdasarkan hasil penelitian ini, diperoleh kesimpulan bahwa tingkat pengetahuan jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal adalah tinggi dengan nilai rata-rata dari keseluruhan jawaban adalah 4,05.

Tingkat pengetahuan yang tinggi menandakan adanya kumpulan informasi mengenai objek yang tersimpan dalam ingatan atau adanya stimulus yang disampaikan secara terus-menerus, sehingga terbentuklah pengetahuan sebagai efek kognitif dari sebuah proses komunikasi. Dengan melihat jumlah responden yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi mengenai peran *Warta Jemaat* dalam mengkomunikasikan 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 terhadap 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. Pengetahuan 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.

Rekomendasi yang diberikan untuk penelitian serupa berikutnya adalah dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya yang dapat menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melihat lebih dalam mengenai tingkat pengetahuan jemaat GKI Residen Sudirman Surabaya mengenai peran *Warta Jemaat* sebagai media internal. Dengan menggunakan metode kualitatif, dapat diperoleh data terkait penyebab apa saja yang membuat hasil tingkat pengetahuan semacam itu dapat muncul. Dengan adanya kajian tersebut,



diharapkan juga dapat semakin menambah kontribusi bagi penerbitan media internal yang efektif sebagai salah satu media komunikasi internal yang dikelola oleh *Public Relations*.

## Daftar Referensi

- Achmad, Sobirin. (2007). *Budaya Organisasi Pengertian, Makna dan Aplikasinya Dalam Kehidupan Organisasi*. Yogyakarta: IBPP STIM YKPN.
- Ardianto, Elvinaro. (2014). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cutlip, Scott. M., Center Allen H. & Broom, Glen. M. (2009). *Effective Public Relations*, Ed. 9. Jakarta: Kencana.
- Effendy, O. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Engel, Blackwell, dan Miniard. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Hurlock, E. B. (1997). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Jenkins, F. (2003). *Public Relations* (4th ed.). Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teori Public Relations Perspektif Barat Dan Lokal: Aplikasi Penelitiandan Praktik*. Jakarta: Kencana.
- Kincaid, D. L., Schramm, W. (1987). *Asas-Asas Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: LP3ES.
- Rumanti, M. A. (2005). *Dasar-dasar Public Relations: Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ruslan, Rosady. (2007). *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Siregar, A. & Pasaribu R. (2000). *Bagaimana Mengelola Media Korporasi Organisasi*. Yogyakarta: Lembaga Penelitian, Pendidikan dan Penerbitan Yogya (LP3Y).
- Soemirat, S. & Ardianto, E. (2012). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soenarjo, D. (1997). *Opini Publik*. Yogyakarta: Liberty.
- Sunaryo. (2002). *Psikologi untuk keperawatan*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC.
- Wilson, K. R. (2010). *Characteristic of the Steward Leader in Christian Nonprofit Organization*. United States: InterVarsity Press.

