

**PENGARUH ISI KONTEN KEBAKTIAN MELALUI YOUTUBE HKBP
KEDATON BANDAR LAMPUNG TERHADAP SIKAP RELIGIUS
JEMAAT PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Skripsi

Oleh

Ghilam Fathurriqí



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

PENGARUH ISI KONTEN KEBAKTIAN MELALUI YOUTUBE HKBP KEDATON BANDAR LAMPUNG TERHADAP SIKAP RELIGIUS JEMAAT PADA MASA PANDEMI COVID-19

Oleh

Ghilam Fathurrifqi

Pandemic Covid-19 membuat begitu banyak perubahan aktivitas baik secara sosial maupun religious. Salah satu perubahan yang terjadi adalah peribadatan di gereja yang biasanya dilakukan secara langsung kini harus melakukan secara berbeda, hal ini tidak mengurangi kehidmatan jemaat untuk beribadah. Adanya aktivitas ibadah atau kebaktian secara *daring* atau *online* ditengah pandemi Covid-19 tentunya disambut dengan antusias oleh para jemaat. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kebaktian melalui Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung terhadap sikap religius jemaat pada masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan penelitian metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jemaat yang aktif menjalani kebaktian di Gereja HKBP Kedaton Bandar Lampung dengan sampel berjumlah 100 jemaat. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa kebaktian melalui Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung berpengaruh positif dengan signifikan terhadap sikap religius jemaat pada masa pandemi Covid-19, hal itu dikarenakan nilai t_{hitung} sebesar 7.528 sedangkan t_{tabel} adalah 1.660, jadi $t_{hitung} 7.528 > t_{tabel} 1.660$ sedangkan nilai signifikansi sebesar 0.000 atau lebih kecil dari 0.05. Hasil nilai koefisien determinasi diperoleh nilai *R Square* sebesar 0.366 atau 36.6%. Jadi besarnya pengaruh kebaktian melalui Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung terhadap sikap religius jemaat pada masa pandemi Covid-19 sebesar 36.6% artinya ada faktor lain di luar variabel yang tidak diteliti yang mempengaruhi sikap religius jemaat pada masa pandemi Covid-19. Jika melihat rentang nilai tersebut maka hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kebaktian melalui Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung memiliki pengaruh moderat atau sedang terhadap sikap religius jemaat pada masa pandemi Covid-19.

Kata kunci: Pengaruh, Ibadah, Online, Youtube

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CONSERVATION THROUGH YOUTUBE HKBP KEDATON BANDAR LAMPUNG ON THE RELIGIOUS ATTITUDE OF THE CHURCHES DURING THE COVID-19 PANDEMIC

By

Ghilam Fathurrifqi

The Covid-19 pandemic made so many changes in activities both socially and religiously. One of the changes that has occurred is that worship in the church which is usually carried out in person now has to be carried out differently, this does not reduce the reverence for the congregation to worship. The existence of worship activities or services online or online in the midst of the Covid-19 pandemic is certainly welcomed with enthusiasm by the congregation. The purpose of this study was to find out how much influence the worship services through Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung had on the religious attitude of the congregation during the Covid-19 pandemic. This study used a descriptive research method with a quantitative approach. The population in this study were all congregations that actively served services at HKBP Kedaton Bandar Lampung Church with a sample of 100 congregations. Based on the results of the study, it was found that the service via Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung had a significant positive effect on the religious attitude of the congregation during the Covid-19 pandemic, this was because the t_{hitung} value was 7,528 while the t_{table} was 1,660, so $t_{hitung} > t_{table}$ 1,660 while the significance value was 0,000 or smaller than 0.05. The results of the coefficient of determination obtained an R Square value of 0.366 or 36.6%. So the magnitude of the influence of the worship service via Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung on the religious attitude of the congregation during the Covid-19 pandemic was 36.6%, meaning that there were other factors outside of the variables that were not examined which influenced the religious attitude of the congregation during the Covid-19 pandemic. If you look at this range of values, the results of this study indicate that the service through Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung has a moderate or moderate influence on the religious attitude of the congregation during the Covid-19 pandemic.

Keywords: *Influence, Worship, Online, Youtube*

**PENGARUH ISI KONTEN KEBAKTIAN MELALUI YOUTUBE HKBP
KEDATON BANDAR LAMPUNG TERHADAP SIKAP RELIGIUS
JEMAAT PADA MASA PANDEMI COVID-19**

Oleh

Ghilam Fathurriqfi

Skripsi

Selaku Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI

Pada

Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

**Judul Skripsi : PENGARUH ISI KONTEN KEBAKTIAN
MELALUI YOUTUBE HKBP KEDATON
BANDAR LAMPUNG TERHADAP SIKAP
RELIGIUS JEMAAT PADA MASA
PANDEMI COVID-19**

Nama Mahasiswa : Ghilam Fathurriqfi

Nomor Pokok Mahasiswa : 1646031023

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



MENYETUJUI

1. Komisi Pembimbing

**Vito Frasetya, S.Sos., M.Si.
NIP. 19870527019031011**

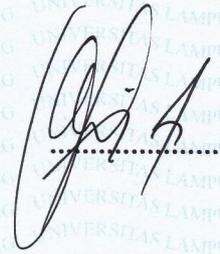
2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

**Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 198007282005012001**

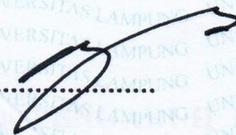
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Vito Frasetya, S.Sos, M.Si.



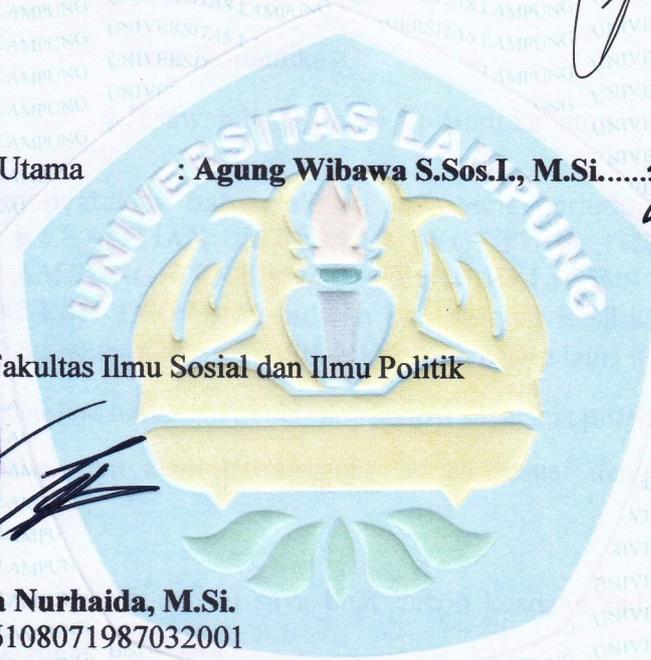
Penguji Utama : Agung Wibawa S.Sos.I., M.Si.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 196108071987032001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 26 Januari 2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ghilam Fathurrifqi
NPM : 1616031023
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jl.sawah baru 1 no.6 Kp Baru kedaton

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul **PENGARUH ISI KONTEN KEBAKTIAN MELALUI YOUTUBE HKBP KEDATON BANDAR LAMPUNG TERHADAP SIKAP RELIGIUS JEMAAT PADA MASA PANDEMI COVID-19.** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila di kemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 10 Februari 2023

Yang membuat pernyataan,



Ghilam Fathurrifqi

NPM. 16160310123

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Ghilam Fathurrifqi. Informasi sesuai dengan yang tercatat pada dinas kependudukan catatan sipil penulis dilahirkan di kota hujan Jawa Barat pada 10 Oktober 1998. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara, buah hati dari orang tua yang luar biasa Dedy Soehardi dan Yuni Mulida. Penulis menyelesaikan pendidikan di SMAIT Insan Kamil Bogor pada tahun 2016.

Pada tahun 2016 penulis terdaftar di Universitas Lampung, fakultas ilmu sosial dan ilmu politik sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi.

Penulis terdaftar sebagai mahasiswa S1 ilmu komunikasi FISIP, UNILA Angkatan 2016. Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam kegiatan organisasi yaitu menjadi Humas Vespa Cowboys Indonesia MC di Vespa Cowboys International MC, dan kegiatan – kegiatan yang ada di klub. Pada tahun 2017 penulis menjalani pekerjaan professional illustrator Bersama saudara Metal Sudrajat, Pada tahun 2019 menjadi mitra jurnalis Bersama Pop Hari ini. Pada tahun 2020 penulis menjadi manajer band Garuntang Gank dan berhasil membawa garuntang Gank pentas di skena music rock Jakarta, dan bermain di *Live Hall* MBloc Space. Pada tahun 2022 penulis Bersama rekannya aktif dalam Membangun *Dive Center* Pusat selam Lampung yang bergerak dalam dunia penyelaman bawah air.

MOTTO

“لَشَدِيدٌ عَذَابِي إِنَّ كَفْرَكُمْ وَلِيْنَ لَا زَيْدَتَكُمْ شَكَرْتُمْ لِيْنَ رَبُّكُمْ تَأْتِنَ وَإِدْ”

[Q.s Ibrahim:7]

Artinya:

Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya Aku akan menambah (nikmat) kepadamu, tetapi jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka pasti azab-Ku sangat berat.

“mayat tidak membutuhkan taburan bunga untuk menghiasi makam mereka.”

[Mouri]

PERSEMBAHAN

Dengan ketulusan dan kerendahan hati, saya persembahkan sebuah karya sederhanna ini kepada yang terkasahi kedua orang tua tercinta.
Bpk. Dedy Soehardi dan Ibu Yuni Mulida.

Terimakasih atas doan dan dukungannya hingga saya bisa sampai di titik ini.

SANWACANA

Alhamdulillahirobbil'alamin. Puji syukur kepada Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penelitian dengan judul berjudul **PENGARUH ISI KONTEN KEBAKTIAN MELALUI YOUTUBE HKBP KEDATON BANDAR LAMPUNG TERHADAP SIKAP RELIGIUS JEMAAT PADA MASA PANDEMI COVID-19**. ini dapat selesai, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung. Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang banyak berjasa dalam memberikan doa, bantuan dan semangat kepada penulis, yaitu:

1. Prof. Dr. Ir. Lusmelia Afriani, D.E.A.IPM., Selaku Rektor Universitas Lampung
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung.
3. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
4. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.A., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi.
5. Vito Frasetya, S.Sos., M.Si., selaku pembimbing penelitian skripsi yang penulis kerjakan. Terimakasih pak vito sudah menjalankan kewajibannya selaku pembimbing penulisan skripsi saya.
6. Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si., selaku penguji penelitian skripsi yang penulis kerjakan. Terimakasih pak Agung sudah menjalankan kewajibannya selaku penguji penulisan skripsi saya.
7. Kedua orang tua penulis: Ayah dan Ibu yang selalu memberi dukungan kepada peneliti selama melaksanakan perkuliahan. Terima kasih telah sabar mendidik dan sabar menunggu saya menyelesaikan penelitian ini tanpa memaksa.

8. Ibu Dr. Nina Yudha Aryanti, S. Sos., M. Si., selaku dosen yang senantiasa membantu dan membim-bing saya dalam dalam penelitian ini. Terimakasih atas kritik dan saran yang telah ibu berikan kepada saya selama melaksanakan penelitian ini.
9. Dr. Andy Corry W, M.Si selaku dosen pembimbing akademik bagipeneliti selama menjalani masa perkuliahannya di jurusan Ilmu Komunikasi.
10. Untuk shabat Alm.Satrio Rizky Ramadhan & Alm. Riska Pratiwi. Terimakasih sudah menjadi sahabat,guru,dan saudara yang baik kepada saya dalam menjalankan kehidupan terutama di Bandar Lampung dan semangat kalian selalu ada dalam diri saya
11. Saudara kandung penulis: Lyra yang senantiasa mendoakan saya dalam menjalankan kewajiban saya .
12. Keluarga besar yang selalu memberi semangat kepada penulis selama penulis berkuliah hingga menyelesaikan penelitian ini.
13. Teman kuliah penulis : terimakasih kepada David faher, Hibatullah Akmal Gumilang, Faizal ,Edwin rizal, Janusi, Ryan Ramadhan J, Igo Bagus, Febrina, Tedi, Setyawan Nasuha, Deden R, Vincentius Siregar, dan seluruh masyarakat Komunikasi Unila yang sudah menemani saya.
14. Untuk mas Redy dan Mbak Is staff jurusan Ilmu Komunikasi, terimakasih karena sudahsabar dan sangat membantu penulis untuk mengurus berkas – berkas.

Bandar Lampung, 10 Februari 2023
Penulis,

Ghilam Fathurrifqi

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Kerangka Pikir	8
1.6 Hipotesis.....	11
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Teori <i>Stimulus Response</i> (S-R).....	14
2.3 Teori <i>Computer Mediated Communication</i> (CMC).....	16
2.4 Ibadah <i>Online</i>	18
2.5 <i>Social Presence</i> (Kehadiran Sosial).....	23
2.6 Pelayanan Digital dalam Ibadah <i>Online</i>	24
2.7 Media Sosial Youtube	25
2.8 Sikap Religius Jemaat	28
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Variabel Penelitian.....	34
3.3 Definisi Konseptual	34
3.4 Definisi Operasional Variabel	34
3.5 Sumber Data Penelitian.....	38
3.6 Populasi Dan Sampel Penelitian	39
3.7 Teknik Pengumpulan Data	41
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
3.9 Teknik Analisis Data.....	43
3.10 Uji Hipotesis	44
IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian.....	46
4.1.1 Identitas Responden.....	47

4.1.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	51
4.1.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kebaktian Melalui media youtube (X)	54
4.1.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Sikap Religius Jemaat (Y)	67
4.1.5 Kategori Persentase Nilai Kumulatif Variabel X dan Y	79
4.1.6 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	83
4.1.7 Uji Hipotesis.....	84
4.2 Pembahasan	86
4.2.1 Pengaruh Kebaktian Melalui Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung Terhadap Sikap Religius Jemaat pada Masa Pandemi Covid-19	86
4.2.2 Kaitan Antara Hasil Penelitian dengan Teori.....	88
V. PENUTUP	
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Saran.....	92

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel	35
Tabel 3. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4. Distribusi Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 5. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	48
Tabel 6. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
Tabel 7. Lama Menggunakan Media Sosial Youtube	49
Tabel 8. Aktif Beribadah Secara <i>Online</i> Menggunakan Media Sosial Youtube	50
Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y	51
Tabel 10. <i>Reliability Statistics</i>	53
Tabel 11. Saya sangat percaya dengan apa yang disampaikan oleh pengurus gereja/pendeta.....	54
Tabel 12. Saya merasakan bahwa semua isi pesan yang disampaikan pendeta/pengurus gereja yang mampu meyakinkan jemaat	55
Tabel 13. Selama ini semua pesan yang disampaikan pendeta/pengurus dalam khutbah berdasarkan Alkitab.....	55
Tabel 14. Selama ini pengurus gereja atau pendeta di gereja selalu menjadi teladan bagi jemaat baik dalam beribadah maupun berperilaku.....	56
Tabel 15. Selama ini program ibadah <i>online</i> yang dijalankan oleh pendeta/pengurus terlihat secara jelas dan mudah dihayati	57
Tabel 16. Walaupun ibadah dilakukan dengan <i>online</i> namun tidak ada perbedaan dengan ibadah secara langsung	57
Tabel 17. Selama ini isi pesan yang disampaikan oleh pendeta baik <i>online</i> maupun <i>offline</i> sama tidak ada perbedaan	58
Tabel 18. Walaupun pesan khutbah dilakukan secara <i>online</i> namun tetap memiliki daya tarik bagi jemaat karena tetap berjalan dengan khidmat.....	58
Tabel 19. Selama ini pengurus gereja/pendeta dalam melakukan ibadah <i>online</i> memiliki hal-hal yang baru misalnya menghadirkan pendeta yang berbeda-beda setiap hari minggu sehingga cukup menarik perhatian jemaat	59
Tabel 20. Selama ini program pesan-pesan dalam ibadah <i>online</i> cukup berbeda dengan pesan-pesan pada waktu ibadah secara <i>offline</i>	60
Tabel 21. Selama ini semua pesan yang disampaikan oleh pendeta kepada jemaat selalu diterima baik dan tepat.....	60

Tabel 22. Isi pesan yang disampaikan oleh pendeta walaupun dilakukan secara <i>online</i> namun tetap mudah di pahami dan di ikuti	61
Tabel 23. Gereja/pendeta setelah selesai pelaksanaan ibadah selalu membuka sesi tanya jawab dengan para jemaat sehingga kegiatan ibadah bersifat dua arah karena jemaat diberikan keleluasan untuk bertanya atau menyampaikan pesan kepada pengurus gereja/pendeta.....	62
Tabel 24. Pengurus gereja/pendeta menggunakan bahasa dalam ibadah <i>online</i> mudah dipahami dan jelas sesuai dengan bahasa yang di sajikan dalam Alkitab.....	62
Tabel 25. Pesan yang disampaikan oleh jemaat menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan sederhana dan sesuai dengan apa yang ada di Alkitab.....	63
Tabel 26. Selama ini pendeta dalam berkhotbah selalu disesuaikan dengan kemampuan bahasa para jemaat sehingga para jemaat mengerti dan mudah menerima isi pesan dari pendeta	64
Tabel 27. Setelah selesai ibadah pengurus gereja/pendeta selalu memberi informasi terkait dengan tata cara ibadah secara <i>online</i> agar lebih khidmat	64
Tabel 28. Selama ini isi pesan yang disampaikan oleh pengurus gereja/pendeta memberikan efek bagi jemaat seperti jemaat lebih taat dan yakin akan ketuhanan Allah dan kristus	65
Tabel 29. Semua pesan yang disampaikan pendeta selalu diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.....	66
Tabel 30. Pesan yang disampaikan oleh pendeta selalu membuat keyakinan akan ketuhanan Allah dan kristus dan semakin taat dalam beribadah	66
Tabel 31. Saya selalu berkomitmen untuk terus menjalankan ibadah dalam kondisi apapun termasuk dalam kegiatan ibadah <i>online</i>	67
Tabel 32. Saya selalu bertindak dan berperilaku sesuai dengan apa yang diperintahkan oleh Allah dan Yesus di dalam Alkitab	68
Tabel 33. Tidak berani melanggar larangan yang sudah termuat dalam Alkitab.....	68
Tabel 34. Saya selalu mengamalkan nilai-nilai yang terkandung dalam Alkitab.....	69
Tabel 35. Saya selalu memperhatikan keadaan di lapangan sebelum saya melakukan kegiatan ibadah baik ibadah secara <i>online</i> maupun <i>offline</i>	69
Tabel 36. Saya selalu bertindak sesuai dengan apa yang menjadi harapan dan pengetahuan saya sebagai umat nasrani	70
Tabel 37. Saya menjalankan ibadah <i>online</i> karena saya sudah memiliki pengetahuan dan cara melaksanakan ibadah melalui media sosial Youtube	71
Tabel 38. Saya sudah terbiasa menggunakan media sosial Youtube untuk melaksanakan ibadah <i>online</i>	71

Tabel 39. Saya hanya melaksanakan kegiatan ibadah secara <i>online</i> hanya untuk mendengarkan khotbah dari pendeta saja sedangkan dalam mengamalkan ibadah saya lebih suka secara langsung atau <i>offline</i>	72
Tabel 40. Saya selalu melakukan kegiatan ibadah sesuai dengan apa yang menjadi pengetahuan yang sudah diyakini di dalam Alkitab	73
Tabel 41. Saya mengetahui dasar-dasar dalam melakukan sebuah kegiatan ibadah berdasarkan petunjuk pengurus gereja.pendeta dan pesan dalam Alkitab	73
Tabel 42. Selama ini saya selalu sering mengikuti berbagai kajian Alkitab yang diselenggarakan oleh pendeta	74
Tabel 43. Selama ini saya selalu hadir jika gereja mengadakan kegiatan Webinar	75
Tabel 44. Saya selalu belajar memahami dan menelaah isi-isi dari Alkitab	75
Tabel 45. Saya selalu mengamalkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari sesuai petunjuk Alkitab.....	76
Tabel 46. Saya memiliki komitmen yang kuat untuk setia pada agama	76
Tabel 47. Saya selalu mengamalkan nilai-nilai agama yang tertuang dalam Alkitab dalam kondisi apapun seperti saat ini dalam kondisi Pandemi Covid-19	77
Tabel 48. Saya akan tetap menjalankan perintah Allah dan kristus walaupun dalam kondisi sulit	78
Tabel 49. Kondisi apapun dan dimanapun saya akan selalu melaksanakan apa yang sudah menjadi kewajiban sebagai umat nasrani	78
Tabel 50. Saya akan tetap beribadah walaupun itu hanya dilakukan secara <i>Online</i>	79
Tabel 51. Kategori Data Persentase Nilai Setiap Variabel pada Tiap Item Pertanyaan	80
Tabel 52. Penilaian Pernyataan Pada Variabel X	81
Tabel 53. Penilaian Pernyataan Pada Variabel Y	82
Tabel 54. Uji Regresi Linear Sederhana	83
Tabel 55. Uji T.....	84
Tabel 56. Hasil Koefisien Determinasi	85

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Pengguna <i>YouTube</i> di Indonesia	4
Gambar 2. Kerangka Berpikir	10

I. PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi Dalam kehidupan manusia memegang peranan penting sebagai cara interaksi antar sesama manusia untuk bertukar pesan dan mendapatkan *feedback*. Berkembangnya ilmu pengetahuan berdampak pada teknologi untuk membantu aktivitas manusia, salah satunya adalah teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi merupakan suatu alat yang dapat mempermudah kita untuk saling tukar menukar informasi dengan orang lain.

Dahulu Manusia berkomunikasi hanya mengandalkan komunikasi tatap muka, dan harus berdekatan secara fisik, sehingga apabila ingin berkomunikasi harus bertemu secara langsung termasuk dalam kegiatan beribadah. Namun tidak dapat dipungkiri, saat ini semua orang hidup dan beradaptasi di era industri 4.0, artinya dalam otomatisasi pertukaran informasi, melakukan komunikasi melalui internet, komputer dan komputasi kognitif (Yahya, 2018). Kondisi ini memberikan keuntungan yaitu otomatisasi pekerjaan dan kegiatan termasuk kegiatan beribadah bisa dilaksanakan dengan sistem *online*, (Campbell dan Delashmutt, 2014).

Ibadah *online* telah menggantikan peribadatan tatap muka dengan demikian ibadah *online* juga telah meruntuhkan masalah geografis, karena memiliki jangkauan lebih luas. Teknologi telah membuat orang-orang di belahan dunia lain dapat beribadah di mana saja melalui internet. Dengan demikian ibadah tidak hanya dilakukan dengan cara datang langsung atau tatap muka melainkan juga bisa digunakan dengan cara *online* tanpa harus ditempa ibadah atau lebih dikenal dengan *social presence*. Dalam *social presence* ada alat atau media sebagai alat interaksi misalnya dengan menggunakan media sosial sebagai media komunikasi, sehingga

dalam *social presence* seorang individu dapat melakukan ibadah dengan cara virtual oleh karena itu pengurus empat ibadah harus banyak melakukan inovasi agar kegiatan ibadah dapat dilaksanakan dengan lancar walaupun dilakukan dengan cara virtual, (Ambar, 2017:4).

Penggunaan *social presence* dalam kegiatan ibadah secara *online* dapat bermanfaat untuk menciptakan sebuah interaksi atau komunikasi antara individu dengan pemandu ibadah sehingga *social presence* akan memunculkan nilai ikatan hubungan timbal balik. Tujuan *social presence* dalam kegiatan ibadah adalah meningkatkan kualitas ibadah para jemaat. Selain itu jemaat juga akan memahami yang menjadi tugas sebagai seorang jemaat jika ingin melakukan kegiatan ibadah dengan khidmat. Sehingga keduanya saling mengetahui dan memahami maka akan tercapai kepuasan dalam kegiatan ibadah, (Ronald, 2020:5).

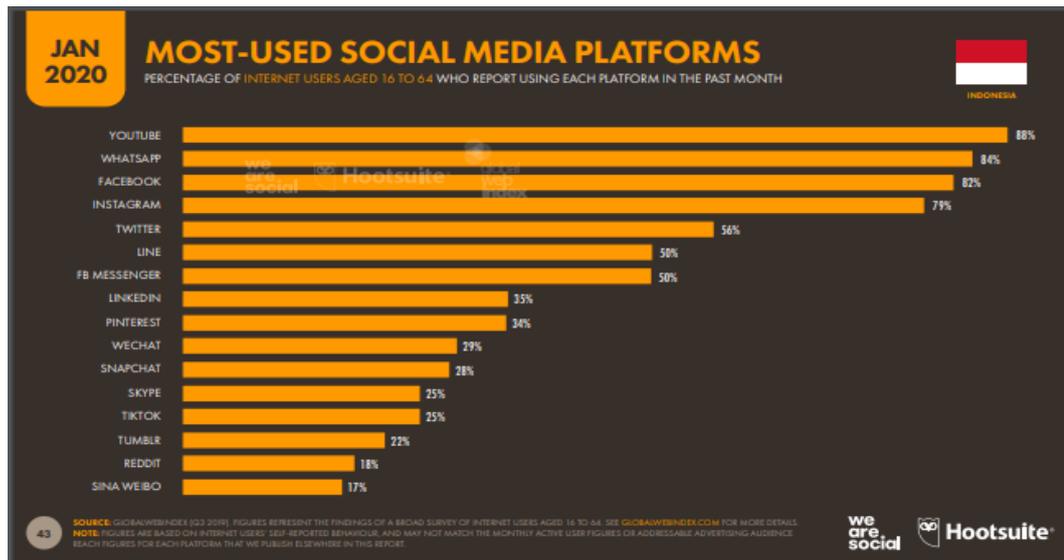
Kegiatan ibadah secara *online* saat ini sering dilakukan oleh jemaat gereja melalui kegiatan pembaktian gereja, kegiatan pembaktian gereja harus diikuti oleh semua jemaat. Namun selama pandemi Covid-19 kegiatan pembaktian gereja mengalami perubahan dimana sebelum pandemi, jemaat pada umumnya berbakti di gereja secara tatap muka, saat ini harus berbakti di rumah melalui ibadah *online* karena diberlakukannya pembatasan sosial. Larangan jemaat untuk beribadah di gereja juga tertuang dalam Surat Edaran Menteri Agama Nomor 15 tahun 2020 tentang Panduan Penyelenggaraan Kegiatan Keagamaan di Rumah Ibadah Dalam Mewujudkan Masyarakat Produktif dan Aman Covid-19 dimana dalam surat edaran tersebut Menteri Agama melarang pergi ke rumah ibadah untuk anak-anak dan orang lanjut usia yang rentan tertular penyakit, serta orang dengan sakit bawaan yang berisiko tinggi kena Covid-19.

Pelayanan digitalisasi menjadi metode baru dalam hampir semua kegiatan ibadah gereja walaupun sebenarnya ibadah secara daring (dalam jaringan) telah ada sebelum pandemi. Beberapa gereja di dunia telah menerapkan ibadah seperti ini di Nigeria, gereja Pantekosta dan Karismatik memanfaatkan teknologi media baru untuk menyebarkan pesan mereka dan menarik serta memobilisasi keanggotaan di seluruh dunia. Umat Kristen Nigeria di Diaspora juga terhubung ke gereja-gereja

tanah air mereka melalui Internet, sementara bentuk-bentuk baru dari praktik dan jaringan keagamaan semakin lazim, mereka telah melakukan peribadatan secara *online* (Campbell,, 2010). Bahkan gagasan tentang gereja terjaring di era teknologi digital ini sudah ada bukan karena alasan pandemi, tetapi untuk merespon tantangan zaman *now* (Panam Okta, 2018).

Adanya aktivitas ibadah atau kebaktian secara *daring* atau *online* di tengah pandemi Covid-19 tentunya disambut dengan antusias. Hal ini semakin dimungkinkan karena teknologi digital terus berkembang, munculnya *smartphone*, tablet, smart TV, dan berbagai piranti digital lainnya yang jumlahnya bertumbuh dengan pesat. Hal ini sangat mendukung diadakannya ibadah secara *online*. Ibadah *online* memanfaatkan teknologi *live streaming* salah satunya adalah dengan menggunakan media sosial Youtube. Media Youtube dijadikan sarana untuk melakukan komunikasi dengan menonton tayangan ibadah secara *live streaming*, (Surna dan Suseno, 2020).

YouTube adalah media sosial yang sangat disukai oleh penduduk di Indonesia, merujuk pada laporan terbaru APJII (2021:46) terdapat 175.4 juta pengguna internet di Indonesia pada tahun 2020. Dibandingkan dengan tahun sebelumnya, pengguna internet di negara ini telah meningkat sebesar 17% atau 25 juta. Berdasarkan pada jumlah penduduk Indonesia yang berjumlah 272.1 juta, berarti 64% setengah penduduk Indonesia pernah merasakan akses ke dunia maya. Dalam data gambar bawah ini, diketahui bahwa 338.2 juta penduduk Indonesia saat ini menggunakan telepon genggam. Begitu pula dengan data yang tidak kalah menariknya adalah terdapat 160 juta pengguna media sosial yang aktif salah satunya adalah media sosial *YouTube*. Hal itu terlihat dalam gambar di bawah ini:



Gambar 1. Pengguna *YouTube* di Indonesia

Sumber: We are sosial Hootsuite (2021)

Berdasarkan gambar grafik di atas maka dapat diketahui bahwa persentase pengguna yang mengakses *YouTube* di Indonesia mencapai 88% atau sebanyak 140.8 juta pengguna pada tahun 2020 dan prediksi akan terus mengalami kenaikan sepanjang tahun pengguna media sosial *YouTube*. Oleh karena itu *YouTube* menjadi media sosial yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Oleh karena itu pengurus gereja melakukan inisiasi untuk melakukan kegiatan kebaktian secara *online* melalui *live streaming*.

Live-streaming dengan menggunakan media sosial Youtube menjadi solusi terbaik untuk saat ini agar dapat memudahkan jemaat gereja untuk tetap bisa melaksanakan kebaktian walaupun jemaat gereja berada di dalam rumah. Tujuannya selain memberikan kemudahan dalam melakukan kebaktian secara *online* karena kegiatan kebaktian secara *online* lebih efektif dan efisien dimana jemaat tidak perlu untuk keluar rumah dalam menjalankan ibadah namun tetap bisa menjalankan ibadah secara bersama-sama dengan jemaat lain walaupun dilakukan dengan *online*. Kegiatan ibadah di mana saat juga dijelaskan dalam Alkitab Roma 10:17, Paulus menegaskan bahwa iman timbul dari pendengaran oleh Firman Kristus. Untuk itu, ibadah yang dilakukan oleh para jemaat sangat penting sehingga harus dilakukan walaupun itu di dalam rumah sendiri tanpa harus pergi ke gereja.

Namun kondisi di lapangan cukup berbeda beda dimana masih banyak ditemukan berbagai kendala dalam melaksanakan kegiatan kebaktian melalui *live-streaming* dengan menggunakan media sosial Youtube kendala tersebut seperti pola dan tata cara beribadah yang dulunya dapat dilakukan dengan interaksi langsung dan ekspresif, sekarang hanya dapat dilakukan melalui dunia maya dalam ibadah *online* yang di dalamnya terdapat banyak sekali keterbatasan misalnya tidak memiliki *handset* android, pulsa dan kuota terbatas, jaringan yang tidak maksimal, suasana yang sudah sangat berbeda, dan lain sebagainya sudah dapat menjadi alasan yang kuat bagi jemaat untuk tidak terlibat dalam ibadah *online* yang diselenggarakan gerejanya. Sementara untuk yang usia sudah cukup senior cenderung memakai alasan tidak memahami penggunaan teknologi, tidak ada yang mengajari, tidak ada yang membantu, atau alasan lainnya yang membuat mereka tidak mau terlibat dalam ibadah *online*.

Masih banyaknya kendala dalam melaksanakan ibadah *online* berefek pada penurunan sikap religius jemaat ketika mengalami perubahan dalam kegiatan ibadah atau kebaktian. Sikap religiusitas para jemaat di masa pandemi Covid-19, mendapat tantangan tersendiri. Kebiasaan beribadah di gereja, yang langsung dipimpin oleh pendeta, mendengar khotbah secara langsung, akan sangat mempengaruhi sikap jemaat saat harus beribadah secara *online* di rumah. Minat jemaat masih rendah untuk mengikuti ibadah secara *online*, dengan berbagai alasan, seperti kurang hikmat, terkesan tidak serius, tidak ada kuota, serta gangguan sinyal. Ibadah pada hakikatnya menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan jemaat karena kegiatan ibadah secara rutin dan aktif bagian dari sikap religius jemaat sekalipun kondisi tidak memungkinkan karena pandemi Covid-19 namun kegiatan ibadah tetap harus dilaksanakan.

Religiusitas yang merupakan komitmen individu untuk taat dan mengasihi Tuhan dengan segenap hati, dengan segenap jiwa, dan dengan segenap akal budinya melalui agama yang diyakininya menjadi pedoman dalam melaksanakan kegiatan hidup sehari-hari (Simorangkir, 2019:57). Dengan demikian dapat diketahui bahwa sikap religiusitas diartikan sebagai perilaku yang tahu dan mau dengan sadar

menerima dan menyetujui gambar-gambar yang diwariskan kepadanya oleh masyarakat dan yang dijadikan miliknya sendiri, berdasarkan iman, kepercayaan yang diwujudkan dalam perilaku sehari-hari. Oleh karena itu jika ada ketidakpuasan dalam melaksanakan ibadah maka akan berdampak menurunnya keyakinan dalam ibadah.

Adanya penurunan sikap religiusitas yang ditunjukkan oleh para jemaat tersebut akibat kegiatan ibadah dilakukan melalui media sosial Youtube, juga sama dialami oleh para jemaat yang ada di Gereja HKBP Kedaton Bandar Lampung dimana dari hasil pra survei awal Tanggal 27 Maret 2022 dan Tanggal 3 April melalui wawancara kepada 6 jemaat. Secara keseluruhan mereka mengungkapkan kurang puas ketika harus menjalani ibadah secara *online* hal itu disebabkan oleh beberapa faktor antara lain: *pertama*, kegiatan ibadah secara *online* baru pertama dilakukan sehingga kurang fokus dalam melaksanakan ibadah ditambah banyaknya gangguan dari anak-anak di rumah sehingga kegiatan ibadah kurang tenang dibandingkan dengan beribadah secara langsung di gereja yang hampir tidak ada gangguan. *Kedua*, proses penerimaan stimulus oleh alat indra dalam hal ini indra pendengaran mengalami penurunan fungsi sehingga menyebabkan terkadang tidak dapat mendengar dengan jelas stimuli dari ibadah *online* yang sedang diikuti.

Ketiga, ibadah *online* dengan menggunakan media Youtube selama pandemi Covid-19 dianggap mempersulit kegiatan ibadah karena di usia lanjut mereka harus menyiapkan segala keperluan untuk *live streaming* seperti kuota internet, *smartphone* dan lain sebagainya, kegiatan ibadah secara langsung dianggap lebih praktis karena hanya menyiapkan Alkitab datang ke gereja maka jemaat bisa langsung memulai kegiatan ibadahnya, artinya kegiatan ibadah jauh lebih cepat jika dilakukan secara langsung. Apalagi ibadah merupakan kebutuhan rohani yang sangat wajib dilakukan setiap hari minggu karena dengan menjalani ibadah secara langsung jemaat bisa membangun sebuah relasi dengan sesama jemaat dan lebih mendekatkan diri kepada Tuhan. *Keempat*, kurang puasnya jemaat dalam beribadah *online* juga terlihat dari menurunnya motivasi jemaat dalam melaksanakan ibadah hal itu terlihat dari ketika *live streaming* melalui media Youtube jemaat kurang khidmat dan fokus dalam mendengarkan khotbah dan Firman Tuhan yang

disampaikan oleh pendeta sehingga setelah selesai beribadah mereka terlihat kurang senang dengan beribadah *online* di rumah walaupun seharusnya dengan melaksanakan ibadah di rumah memudahkan mereka dalam beribadah dan tetap rutin beribadah setiap hari Minggu.

Melihat fakta dan data diatas maka peneliti akan menggunakan teori *Stimulus Respons* (S dan R) yang dikemukakan oleh Hovland (1953), unsur-unsur dalam teori ini adalah pesan (*stimulus* S). dan efek (*Response* R). Titik penekanan dalam model komunikasi ini lebih kepada pesan yang disampaikan mampu menumbuhkan motivasi, menumbuhkan gairah kepada komunikan sehingga komunikan cepat menerima pesan yang diterima dan selanjutnya terjadi perubahan sikap perilaku. Selain itu menggunakan teori teori *Stimulus Respons* (S dan R) dalam penelitian ini juga menggunakan *Computer Mediated Communication* (CMC) atau komunikasi yang telah dimediasin oleh komputer. Dalam konteks ini, *Computer Mediated Communication* (CMC) dipandang sebagai integrasi teknologi komputer dengan kehidupan kita sehari-hari.

Berdasarkan penjelasan tersebut peneliti memiliki keinginan untuk melakukan penelitian lebih mendalam terkait dengan sikap religius para jemaat tersebut dengan mengambil judul: **“Pengaruh Isi Konten Kebaktian Melalui Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung Terhadap Sikap Religius Jemaat Pada Masa Pandemi Covid-19”**.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang yang telah penulis kemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar Pengaruh Isi Konten Kebaktian Melalui Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung Terhadap Sikap Religius Jemaat Pada Masa Pandemi Covid-19?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Isi Konten Kebaktian Melalui Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung Terhadap Sikap Religius Jemaat Pada Masa Pandemi Covid-19.

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat Penelitian dalam penelitian ini terbagi dalam dua hal yaitu:

1. Manfaat Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan informasi dan menambah wawasan keilmuan terkait dengan Pengaruh Isi Konten Kebaktian Melalui Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung Terhadap Sikap Religius Jemaat Pada Masa Pandemi Covid-19.

2. Manfaat secara praktis

- a. Menyebarluaskan informasi untuk terus meningkatkan kualitas media untuk pelaksanaan ibadah secara *online* sehingga fitur pelayanan kebaktian *online* dapat digunakan oleh seluruh jemaat yang pada akhirnya akan menumbuhkan sikap religius jemaat semakin baik
- b. Sebagai bahan acuan/rujukan untuk penelitian yang relevan bagi peneliti lain.

I.5 Kerangka Pikir

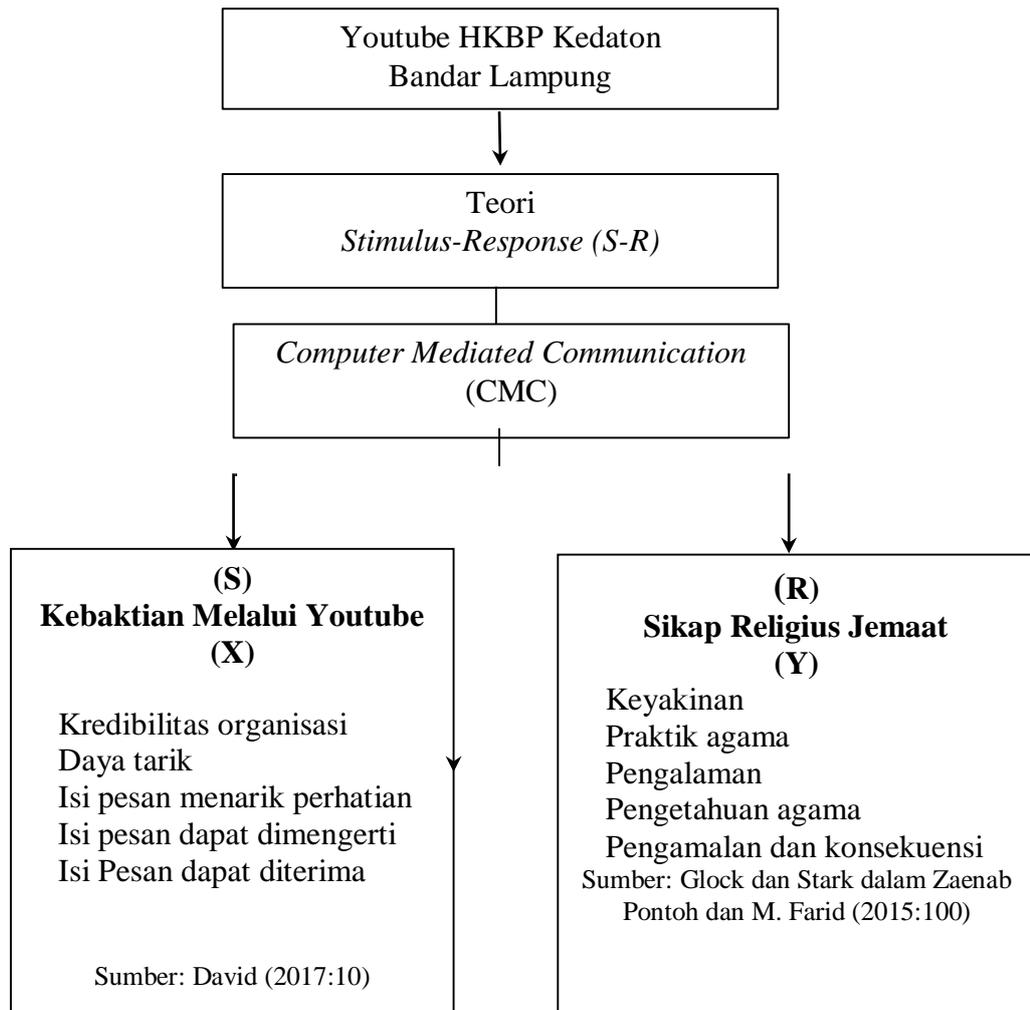
Penelitian ini berdasarkan *Stimulus Response Theory* (S & R) yang ditemukan oleh Hovland (1953) teori lahir pada tahun 1930-an, teori ini mengandung model klasik komunikasi yang banyak mendapat pengaruh teori psikologi lalu berubah menjadi ilmu komunikasi. Teori S & R singkatan dari *Stimulus* dan *Response*. Objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen sebagai berikut sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Asumsi dasar dari teori ini adalah media massa atau media sosial menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. *Stimulus Response Theory* atau *S & R theory* memiliki kapasitas sebagai perangsang (S), dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat pula.

Menurut teori *stimulus response* ini, dalam proses komunikasi yang berhubungan dengan perubahan sikap adalah aspek “*how*” bukan “*what*” dan “*why*”. Jelasnya *how to communicate* dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan. Dalam Effendy (2003:254), dalam *stimulus response* ini efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi, unsur-unsur dalam teori ini adalah pesan (*Stimulus S*) dan efek (*Response R*). Titik penekanan dalam model komunikasi ini lebih kepada pesan yang disampaikan mampu menumbuhkan motivasi, menumbuhkan gairah kepada komunikan sehingga komunikan cepat menerima pesan yang diterima dan selanjutnya terjadi perubahan sikap perilaku.

Seperti dalam kegiatan ibadah para jemaat yang saat ini dilakukan dengan menggunakan cara *online* melalui media sosial Youtube. Gereja menyelenggarakan ibadah secara *online* agar gereja tetap dapat memenuhi kebutuhan rohani para jemaat di masa pandemi Covid-19. Ibadah *online* ini tentu saja tidak terlepas dari kemajuan teknologi, karena di masa pandemi Covid-19 ini hampir seluruh kegiatan manusia beralih ke digital. Dengan beragam kemudahan yang diberikan oleh teknologi, setiap manusia masih dapat tetap terhubung meskipun tidak secara fisik, hal inilah salah satu keunggulan dari media baru.

Jika dikaitkan dengan pesan atau *Stimulus (S)* maka pesan berasal dari pengurus gereja yang akan disampaikan kepada para jemaat, pesat tersebut berkaitan dengan para jemaat diharapkan tetap menjalankan ibadah walaupun kegiatan kebaktian/ibadah dilakukan secara *online* melalui media sosial Youtube. Oleh karena itu untuk melihat kebaktian yang dilakukan secara *online* maka dapat diukur dengan beberapa aspek diantaranya aspek kredibilitas organisasi atau kredibilitas pesan yang disampaikan oleh pengurus gereja, pesan ibadah harus memiliki daya tarik, isi pesan dalam ibadah melalui media sosial Youtube harus menarik perhatian, isi pesan ibadah melalui media sosial Youtube dapat dimengerti dan isi pesan ibadah melalui media sosial Youtube dapat diterima.

Apabila pesan sudah disampaikan dengan baik dan bisa diterima maka akan menjadi perangsang (*Stimulus S*), dan menghasilkan tanggapan atau efek (*Response R*) terhadap sikap religius para jemaat. Sikap religius para jemaat dapat dilihat dari beberapa aspek seperti keyakinan, praktik agama, pengalaman, pengetahuan agama serta pengamalan dan konsekuensi. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat penulis gambarkan dalam bentuk kerangka pikir di bawah ini:



Gambar 2. Kerangka Berfikir

I.6 Hpotesis

Hipotesis Dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho : Tidak ada Pengaruh Isi Konten Kebaktian Melalui Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung Terhadap Sikap Religius Jemaat Pada Masa Pandemi Covid-19.

Ha : Ada Pengaruh Isi Konten Kebaktian Melalui Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung Terhadap Sikap Religius Jemaat Pada Masa Pandemi Covid-19

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk Melengkapi dan membantu penelitian ini, peneliti mencari bahan-bahan penelitian yang ada dan relevan dengan penelitian yang akan diteliti.

tersebut seperti berikut ini:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Penulis/Tahun	
1	Judul	Pelayanan Gereja Terhadap Kaum Lansia di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Ibrani 10:25
	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan sejauh mana kondisi fisik (mata dan telinga) lansia, kemampuan memahami teknologi, dan pemahaman ibadah online terhadap kebaktian online di masa pandemi Covid-19
	Perbedaan dalam Penelitian	Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu lebih memfokuskan pada pelayanan gereja kepada lansia dalam beribadah karena adanya keterbatasan secara fisik sedangkan dalam penelitian ini memfokuskan pada pelayanan ibadah melalui media sosial Youtube untuk memudahkan jemaat beribadah
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian adalah lansia mengalami kesulitan mengikuti ibadah online karena penglihatan dan pendengarannya yang sudah menurun, tidak memiliki <i>smartphone</i> , dan tidak dapat menjalankan <i>smartphone</i> untuk berbakti. Mereka lebih mengharapkan kebaktian di rumah dan dilayani melalui perlawatan.
	Persamaan Penelitian	Dalam penelitian ini sama-sama membahas tentang pelayanan ibadah kepada kaum lansia di masa pandemi Covid-19
	Kontribusi Penelitian	Memberikan gambaran terkait dengan layanan yang diberikan gereja kepada jemaat lansia dalam menjalankan ibadah
2	Penulis/Tahun	Suharyadi , Evi Maria, Adriyanto Juliastomo Gundo dan Irwan Sembiring/2021
	Judul	Digitalisasi Gereja Kristen Jawa Salatiga Timur: Solusi Pelayanan Jemaat di Tengah Pandemi Covid-19

	Tujuan Penelitian	Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah melakukan digitalisasi di GKJ Salatiga Timur dengan cara membangun <i>website</i> untuk GKJ Salatiga Timur.
	Perbedaan dalam Penelitian	Perbedaan dengan penelitian ini adalah penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu lebih memfokuskan pada solusi dalam memberikan pelayanan kepada para jemaat lansia dengan membuat <i>website</i> , sedangkan dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada penggunaan Youtube sebagai media komunikasi jemaat dalam melaksanakan ibadah secara <i>online</i>
	Hasil Penelitian	Hasil kegiatan ini, adalah tersedianya website GKJ Salatiga Timur yang dapat diakses di http://gkj-salatiga-timur.org . <i>Website</i> gereja menjadi media publikasi dan komunikasi antara pengurus gereja dan jemaatnya. Informasi tentang kegiatan gereja bisa diakses jemaat melalui <i>website</i> . Tak hanya itu, rekaman ibadah online setiap minggunya, baik untuk ibadah umum maupun ibadah sekolah minggu juga sudah dapat diakses oleh jemaat melalui <i>website</i> gereja. Hasil pelatihan administrator <i>website</i> , anggota Komisi Multimedia dan Petugas Administrasi GKJ Salatiga Timur sudah dapat melakukan pemeliharaan dan pembaharuan informasi terkait kegiatan pelayanan jemaat di GKJ Salatiga Timur.
	Persamaan Penelitian	Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menjadikan media online untuk memudahkan jemaat beribadah secara <i>online</i>
	Kontribusi Penelitian	Memberikan gambaran penggunaan media digital atau internet oleh gereja untuk memaksimalkan kegiatan ibadah di tengah pandemi Covid-19
3	Penulis/Tahun	Fenianti Banne Arruan/2021
	Judul	Hospitalitas Ibadah <i>Online</i> Bagi Kaum Lansia di Masa Pandemi
	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui pelaksanaan hospitalitas ibadah online bagi kaum lansia di masa pandemi
	Perbedaan dalam Penelitian	Perbedaan dalam penelitian ini adalah penelitian terdahulu lebih memfokuskan pada kegiatan ibadah secara <i>online</i> di rumah yang dilakukan oleh jemaat lansia dengan langsung di bimbingan oleh pendeta sedangkan dalam penelitian lebih memfokuskan pada penggunaan Youtube untuk merubah sikap religius jemaat
	Hasil Penelitian	Hasil penelitian Dalam menyikapi keadaan sekarang ini kita melihat bahwa ibadah <i>online</i> bagi kaum lansia sangat berperan dan berfungsi bagi mereka karena dalam ibadah <i>online</i> juga ini para kaum lansia bisa benar-benar merasakan bagaimana kehadiran Allah dalam kehidupan. Dalam hal ini juga kita mengetahui bahwa gereja juga sangat peduli pada kaum lansia mereka menghadirkan para lansia untuk terus aktif dalam kegiatan apapun. Maka dari itu kehadiran Hospitalitas itu mampu membuat perubahan dalam lingkungan para

		lansia dimana mereka akan mengetahui bahwa dalam menjalani kehidupan yang sekarang mereka mampu melewatinya dengan baik dan terus memberikan diri dalam pelayanan.
	Persamaan Penelitian	Penelitian ini sama-sama membahas tentang ibadah <i>online</i> yang dilakukan oleh para lansia
	Kontribusi Penelitian	Memberikan gambaran terkait dengan aktivitas ibadah <i>online</i> yang dilakukan oleh jemaat selama pandemi Covid-19

Berdasarkan persamaan dan perbedaan dari penelitian-penelitian terdahulu yang sudah dikemukakan di atas yang menjadi pembaharuan dalam penelitian ini ini terletak pada penggunaan media sosial Youtube yang di gunakan oleh para jemaat untuk melaksanakan ibadah secara *online* yang pada akhirnya akan berdampak pada perubahan sikap religius para jemaat.

2.2 Teori *Stimulus Response* (S-R)

Teori S-R yang ditemukan oleh Hovland (1953). Dimulai pada tahun 1930-an, lahir suatu model klasik komunikasi yang banyak mendapat pengaruh teori psikologi lalu berubah menjadi ilmu komunikasi. Teori S-R singkatan dari *Stimulus Response*. Objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen - komponen sebagai berikut sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Asumsi dasar dari teori ini adalah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. *Stimulus Response Theory* atau *S-R theory* memiliki kapasitas sebagai perangsang (S), dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat pula.

Menurut Effendy (2003:225), teori S-R yaitu *Stimulus- Response*, prinsip dari teori ini adalah respon yang merupakan reaksi balik dari individu ketika menerima stimulus dari media. Seseorang dapat mengharapkan atau memperkirakan suatu kaitan efek antara pesan-pesan media massa dan reaksi audiens, dapat juga dikatakan efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus respon, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Teori ini semula berasal dari psikologi, yang kemudian menjadi teori dalam komunikasi. Hal ini merupakan hal yang wajar

karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen - komponen seperti sikap, opini, perilaku, kognisi, afektif, dan konasi.

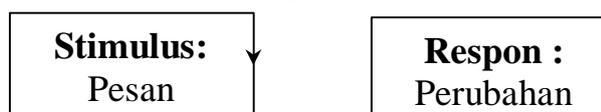
Teori ini merupakan perkembangan dasar dari model *Stimulus – Response* (SR) dengan asumsi dasar bahwa media sosial seperti Instagram menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi dan reaksi. Teori ini mengasumsikan bahwa suatu stimulus (kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol) tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu juga.

Menurut Effendy (2003:225) teori S-R meliputi 3 unsur yang penting, yaitu:

- a. Pesan atau *stimulus* (S)
- b. Efek atau *respons* (R)

Teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme. Dalam meyakinkan organisme ini, faktor *reinforcement* memegang peranan penting. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap. Jadi bisa dilihat bahwa perilaku dapat berubah hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi dari apa yang didalamnya, (Effendy, 2003: 225).

Menurut Effendy (2003:228), teori S-R dapat dirumuskan sebagai berikut:



Dari bagan diatas, bisa dijelaskan bahwa suatu stimulus atau pesan bisa memberikan perubahan perilaku kepada khalayak tergantung kepada individunya. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian yang diberikan kepada komunikan, sehingga komunikan mengerti maksud dari pesan tersebut, hingga akhirnya tumbuh kesadaran dari komunikan untuk mengubah sikap. Penerapan dalam penelitian ini yaitu mengenai pengaruh kebaktian melalui Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung terhadap sikap religius jemaat pada masa pandemi Covid-19, maka dapat ditentukan sebagai berikut:

S (stimulus) : Kebaktian melalui Youtube

R (respon) : Sikap religius jemaat.

Stimulus dalam penelitian ini adalah pesan kebaktian melalui Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung karena kebaktian tersebut memberikan pesan yang dapat mempengaruhi maupun tidak memberikan pengaruh terhadap komunikan. Organisme adalah komunikan yaitu orang yang akan memberikan respon terhadap tayangan ini. Respon yang telah diterima oleh komunikan kemudian akan memberikan perubahan sikap sesuai dengan apa yang dimaknai dari setiap individu terhadap pesan tersebut. Asumsi dari teori ini menerangkan penyebab terjadinya perubahan sikap tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (*sources*) misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat. Semakin kuat kualitas stimulus yang disampaikan, maka respon komunikan akan semakin meningkat.

2.3 Teori *Computer Mediated Communication* (CMC)

Perkembangan teknologi internet saat ini memungkinkan hampir setiap orang di dunia untuk berkomunikasi dengan cepat dan mudah. Fitur internet yang paling populer adalah email, sebuah fitur yang mampu digunakan oleh pengguna untuk bertukar pesan dengan orang lain yang memiliki alamat email. Selain itu, ada juga *World Wide Web* (WWW), sebuah sistem situs komputer yang sangat luas yang

dapat dikunjungi oleh siapa saja dengan program *web browser* dan dengan menyambungkan komputer pada internet (Severin dan Tankard, 2029:444).

Hadirnya internet juga mengubah komunikasi dengan beberapa cara fundamental. Media massa tradisional pada dasarnya menawarkan model komunikasi “satu-untuk-banyak”. Sedangkan internet memberikan model-model tambahan seperti “banyak-untuk-satu” dan “banyak-untuk-banyak”. Internet dianggap lebih demokratis dan menawarkan potensi komunikasi yang bersifat terdesentralisasi dibandingkan dengan yang ditawarkan oleh media massa sebelumnya (Severin dan Tankard, 2019:445).

Salah satu fitur media baru yang ramai dibicarakan adalah interaktivitas, bagi orang-orang dengan latar belakang komputer, interaktivitas diartikan sebagai interaksi antara pengguna dengan komputer. Sedangkan menurut ahli komunikasi, interaktivitas diartikan sebagai komunikasi antara dua manusia. Misalnya saja William, Rice dan Rogers mereka (dalam Severin dan Tankard, 2019:448) yang mendefinisikan interaktivitas sebagai tingkatan dimana pada proses komunikasi para partisipan memiliki kontrol terhadap peran dan dapat bertukar peran, dalam dialog mutual mereka. Berangkat dari salah satu fitur media baru inilah, akhirnya dikenal istilah *Computer Mediated Communication* atau CMC

Computer Mediated Communication (CMC) adalah istilah yang digunakan untuk melakukan komunikasi antar dua orang atau lebih yang dapat saling berinteraksi melalui komputer yang beda. Menurut John December *Computer Mediated Communication* adalah proses manusia berkomunikasi dengan menggunakan via komputer dengan melibatkan seseorang, dalam situasi konteks tertentu, dengan terlibat dalam proses untuk membentuk media sebagai tujuan, (Thurlow, 2014:15).

Kajian tentang *Computer Mediated Communication* ini tergolong baru, mulai berkembang pada tahun 1987. Dalam konteks CMC komputer yang dimaksud tidak hanya perangkat *Personal Computer* (PC) atau Laptop, tetapi semua alat-alat yang berbasis komputer seperti PDA, *Smartphone*, *tablet* dan sejenisnya. Alat-alat tersebut disebut dengan media baru dalam komunikasi. Pola *Computer Mediated Communication* (CMC) memungkinkan seseorang untuk berkomunikasi dengan

menggunakan alat komunikasi yang berbasis komputer, dengan didukung perangkat internet dan aplikasi-aplikasi yang memungkinkan kita untuk membaca berita teraktual dari Koran Online, kita dapat berkomunikasi, berdiskusi, dengan seseorang dimanapun mereka berada, bahkan trend berniaga saat ini adalah dengan menggunakan media *online*, dengan adanya media jejaring sosial seperti Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, dan lainnya

Cakupan dari *Computer Mediated Communication* (CMC) itu sendiri termasuk sistem obrolan (*chatting*), *World Wide Web* (WWW) termasuk sistem tekstual, grafis, fotografi, audio, dan video di samping aspek-aspek *hyperlink*, *Computer Mediated Communication* (CMC) juga mencakup berbagai video seperti Youtube dan sistem jejaring sosial dan sistem pencarian pertemanan seperti Facebook dan lain sebagainya. Hal yang dimaksud disini bukanlah bagaimana dua mesin atau lebih dapat saling berinteraksi, namun bagaimana dua orang atau lebih dapat berkomunikasi satu dengan lainnya dengan menggunakan alat bantu komputer melalui program aplikasi yang ada pada komputer tersebut. Dengan ini dapat diketahui, bahwa yang diperlukan partisipan CMC dalam menjalankan komunikasi dengan komunikannya harus melibatkan dua komponen, yaitu komputer dan jaringan internet. Sebenarnya, bukan hanya komputer dan jaringan internet saja, namun dalam komputer tersebut harus terdapat program atau aplikasi tertentu yang memungkinkan komunikator untuk berinteraksi dengan komunikannya. Sebut saja, Facebook pada era globalisasi ini, Facebook sudah semakin mendunia, (Arnus, 2018:19).

Jadi, penelitian ini menggunakan teori CMC karena dapat dilihat bahwa teori ini mempunyai proses komunikasi manusia dengan komputer ataupun media baru yang menggunakan jaringan internet.

2.4 Ibadah *Online*

2.4.1 Pengertian Ibadah *Online*

Banyak pengertian kebaktian/ibadah *online*, untuk memahami kebaktian/ibadah *online*, alangkah baiknya kita melihat beberapa pengertian berikut ini. Gereja daring (bahasa Inggris) atau *internet church*, atau disebut

gereja internet, mengacu pada tata cara dimana sebuah kelompok keagamaan menggunakan internet sebagai sarana untuk memfasilitasi kegiatan keagamaan, (Nainggolan dan Purba, 2021:11). Kebaktian/ibadah *online* adalah ketika umat Tuhan beribadah dari tempat mereka masing-masing dalam konteks keluarga melalui internet dengan menggunakan beberapa *platform* Youtube.

Kebaktian/ibadah *online* dilaksanakan sebagai tanggapan atas situasi darurat yang dialami warga jemaat tanpa mengubah esensi, substansi dari ibadah tersebut. Di tengah pandemi Covid-19 yang mengakibatkan perubahan dalam pola kehidupan dan aktivitas manusia, yang di dalamnya ialah pola beribadah, maka tidak ada salahnya melaksanakan kebaktian/ibadah *online*, karena memang sejatinya ibadah tidak terbatas dengan ruang dan waktu. Dengan adanya larangan tidak boleh berkumpul dan bersekutu dalam jumlah besar di suatu tempat, kebaktian/ibadah *online* adalah sebuah pilihan alternatif, pilihan strategis dan terobosan gereja, (Panjaitan dan Lumingkewas, 2019:20). Namun, gereja harus tetap memastikan bahwa ibadah itu secara esensi adalah berpusat kepada Tuhan seperti *theosentris* (keselamatan hanya kepada Tuhan), *christosentris* (keselamatan hanya melalui kristus dan *pneumasentris* (seluruh keselamatan datang dari Kristus sebagai Kepala melalui Gereja, yang adalah Tubuh-Nya). Ketika ibadah berpusat kepada Tuhan, maka apakah itu dilakukan secara *offline* dan *online* tidaklah menjadi masalah.

2.4.2 Kekurangan dan dan Kelebihan Ibadah *Online*

Pelaksanaan ibadah secara *online* itu bukan suatu yang mudah ini memerlukan persiapan yang matang, sebab tidak semua gereja siap dengan cara seperti ini, baik pendeta maupun jemaat masih belum terbiasa dengan pola ibadah *online*, khususnya yang ada di pedesaan yang kurang sinyal atau jaringan untuk melakukan ibadah *online*. Kekurangan pola ini adalah tidak terjadinya kontak personal antar jemaat. Kebaktian mingguan yang biasanya diwarnai dengan berbagai simbol keakraban atau kebersamaan yang memberi daya pikat sendiri bagi jemaat, seringkali mereka merasa bahwa

kebaktian seperti ini hanya seperti main-main saja, dan belum masuk ke hadirat Allah secara sungguh-sungguh. Di sisi lain terkait dengan kondisi jemaat. Jemaat belum siap baik secara mental, spiritual dan fisik untuk mengikuti ibadah dengan *online*. Kendala berikutnya terkait dengan persembahan. Memang jemaat dihimbau untuk memberi persembahan melalui transfer ke nomor rekening gereja, tetapi masalahnya tidak semua jemaat memiliki mengerti dengan cara seperti ini, apalagi gereja yang ada di pedesaan yang jauh dari perkotaan untuk mentransfer uang, ini sangatlah menyulitkan bagi jemaat ataupun pendeta yang ada di pedesaan, (Thiessen, 2018:476).

Kebaktian dengan cara seperti ini memiliki banyak keuntungan ibadah *online*, di antaranya semua jemaat dapat terlibat, khususnya gereja-gereja yang ada di perkotaan dan tidak dibatasi teritorial negara. Pada kenyataannya kebaktian dengan cara ibadah online ini dapat melibatkan seluruh jemaat bahkan yang ada di luar negeri untuk menyampaikan kabar baik (Injil) melalui *online* yaitu Youtube, Facebook, live streaming, Instagram, Google meet, zoom, dan aplikasi lainnya. Dengan ibadah *online* juga membuat jemaat tidak harus keluar rumah untuk ibadah, cukup hanya membuka Youtube, zoom, ataupun Google Meet di rumah. Untuk melihat pendeta atau Gembala berkhotbah, tidak perlu lagi untuk tatap muka. Ibadah *online* juga menguntungkan jemaat untuk tidak macet di jalan untuk pergi ibadah, khususnya gereja-gereja yang ada dikota-kota besar. Persembahan dilakukan dengan mentransfer uang ke rekening gereja. Jemaat sangat terlihat antusias mengikuti kebaktian dengan Ibadah *online* dan sangat membantu jemaat yang ada di kota untuk tidak harus mengikuti ibadah di gereja melainkan hanya di rumah melalui media, (Erickson dan Nugroho, 2014:285).

2.4.3 Pelaksanaan Ibadah *Online* Pada Masa Pandemi Covid-19

Dunia saat ini terus mengalami perubahan, maka pemaknaan ulang terhadap sesuatu hal pun harus mengalami perubahan sehingga perilaku dan preferensi manusia juga mengalami perubahan. Lihat saja bagaimana *department store* di berbagai belahan dunia mengalami penutupan karena banyak orang

beralih ke sistem belanja di toko *online*. Pertemuan-pertemuan ilmiah yang sebelumnya banyak dilakukan secara fisik dan berkumpul disuatu tempat dipastikan ke depan juga akan lebih banyak dilaksanakan secara *online*, selain lebih mudah mengumpulkan peserta dari berbagai daerah bahkan dari berbagai negara, juga biaya yang relatif jauh lebih murah dan banyak kegiatan lain yang sebelumnya mengandalkan pertemuan fisik pada akhirnya akan berubah ke pertemuan daring. Inilah perubahan dunia yang terus terjadi.

Gereja juga harus menyesuaikan diri dengan situasi di mana pun berada. Gereja akan selalu ada dalam situasi transit (*ecclesia in transit*), dan selalu dalam perjalanan (*church in via*). Gereja yang ada dalam perjalanan ini selalu perlu merespon budaya di tempat dan di masa ia ada, itu sebabnya tidak ada gereja yang baku atau absolut yang dapat menjawab kebutuhan segala zaman, karena tugas eklesiologi yang utama adalah untuk “menolong gereja merespons konteksnya sebaik mungkin dengan merefleksikan secara teologis dan krisis identitas konkretnya. Oleh karena itu ketika dunia yang dilayani berubah, gereja harus dapat menyesuaikan pelayanannya dengan perubahan itu, namun gereja tidak boleh mengubah tujuan utamanya.

Pelaksanaan ibadah secara *online* selain untuk menjawab perubahan dan tantangan zaman yang serba digital, salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh gereja dalam melaksanakan kebaktian atau ibadah secara *online* adalah Youtube. Melalui Youtube isi pesan dalam kegiatan ibadah dapat tersampaikan dengan baik dan hikmat, oleh karena itu untuk melihat apakah pesan dalam ibadah *online* dapat tersampaikan dengan baik menurut David (2017:7), harus memperhatikan beberapa aspek antara lain:

1. Kredibilitas organisasi

Kredibilitas organisasi merupakan persepsi seseorang terkait dengan pesan yang disampaikan oleh organisasi kepada seseorang, oleh karena itu kredibilitas organisasi berkaitan erat dengan sikap konatif seseorang. Konatif merupakan aspek yang memiliki keterkaitan dengan hal-hal tertentu, aspek konatif biasanya dilihat dari sebuah komponen perilaku yang dilakukan oleh individu dalam melakukan sebuah aksi atau reaksi

terhadap sesuatu hal yang sudah dibuat. Berdasarkan penjelasan tersebut maka kredibilitas organisasi akan diukur dari aspek:

- a. Kepercayaan jemaat kepada para pengurus gereja
- b. Isi pesan yang disampaikan pendeta/pengurus gereja yang meyakinkan seperti halnya pada waktu ibadah secara langsung atau *offline*
- c. Pesan yang disampaikan pendeta/pengurus gereja berdasarkan Alkitab
- d. Kemampuan seseorang menjadi teladan

2. Daya tarik

Daya tarik adalah sesuatu yang memiliki sebuah keunikan dan keindahan ataupun inovasi sehingga mampu mempengaruhi orang lain, oleh karena itu daya tarik bagian dari sikap kognitif seseorang. Kognitif merupakan aspek yang dilihat dari kualitas pengetahuan seseorang, oleh karena itu aspek kognitif dilihat dari kepercayaan pada sebuah informasi tertentu khususnya kepercayaan yang mengarah pada peningkatan pengetahuan. Berdasarkan penjelasan tersebut maka daya tarik dalam penelitian ini akan diukur dengan:

- a. Program ibadah *online* terlihat secara jelas
- b. Memiliki kesamaan dengan jemaat, Misalnya: tetap akan melakukan kegiatan ibadah dalam kondisi apapun

3. Isi pesan dalam ibadah *online* menarik perhatian

Isi pesan dalam ini adalah pesan yang disampaikan kepada seseorang memiliki tujuan yang jelas, oleh karena itu isi pesan dalam ibadah *online* menarik perhatian bagian dari sikap kognitif seseorang. Berdasarkan hal tersebut isi pesan dalam ibadah *online* menarik perhatian akan dilihat dari beberapa aspek antara lain:

- a. Memiliki hal-hal yang baru
- b. Mengandung hal-hal yang berbeda dari kegiatan ibadah yang dilaksanakan secara langsung atau *offline*.

4. Isi pesan dalam ibadah *online* dapat dimengerti

Isi pesan yang disampaikan seseorang kepada penerima pesan mudah dipahami dan diaplikasikan, oleh karena itu isi pesan dalam ibadah *online* dapat dimengerti, oleh karena itu isi pesan dalam ibadah *online* dapat dimengerti bagian dari sikap afektif, afektif merupakan aspek perasaan yang erat kaitannya dengan sebuah emosional atau sikap, oleh karena itu seseorang yang memiliki afektif yang baik akan memiliki daya tahan terhadap perubahan yang dibawa oleh orang lain. Berdasarkan penjelasan tersebut maka isi pesan dalam ibadah *online* dapat dimengerti dapat diukur dari beberapa aspek antara lain:

- a. Bersifat dua arah atau jemaat.juga terlibat dalam pembuatan pesan dalam melaksanakan ibadah
- b. Bahasa dalam ibadah *online* mudah dipahami.

5. Isi pesan dalam ibadah *online* dapat diterima

Isi pesan yang disampaikan oleh seseorang tidak bertentangan dengan apa yang menjadi harapan atau keinginan orang lain, oleh karena itu isi pesan dalam ibadah *online* dapat diterima bagian dari sikap afektif, sehingga isi pesan dalam ibadah *online* dapat diterima akan diukur dari aspek:

- a. Memberi informasi
- b. Isi pesan memberikan efek bagi jemaat.

2.5 Social Presence (Kehadiran Sosial)

Menurut John (2019:793) menjelaskan bahwa kehadiran sebagai ilusi yang berada di situasi dimana tidak ada perantara antara pengguna, oleh karena itu kehadiran terjadi ketika alat berhasil membuat pengalaman yang menarik dengan cara tidak disadari para pengguna. Sementara itu secara umum kehadiran sosial menjelaskan bahwa mengenai diri pengguna yang dapat membangun komunikasi dan menyatakan dirinya melalui suatu media atau teknologi dimana teknologi berhasil membuat pengguna tidak menyadari adanya mediasi yang terjadi. Konsep kehadiran sangat penting karena menjadi inti semua pengalaman mediasi dan simulasi dimana manusia mencoba mengatasi berbagai keterbatasan saluran sensorik menggunakan teknologi psikologi, fisik dan teknologi buatan manusia.

Teori kehadiran sosial menurut Short, Williams, dan Christie dalam Kaplan dan Haenlein (2020:81) menyatakan bahwa kehadiran sosial didefinisikan sebagai akustik, visual, dan kontak fisik yang dapat dicapai atau muncul antara dua mitra atau lebih dalam suatu komunikasi. Kehadiran sosial dipengaruhi oleh keintiman (antar pribadi atau termediasi) dan kesiapan media (selaras atau tidak selaras) dan yang dianggap sebagai media yang lebih rendah misalnya, percakapan telepon dibandingkan dengan percakapan interpersonal seperti diskusi tatap muka dan untuk yang tidak selaras misalnya, e-mail atau surat elektronik dan komunikasi sinkron atau selaras misalnya, *live chat* atau percakapan langsung.

2.6 Pelayanan Digital dalam Ibadah *Online*

Dalam melaksanakan kebaktian/ibadah umat kristiani selalu dipandu oleh pendeta, pendeta memiliki peranan penting dalam suatu ibadah yang dimana pendeta harus menjadi contoh bagi setiap jemaatnya sebagai seorang penyembah di gerejanya. Di dalam 50 persen ibadah diisi oleh musik dan pendeta memiliki peran yang penting dalam menentukan pembentukan sifat musik yang dimainkan (Sorge, 2011:213).

Ester memaparkan dalam Sorge (2011:215) bahwa peran pemimpin penyembahan memegang pimpinan atas seluruh jemaat, pemain musik, dan paduan suara di gerejanya. Peran terpenting terbagi menjadi dua bagian yaitu pertama meliputi musikalisasi dalam kebaktian di dalamnya terlibat pemain musik dan paduan suara, bagian kedua meliputi keterlibatan jemaat dalam ibadah sekaligus membaca atmosfer kebaktian. Pemimpin pujian harus bisa membuat penyembahan mengalir di dalam ibadah, dan berdampak pada jemaat merasakan ketenangan.

Pendeta dan pemimpin pujian ada dalam kesatuan roh yang tidak dapat dipisahkan, mereka harus saling membutuhkan antara satu dengan yang lain. Sorge (2011:216) juga mengemukakan bahwa ada tiga hal penting yang harus diperhatikan oleh pendeta dan pemimpin pujian agar hubungan mereka bertahan dengan baik yaitu menghormati, tenggang rasa, dan komunikasi. Ketiga unsur ini harus diperhatikan agar jemaat tidak merasa bosan saat melakukan penyembahan, ataupun sebaliknya

terlalu banyak khotbah dari pendeta. Unsur tersebut yang menjadikan pendeta dan pemimpin penyembahan sangat penting dan tidak dapat disahkan

Pemimpin musik memiliki peran berbeda dengan pemimpin penyembahan. Seorang pemimpin musik memiliki kepekaan terhadap teknis musik, sedangkan pemimpin penyembahan memiliki kepekaan rohani. Tetapi peranan pemimpin penyembahan dalam mengambil peran pemimpin musik berhubungan dengan tugasnya membawa jemaat mengalir dalam penyembahan. Pemain musik dan pelayan paduan suara harus bertugas sesuai dengan pemimpin musik agar jemaat dapat terberkati atas pelayanan yang sudah dikerjakan. Pemain musik dan paduan suara merupakan fungsi yang penting dalam pelaksanaan ibadah Kristiani.

2.7 Media Sosial Youtube

Youtube adalah situs web berbagi video daring terbesar di dunia, dibuat oleh tiga mantan karyawan Paypal pada Februari 2005 untuk membuat media sosial dimana pengguna bisa mengunggah video. Awalnya, situs ini dipegang secara independen oleh ketiga pemiliknya yaitu Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim. Setelah didirikan, Youtube mendapat suntikan modal pertamanya dari seorang investor yaitu Sequoia Capital sebesar \$ 11,5 juta di bulan November 2005 – April 2006. Dengan tambahan modal yang cukup besar, Youtube mulai berkembang secara pesat dari bulan Juli 2006, ada lebih dari 65.000 video baru yang di upload setiap hari di Youtube, dan ada 100 juta video yang ditonton per harinya.

Menurut Mandiberg dalam (Nasrullah, 2015:11) mendefinisikan media sosial sebagai media yang mewadahi kerjasama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*User generated content*). Media sosial mempunyai ciri - ciri sebagai berikut:

1. Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa ke berbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet
2. Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper
3. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya
4. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

Youtube berhasil menarik minat dari perusahaan *Google.inc*, bulan Oktober 2006 *Google.inc* mengakuisisi Youtube dengan nilai transaksi sebesar \$1.65 miliar. Saat itu, menurut penyedia data market internet *ComScore*, situs Youtube merupakan penyedia video daring *online* terbesar di Amerika Serikat dengan market share 43 persen dan lebih dari 6 miliar video dilihat di bulan Januari 2009. Dengan format berkas atau file FLV (*Flash Video*) yang mudah dijangkau dimana mana itu sebagai standar pengkodean video yang diupload oleh para user. Cara ini membuat Youtube semakin mudah diakses oleh masyarakat secara instan di internet. Ditambah dengan kemudahan mengakses situs Youtube melalui *smartphone*, masyarakat membuat Youtube menjadi tontonan alternatif selain televisi, (Rahman, 2015:25).

Situs ini memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk mengunggah konten mereka sendiri seperti video klip, klip TV, hingga video *blogging* dengan teknologi HTML dan *Adobe Flash Video*. Pengguna situs ini tidak hanya masyarakat biasa tetapi juga media korporat semacam BBC, CBS, VEVO dan berbagai macam organisasi lainnya. Pengguna tak terdaftar dapat menonton video, sementara pengguna terdaftar dapat mengunggah video dalam jumlah tak terdaftar. Video-video yang berisi konten ofensif hanya bisa ditonton oleh pengguna terdaftar berusia 18 tahun atau lebih, (Aisyah, 2017:119).

Youtube termasuk dalam industri seni dan hiburan, dengan adanya media sosial Youtube, maka aktor-aktor yang dianggap berperan dalam komunikasi global seperti perusahaan-perusahaan penyiaran baik dalam media cetak maupun media elektronik seakan berkurang peranannya. Semua orang dapat menyiarkan kabar di Youtube. Ada beberapa berita yang hanya disiarkan lewat Youtube karena bebasnya orang-orang untuk meng - upload video mereka sendiri, karena tujuan utama Youtube adalah sebagai tempat bagi setiap orang (tidak peduli tingkat keahliannya) untuk *mengupload* dan membagikan pengalaman mereka dalam bentuk video kepada orang lain, (Yoga Pratama, 2019:19).

Youtube mempunyai misi yaitu memberi kebebasan untuk menyampaikan pendapat dan menunjukkan dunia kepada setiap orang. Youtube juga memiliki

empat nilai yang didasarkan pada kebebasan utama untuk menentukan jati diri, sebagai berikut:

1. Kebebasan berekspresi

Youtube yakin setiap orang harus punya kebebasan untuk berbicara, menyampaikan pendapat, mengadakan dialog terbuka, dan kebebasan berkreasi dapat menghasilkan suara, format, dan kemungkinan baru.

2. Kebebasan mendapatkan informasi

Youtube yakin setiap orang harus memiliki akses yang mudah dan terbuka untuk mendapatkan informasi. Selain itu, video adalah media yang paling berpotensi untuk semua bidang

3. Kebebasan menggunakan peluang

Youtube meyakini bahwa setiap orang harus punya peluang untuk ditemukan, membangun bisnis, dan meraih sukses sesuai keinginannya sendiri.

4. Kebebasan memiliki tempat berkarya

Youtube meyakini bahwa setiap orang perlu menemukan komunitas yang saling mendukung satu sama lain, menghilangkan perbedaan, melampaui batas-batas diri, dan berkumpul bersama atas dasar minat dan passion yang sama, (Siti Aisyah, 2017:119).

Berdasarkan uraian di atas maka dapat diketahui bahwa kehadiran Youtube sebagai media massa baru membuat nilai tersendiri dalam penyebaran informasi kepada khalayak luas, yang umumnya media massa komunikatornya adalah gabungan dari beberapa individu yang membentuk sebuah lembaga, dalam Youtube seluruh individu pengguna Youtube dapat menjadi komunikator tanpa membuat suatu lembaga terlebih dahulu. Mereka tidak perlu repot mengirimkan videonya kepada salah satu stasiun televisi untuk dapat ditonton orang banyak. Cukup dengan mengunggahnya di Youtube dan menyebarkan link di berbagai sosial media video mereka sudah dapat ditonton oleh orang banyak.

2.8 Sikap Religius Jemaat

2.8.1 Pengertian Sikap

Sikap atau dalam Bahasa Inggris disebut dengan *attitude*, atau yang dalam bahasa Italia adalah *attitudine* yaitu *manner of placing or holding the body and way of feeling, thinking or behaving*, (Notoatmodjo, 2012:29). Notoatmodjo (2012:124) menambahkan sikap merupakan *syndrome of response with regard to social objects* atau sikap merupakan bagian dari sebuah respon yang dilakukan secara konsisten oleh individu pada sebuah objek sosial tertentu. Menurut Eagly dan Chaiken dalam Wawan dan Dewi (2010:20) sikap bisa diposisikan dalam bentuk evaluasi tentang objek sikap dengan melakukan langkah-langkah teoritis dan psikologis berupa emosi dan sikap.

2.8.2 Ciri-Ciri Sikap

Purwanto dalam Notoatmodjo (2012:34), sikap memiliki beberapa ciri antara lain:

1. Sikap merupakan sebuah watak atau perilaku yang dibentuk oleh lingkungan artinya tidak bawa sejak lahir
2. Sikap selalu berubah-ubah tidak menentu dan konsisten bahkan individu dapat mempelajari sikap individu lain
3. Sikap tidak bisa berdiri sendiri karena sikap memiliki hubungan tertentu pada sebuah objek
4. Objek sikap merupakan sesuatu hal tertentu dan juga kumpulan hal tertentu
5. Sikap memiliki segi - segi motivasi dan dan sei perasaan, bahkan memiliki sifat alamiah namun yang membedakan adalah kompetensi atau wawasan seseorang.

2.8.3 Fungsi Sikap

Katz dalam Wawan dan Dewi (2010:23), menjelaskan bahwa sikap memiliki fungsi antara lain:

1. Fungsi instrumen, fungsi penyesuaian dan fungsi manfaat
Fungsi pada aspek ini memiliki hubungan dengan sebuah fasilitas untuk mencapai tujuan seseorang, sehingga individu akan melihat apakah objek dapat dipakai untuk mencapai tujuan. Jika sarana atau alat tersebut bisa digunakan untuk mencapai tujuan maka sikap berada pada kategori positif namun sebaliknya jika sarana dan alat tidak mampu mendukung dalam mencapai tujuan maka berada pada kategori negatif.
2. Fungsi pengetahuan ego
Fungsi ini dapat dilihat dari sikap egoisme individu dalam mencapai tujuan, biasanya fungsi ini muncul ketika seorang individu merasa dirinya sedang terancam oleh orang lain.
3. Fungsi ekspresi nilai
Fungsi ini timbul pada diri individu yang bertujuan untuk mengekspresikan dirinya kepada orang lain demi mendapatkan sebuah kepuasan pada dirinya sendiri. Dengan individu mengambil sikap tertentu akan menggambarkan keadaan sistem nilai yang ada pada individu yang bersangkutan.
4. Fungsi pengetahuan
Fungsi sikap ini ditujukan untuk menumbuhkan motivasi seseorang, dimana seseorang dengan fungsi ini memiliki pengetahuan yang berasal dari sebuah pengalaman yang dialami selama ini, sehingga ini menunjukkan bahwa dengan pengetahuan dan pengalaman akan menunjukkan sikap individu pada objek tertentu.

2.8.4 Komponen Sikap

Azwar (2013:23) terdapat 3 komponen sikap, komponen ini saling berkaitan antara komponen satu dengan komponen yang lainnya, komponen tersebut antara lain:

1. Kognitif
Kognitif merupakan aspek yang dilihat dari kualitas pengetahuan seseorang, oleh karena itu aspek kognitif dilihat dari kepercayaan pada sebuah informasi tertentu khususnya kepercayaan yang mengarah pada peningkatan pengetahuan.

2. Afektif

Afektif merupakan aspek perasaan yang erat kaitannya dengan sebuah emosional atau sikap, oleh karena itu seseorang yang memiliki afektif yang baik akan memiliki daya tahan terhadap perubahan yang dibawa oleh orang lain.

3. Konatif

Konatif merupakan aspek yang memiliki keterkaitan dengan hal-hal tertentu, aspek konatif biasanya dilihat dari sebuah komponen perilaku yang dilakukan oleh individu dalam melakukan sebuah aksi atau reaksi terhadap sesuatu hal yang sudah dibuat.

2.8.5 Sikap Religius

Religius, kata dasar dari religius adalah religi yang berasal dari bahasa asing *religion* sebagai kata bentuk dari kata benda yang berarti agama. Menurut Jalaluddin, agama mempunyai arti percaya kepada tuhan atau kekuatan super human atau kekuatan yang di atas dan di sembah sebagai pencipta dan pemelihara alam semesta, ekspresi dari kepercayaan di atas berupa amal ibadah, dan suatu keadaan jiwa atau cara hidup yang mencerminkan kecintaan atau kepercayaan terhadap Tuhan, kehendak, sikap dan perilakunya sesuai dengan aturan Tuhan seperti tampak dalam kehidupan kebiasaan, (Jallaludin, 2018:25).

Berdasarkan penjelasan tersebut maka sikap religius adalah suatu keadaan diri seseorang dimana setiap melakukan atas aktivitasnya selalu berkaitan dengan agamanya. Dalam hal ini pula dirinya sebagai hamba yang mempercayai Tuhannya berusaha agar dapat merealisasikan atau mempraktekkan setiap ajaran agamanya atas dasar iman yang ada dalam batinnya. Menurut Menurut Glock dan Stark dalam Pontoh dan Farid, (2015:100) menyatakan bahwa religiusitas seseorang akan meliputi berbagai macam sisi atau aspek, diantaranya:

1. Keyakinan

Aspek ini berisi pengharapan-pengharapan dimana orang religius berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut

2. Praktik agama

Aspek ini mencakup perilaku pemujaan, ketaatan dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Dalam Kristen sebagian dari pengharapan ritual itu diwujudkan dalam kebaktian di gereja persekutuan/ibadah rumah tangga, baptisan, perkawinan dan sebagainya. Ketaatan. Ketaatan dan ritual bagaikan ikan dengan air meski ada perbedaan penting. Apabila aspek ritual dari komitmen sangat formal dan khas publik, semua agama yang dikenal juga mempunyai perangkat tindakan persembahan dan kontemplasi personal yang relatif spontan, informal dan khas pribadi. Ketaatan di lingkungan penganut Kristen diungkapkan melalui ibadah pribadi, membaca Alkitab dan menyanyi kidung puji-pujian

3. Pengalaman

Aspek ini berisikan dan memperhatikan fakta bahwa semua agama mengandung pengharapan-pengharapan tertentu, meski tidak tepat jika dikatakan bahwa seseorang yang beragama dengan baik pada suatu waktu akan mencapai pengetahuan subjektif dan langsung mengenai kenyataan terakhir (kenyataan terakhir bahwa ia akan mencapai suatu kontak dengan kekuatan supernatural).

4. Pengetahuan agama

Aspek ini mengacu kepada harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar-dasar pengetahuan dan keyakinan jelas berkaitan satu sama lain

5. Pengamalan dan konsekuensi

Aspek ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan religiusitas, praktik, pengalaman dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Agama banyak menggariskan bagaimana pemeluknya seharusnya berpikir dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari, tidak sepenuhnya jelas sebatas

mana konsekuensi-konsekuensi agama merupakan bagian dari komitmen religiusitas atau semata-mata berasal dari agama.

2.8.6 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap

Sikap seseorang selalu dipengaruhi oleh banyak faktor menurut Azwar (2013:30), faktor tersebut adalah:

a. Pengalaman pribadi

Pengalaman pribadi dapat menjadi dasar pembentukan sikap apabila pengalaman tersebut meninggalkan kesan yang kuat.

b. Pengaruh orang lain yang dianggap penting

Faktor ini bagian dari sikap konfirmasi yang dimiliki oleh individu karena individu akan cenderung melakukan konfirmasi sikap orang lain yang dianggap benar.

c. Faktor pengaruh budaya

Faktor budaya dapat dilihat dari semakin beragamnya pengetahuan antara individu satu dengan individu yang lainnya, sehingga tanpa disadari kebudayaan akan menanamkan garis pengaruh terhadap berbagai masalah yang sedang dan akan dihadapi.

d. Faktor pengaruh media massa

Surat kabar memiliki pengaruh atas terbentuknya sikap individu semakin tidak faktual maupun cenderung subjektif maka akan mempengaruhi sikap individu.

e. Faktor pengaruh lembaga pendidikan dan lembaga agama

Faktor ini berkaitan dengan pemberian pendidikan pengajaran moral atau perilaku.

f. Faktor emosional

Sikap terbentuknya bukan muncul secara tiba-tiba namun didasarkan pada emosional individu.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan Tujuan dalam penelitian ini maka jenis penelitian yang akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah adalah penelitian metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Masyhuri (2018:34) menjelaskan bahwa penelitian yang bersifat deskriptif merupakan penelitian yang memberi gambaran secermat mungkin mengenai suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu. Sudjana dan Ibrahim (2019:64) menjelaskan bahwa metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif digunakan apabila bertujuan untuk mendeskripsikan atau menjelaskan peristiwa atau suatu kejadian yang terjadi pada saat sekarang dalam bentuk angka-angka yang bermakna.

Alasan peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif ini adalah untuk menjelaskan suatu situasi yang hendak diteliti dengan dukungan studi kepustakaan sehingga lebih memperkuat analisa peneliti dalam membuat suatu kesimpulan, dimana hasil penelitian diperoleh dari hasil perhitungan indikator-indikator variabel penelitian kemudian dipaparkan secara tertulis oleh peneliti. Selain itu penggunaan metode tersebut bertujuan untuk melihat apakah ada atau tidaknya Pengaruh Isi Konten Kebaktian Melalui Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung Terhadap Sikap Religius Jemaat Pada Masa Pandemi Covid-19.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel Yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang akan mempengaruhi timbulnya variabel dependen atau terikat, variabel bebas dalam penelitian ini adalah kebaktian melalui Youtube yang disimbolkan dengan (X)
2. Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel yang timbul dari variabel independen atau bebas, variabel dependen atau terikat dalam penelitian ini adalah sikap religius jemaat yang disimbolkan dengan bentuk (Y)

3.3 Definisi Konseptual

Definisi konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kebaktian melalui Youtube merupakan salah satu media yang digunakan oleh para jemaat umat kristiani untuk melaksanakan kegiatan ibadah atau kebaktian secara *online* yang sudah difasilitasi oleh pengurus gereja, dimana dalam pelaksanaan ibadah atau kebaktian di laksanakan di rumah melalui *live streaming*
2. Sikap religius jemaat adalah suatu keadaan diri seseorang dimana setiap melakukan atas aktivitasnya selalu berkaitan dengan agamanya. Dalam hal ini pula dirinya sebagai hamba yang mempercayai Tuhannya berusaha agar dapat merealisasikan atau mempraktekkan setiap ajaran agamanya atas dasar iman yang ada dalam batinnya.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional variabel merupakan bagian dari penjelasan dari masing-masing variabel sesuai dengan indikator pada masing-masing variabel. Definisi pengukuran variabel dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Kebaktian Melalui Youtube (X)	Kredibilitas organisasi	a. Kepercayaan jemaat kepada para pengurus gereja b. Isi pesan yang disampaikan pendeta/pengurus gereja yang meyakinkan seperti halnya pada waktu ibadah secara langsung atau <i>offline</i> c. Pesan yang disampaikan pendeta/pengurus gereja berdasarkan Alkitab d. Kemampuan seseorang menjadi teladan	1) Saya sangat percaya dengan apa yang disampaikan oleh pengurus gereja/pendeta 2) Saya merasakan bahwa semua isi pesan yang disampaikan pendeta/pengurus gereja yang mampu meyakinkan jemaat 3) Selama ini semua pesan yang disampaikan pendeta/pengurus dalam khutabah berdasarkan Alkitab 4) Selama ini pengurus gereja atau pendeta di gereja selalu menjadi teladan bagi jemaat baik dalam beribadah maupun berperilaku	Likerts
	Daya tarik	a. Program ibadah <i>online</i> terlihat secara jelas b. Memiliki kesamaan dengan jemaat, Misalnya: tetap akan melakukan kegiatan ibadah dalam kondisi apapun	1) Selama ini program ibadah <i>online</i> yang dijalankan oleh pendeta/pengurus terlihat secara jelas dan mudah dihayati 2) Walaupun ibadah dilakukan dengan <i>online</i> namun tidak ada perbedaan dengan ibadah secara langsung	Likerts
	Isi pesan dalam ibadah <i>online</i> menarik perhatian	a. Memiliki hal-hal yang baru b. Mengandung hal-hal yang berbeda dari kegiatan ibadah yang dilaksanakan secara langsung atau <i>offline</i>	1) Selama ini pengurus gereja/pendeta dalam melakukan ibadah <i>online</i> memiliki hal-hal yang baru misalnya menghadirkan pendeta yang berbeda-beda setiap hari minggu sehingga cukup menarik perhatian jemaat 2) Selama ini program pesan-pesan dalam ibadah <i>online</i> cukup berbeda dengan pesan-	Likerts

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
			pesan pada waktu ibadah secara <i>offline</i>	
	Isi pesan dalam ibadah <i>online</i> dapat dimengerti	a. Bersifat dua arah atau jemaat juga terlibat dalam pembuatan pesan dalam melaksanakan ibadah b. Bahasa dalam ibadah <i>online</i> mudah dipahami	1) Selama ini pengurus gereja/pendeta setelah selesai pelaksanaan ibadah selalu membuka sesi tanya jawab dengan para jemaat sehingga kegiatan ibadah bersifat dua arah karena jemaat diberikan keleluasan untuk bertanya atau menyampaikan pesan kepada pengurus gereja/pendeta 2) Pengurus gereja/pendeta menggunakan bahasa dalam ibadah <i>online</i> mudah dipahami dan jelas sesuai dengan bahasa yang di sajikan dalam Alkitab	<i>Likerts</i>
	Isi pesan dalam ibadah <i>online</i> dapat diterima	a. Memberi informasi b. Isi pesan memberikan efek bagi jemaat.	1) Setelah selesai ibadah pengurus gereja/pendeta selalu memberi informasi terkait dengan tata cara ibadah secara <i>online</i> agar lebih khitmat 2) Selama ini isi pesan yang disampaikan oleh pengurus gereja/pendeta memberikan efek bagi jemaat seperti jemaat lebih taat dan yakin akan ketuhanan Allah dan kristus	<i>Likerts</i>
Sikap Religius Jemaat (Y)	Keyakinan	a. Selalu berpegang teguh kepada ketentuan tuhan b. Mengakui kebenaran pesan yang disampaikan oleh Alkitab	1) Saya selalu berpegang teguh kepada ketentuan tuhan Allah dan Yesus 2) Saya selalu mengakui kebenaran pesan yang disampaikan oleh Alkitab	<i>Likerts</i>

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
	Praktik agama	a. Komitmen untuk terus menjalankan ibadah dalam kondisi apapun b. Selalu bertindak dan berperilaku sesuai dengan ajaran agama	1) Saya selalu berkomitmen untuk terus menjalankan ibadah dalam kondisi apapun termasuk dalam kegiatan ibadah <i>online</i> 2) Saya selalu bertindak dan berperilaku sesuai dengan apa yang diperintahkan oleh Allah dan Yesus di dalam Alkitab	<i>Likerts</i>
	Pengalaman	a. Selalu memperhatikan keadaan di lapangan b. Selalu bertindak sesuai dengan apa yang menjadi harapan dan pengetahuan	1) Saya selalu memperhatikan keadaan di lapangan sebelum saya melakukan kegiatan ibadah baik ibadah secara <i>online</i> maupun <i>offline</i> 2) Saya selalu bertindak sesuai dengan apa yang menjadi harapan dan pengetahuan saya sebagai umat nasrani	<i>Likerts</i>
	Pengetahuan agama	a. Melakukan kegiatan ibadah sesuai dengan apa yang menjadi pengetahuan yang sudah di yakini b. Mengetahui dasar-dasar dalam melakukan sebuah kegiatan ibadah	1) Saya selalu melakukan kegiatan ibadah sesuai dengan apa yang menjadi pengetahuan yang sudah diyakini di dalam Alkitab 2) Saya mengetahui dasar-dasar dalam melakukan sebuah kegiatan ibadah berdasarkan petunjuk pengurus gereja,pendeta dan pesan dalam Alkitab	<i>Likerts</i>
	Pengamalan dan konsekuensi	a. Mengamalkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari b. Memiliki komitmen yang kuat untuk setia pada agama dan bertindak sesuai dengan apa yang sudah diajarkan dalam agama	1) Saya selalu mengamalkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari sesuai petunjuk Alkitab 2) Saya memiliki komitmen yang kuat untuk setia pada agama dan bertindak	<i>Likerts</i>

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
			sesuai dengan apa yang sudah diajarkan dalam agama dalam kondisi apapun	

Berdasarkan tabel di atas maka setiap masing-masing item atau indikator akan diukur menggunakan skala *likert* dengan skor masing-masing item antara 1 sampai dengan 5, berikut ini adalah skoring dari masing-masing kategori yang akan digunakan:

1. Sangat Setuju (SS) dengan skor 5
2. Setuju (S) dengan skor 4
3. Netra (N) dengan skor 3
4. Tidak Setuju (TS) dengan skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1

3.5 Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian terbagi dalam dua bentuk yaitu primer dan sekunder.

1. Sumber data primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari data langsung dari responden yang sudah dijadikan sampel. Oleh sebab itu data primer dalam penelitian ini berupa kuesioner yang sudah di isi oleh responden yang dalam hal ini adalah jemaat yang aktif menjalani kebaktian di Gereja HKBP Kedaton Bandar Lampung sebanyak 147 jemaat.

2. Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari berbagai dokumentasi yang ada dan relevan dengan penelitian ini, oleh sebab itu data sekunder memiliki sifat data tidak langsung. Data sekunder dalam penelitian ini meliputi studi pustaka, data pengisian angket dari para responden dan data dokumentasi foto pengisian angket responden.

3.6 Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Sugiyono (2013:117), menjelaskan bahwa populasi merupakan objek atau subjek yang akan digunakan sebagai responden penelitian namun masih bersifat luas sehingga perlu adanya pengelompokan atau menentukan kriteria-kriteria tertentu untuk ditarik dalam sebuah sampel sehingga hasil yang diperoleh bisa diberikan kesimpulan. Berdasarkan hal tersebut maka populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jemaat yang aktif menjalani kebaktian di Gereja HKBP Kedaton Bandar Lampung sebanyak 147 jemaat.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila jumlah populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi(Sugiyono, 2013:127).

Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dalam Sugiyono, (2016: 85). Alasan menggunakan teknik purposive sampling ini karena sesuai untuk digunakan untuk penelitian ini untuk mengkurasi dan mendapatkan sampel yang tepat, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi menurut Sugiyono, (2016: 85)

Menurut Sugiyono, (2013:128) sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sampel yang baik pada umumnya memiliki beberapa karakteristik, karakteristik pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

- a. Sampel yang baik memungkinkan peneliti untuk mengambil keputusan yang berhubungan dengan besaran sampel untuk memperoleh jawaban yang dikehendaki
- b. Sampel yang baik mengidentifikasikan setiap probabilitas dari setiap unit analisis untuk menjadi sampel

- c. Sampel yang baik memungkinkan peneliti menghitung akurasi dan pengaruh dalam pemilihan sampel dari pada harus melakukan sensus
- d. Sampel yang baik memungkinkan peneliti menghitung derajat kepercayaan yang diterapkan dalam estimasi populasi yang disusun dari sampel statistika.

Untuk menghitung penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan, maka penelitian menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya harus *representative* agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan yang sederhana, (Sujarweni dan Endrayanto, 2012:202). Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n = Sampel

N = Populasi

Error = Prosentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diteliti

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{147}{1 + 147(0.1)^2} = 99.32 \text{ dibulatkan menjadi } 100 .$$

Hasil perhitungan di atas maka sampel penelitian ini untuk populasi 147 jemaat dan tingkat kepercayaan 90% adalah 100 jemaat. Sedangkan subjek yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Jemaat aktif melakukan kebaktian di Gereja HKBP Kedaton Bandar Lampung lebih dari 1 tahun
- b. Jemaat yang sudah aktif menggunakan media *online* khususnya Youtube untuk kegiatan kebaktian selama 6 bulan terakhir.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Ghozali (2016:55), menjelaskan bahwa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kuantitatif adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Teknik pengumpulan data ini dilakukan dengan cara menyebar pertanyaan yang sudah disiapkan oleh peneliti. Kemudian diberikan kepada responden untuk diisi sesuai dengan pengetahuan dan kemampuan responden. Teknik pengumpulan dengan kuesioner yang sudah tersusun nanti akan disebar kepada jemaat Gereja HKBP Kedaton Bandar Lampung, penyebaran kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan *Google Forms* tujuannya adalah untuk memudahkan proses pengumpulan data mengingat jemaat Gereja HKBP Kedaton Bandar Lampung tersebar di seluruh wilayah Kota Bandar Lampung. Artinya sebelum peneliti menyebarkan kuesioner kepada sampel maka peneliti akan menyusun instrumen penelitian kemudian mengupload instrumen ke *Google Forms* untuk disebar kepada seluruh sampel dan bisa langsung mengisi kuesioner yang peneliti bagikan

2. Studi pustaka

Studi pustaka merupakan pengumpulan data yang diperoleh dari berbagai sumber dokumentasi mulai dari buku, dokumen, jurnal ilmiah, peraturan perundang-undangan dan lain sebagainya. Pengumpulan data studi pustaka dipilih sebagai cara untuk mengumpulkan data karena studi pustaka merupakan bagian penting dalam penelitian ini. Dengan adanya studi pustaka maka akan memudahkan peneliti mendapatkan sebuah acuan serta mencerminkan kedalaman teori yang terlibat dalam penelitian ini. Selain itu dengan adanya studi pustaka hasil analisis data dalam penelitian ini menjadi lebih komprehensif.

3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas data ditentukan oleh proses pengukuran yang akurat, suatu pengukuran dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang

seharusnya diukur dengan kata lain instrument tersebut dapat mengukur *construct* sesuai dengan apa yang diharapkan oleh peneliti. Uji validitas instrument dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai *correlated item total correlation* pada setiap butir pertanyaan dengan nilai r tabel, jika nilai *correlated item total correlation* $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilainya positif maka butir pertanyaan pada setiap variabel penelitian dinyatakan valid, (Ghozali, 2016:43).

Kuesioner dalam penelitian ini akan dibagikan kepada 100 jemaat yang ada di Gereja HKBP Kedaton Bandar Lampung yang sudah ditunjuk sebagai sampel. Sebelum melakukan penyebaran kuesioner kepada responden maka terlebih dahulu peneliti akan melakukan uji coba instrumen kuesioner terlebih dahulu kepada 30% atau 30 jemaat yang ada di Gereja HKBP Tanjung Karang Bandar Lampung, pemilihan 30 responden yang merupakan jemaat yang ada di Gereja HKBP Tanjung Karang Bandar Lampung karena mereka dianggap memiliki karakteristik yang sama dengan jemaat yang ada di Gereja HKBP Kedaton Bandar Lampung kesamaan tersebut terletak pada sama-sama menggunakan media Youtube dalam melakukan kebaktian atau ibadah setiap hari minggu.

Adapun persamaan dari uji validitas menurut Arikunto (2006:21) dengan menggunakan koefisien korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum_{i=1}^n X_i Y_i - \sum_{i=1}^n X_i \cdot \sum_{i=1}^n Y_i}{\sqrt{[n \sum_{i=1}^n X_i^2 - (\sum_{i=1}^n X_i)^2][n \sum_{i=1}^n Y_i^2 - (\sum_{i=1}^n Y_i)^2]}}$$

Menurut Arikunto (2006:21) nilai r_{xy} adalah nilai koefisien korelasi dari setiap butir atau item soal sebelum dikoreksi. Kemudian dicari *corrected item-total correlation coefficient* dengan rumus, sebagai berikut:

$$r_{x(y-1)} = \frac{r_{xy} S_y - S_x}{\sqrt{S_y^2 + S_x^2 - 2r_{xy}(S_y)(S_x)}}$$

Keterangan:

- x_i = Nilai jawaban responden pada butir /item soal ke-i
 y_i = Nilai total responden ke-i
 r_{xy} = Nilai koefisien kolerasi pada butir/item soal ke-i sebelum dikolerasi
 S_y = Standar devisi total
 S_x = Standar devisi butir/item soal ke-i
 $R_{x(y-1)}$ = *Corrected item-total correlation coefficient*

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh alat ukur tersebut dapat dipercaya, kehandalan berkaitan dengan seberapa jauh suatu alat ukur konsisten apabila pengukuran dilakukan secara berulang dengan sampel yang berbeda-beda uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *cronbach alpha* (α). Suatu konstruk/variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai (α) > 0.60. Menurut Arikunto (2006:37), dalam memutuskan tingkat reliabilitas item jawaban responden digunakan metode satu kali tes dengan teknik *Alpha Cronbach*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_i^2} \right]$$

Keterangan:

- r_{11} = Koefesien reliabilitas tes
 k = Banyaknya item/butir soal
 1 = Bilangan konstan
 s_i^2 = *Variansatotal*
 $\sum s_i^2$ = Jumlah seluruh *varians* skor

3.9 Teknik Analisis Data

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan regresi linier sederhana. Menuurt Ghozali (2016:75), menjelaskan bahwa regresi

linier sederhana merupakan bagian dari sebuah analisis data yang sudah dikumpulkan untuk mendapatkan sebuah kesimpulan dan jawaban dari rumusan masalah. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *independent* atau bebas yaitu kebaktian melalui Youtube (X) terhadap variabel *dependent* yaitu sikap religius jemaat (Y). Berikut ini adalah persamaan dari regresi linier sederhana yang dikembangkan dari Ghazali (2016:71), berikut ini:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Sikap religius jemaat

X = Kebaktian melalui Youtube

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi.

3.10 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua uji antara lain:

1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) adalah untuk mengukur kemampuan variabel independen yang menjelaskan pengaruh terhadap variabel dependen, di mana untuk mempertimbangkan kenyataan bahwa besaran derajat kebebasan menurun sehubungan dengan bertambahnya variabel bebas atau variabel penjelasan di dalam regresi juga dihitung R^2 yang disesuaikan dengan (*adjusted R²*). Berdasarkan hal tersebut maka rumus *adjusted R²* sesuai yang dikembangkan oleh Gozhali (2016:124), sebagai berikut:

$$R^2 = 1 - 1(1 - R^2) \left[\frac{n - 1}{n - k} \right]$$

Dimana:

n : Jumlah observasi atau sampel data

k : Jumlah para meter atau koefisien yang diestimasi.

2. Uji t (Uji t-test)

Uji t-test digunakan untuk melihat seberapa besar variabel *independent* atau bebas yaitu fitur pelayanan kebaktian *online* mempengaruhi variabel *dependent* atau terikat yaitu kepuasan jemaat lansia. Untuk menguji hipotesis digunakan uji statistik t atau t test yang dikembangkan oleh Sugiyono (2013:81), rumus yang digunakan untuk statistik t atau t test adalah sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana:

t_{hitung} : Nilai t_{hitung}

r : Koefisien korelasi hasil r_{hitung}

n : Jumlah responden

Dengan ketentuan:

Kriteria:

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Atau:

Jika $p < 0.05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Jika $p > 0.05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

V. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah di uraian pada bab sebelumnya maka dapat diberikan kesimpulan bahwa:

1. Kebaktian melalui Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung berpengaruh positif dengan signifikan terhadap sikap religius jemaat pada masa pandemi Covid-19, hal itu dikarenakan nilai t_{hitung} sebesar 7.528 sedangkan t_{tabel} adalah 1.660, jadi $t_{hitung} 7.528 > t_{tabel} 1.660$ sedangkan nilai signifikansi sebesar 0.000 atau lebih kecil dari 0.05
2. Hasil nilai koefisien determinasi diperoleh nilai *R Square* sebesar 0.366 atau 36.6%. Jadi besarnya Pengaruh Isi Konten Kebaktian Melalui Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung Terhadap Sikap Religius Jemaat Pada Masa Pandemi Covid-19 sebesar 36.6% artinya ada faktor lain di luar variabel yang tidak diteliti yang mempengaruhi sikap religius jemaat pada masa pandemi Covid-19. Jika melihat rentang nilai tersebut maka hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kebaktian melalui Youtube HKBP Kedaton Bandar Lampung memiliki pengaruh moderat atau sedang terhadap sikap religius jemaat pada masa pandemi Covid-19.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. HKBP Kedaton Bandar Lampung harus semakin siap dalam menggunakan teknologi untuk melaksanakan ibadah dan kegiatan-kegiatan lainnya. Selain itu, para Majelis Gereja dan Majelis Agung juga mulai untuk melakukan kunjungan

atau mulai memperhatikan gereja-gereja yang di pelosok supaya tetap bisa melaksanakan ibadah secara *online* pada masa pandemi Covid-19 ini.

2. Untuk para pendeta-pendeta HKBP Kedaton Bandar Lampung juga mulai mengajak para jemaat untuk memulai kembali aktif dalam kegiatan gereja meskipun masih ada pandemi, karena menurut salah satu pendeta mengatakan bahwa semangat dari para jemaat mulai turun karena terlalu lama melakukan ibadah secara *online*. Gereja yang hidup merupakan gereja yang terus memperbaharui sesuai dengan perkembangan zaman dan tantangan zaman yang semakin kuat. Dalam era komunikasi digital yang berbasis internet ini, HKBP Kedaton Bandar Lampung harus mampu untuk menantang dirinya menjadi garam dan terang bagi lingkungan sekitarnya.
3. Bagi para peneliti yang tertarik untuk melakukan penelitian selanjutnya hendaknya juga bisa menambahkan mengenai komunikasi yang dikaitkan dengan lingkungan gereja, karena komunikasi sendiri merupakan hal yang sangat utama dalam berinteraksi sosial, karena memang masih sedikit jurnal komunikasi yang membahas mengenai lingkungan gereja.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ambar. 2017. *Teori Pertukaran Sosial – Asumsi – Konsep – Kritik*, pada <https://pakarkomunikasi.com/teori-pertukaran-sosial>, diakses pada 28 Juni 2022
- Bungin, Burhan. 2017. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan DiSurat Kabar ursor Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana
- Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Campbell, H. A., dan DeLashmutt, M. W. 2014. *Studying Technology and Ecclesiology in Online Multi-Site Worship*. *Journal of Contemporary Religion*, 29(2), 267–285
- Campbell, H. A. 2010. *When Religion Meets New Media*. In *When Religion Meets New Media*. <https://doi.org/10.4324/9780203695371>
- Cangara, Hafied. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Effendy, Uchjana, Onong. 2011. *Komunikasi dan Modernisasi*, Bandung: Alumni
- Efendi, Agus., Puwani Indri Astuti dan Nuryani Tri Rahayu. 2017. *Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial*, *Jurnal Penelitian Humaniora*, Vol. 18, No. 2
- Erickson, Milard J dan Nugroho, Pen. 2014. *Teologi Kristen*. Malang: Gandum Mas.
- Fenianti Banne Arruan. 2021. *Hospitalitas Ibadah Online Bagi Kaum Lansia di Masa Pandemi*, *Jurnal Teologi Sistematika dan Praktika*, 2(2), 362–387

- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Jalaluddin. 2018. *Psikologi Agama Memahami Perilaku Keagamaan dan Mengaplikasikan Prinsip-Prinsip Psikologi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Klapper, Joseph T. 2010. *The Effect of Mass Communication*, Glencoe, Illinois: Free Press.
- Kotler dan Keller. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Masyhuri. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Mulyana, Deddy. 2011. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Nainggolan, Alon Mandimpu., dan Purba, Asmat. 2021. *Ibadah Online Pada Masa Pandemi Covid-19 (Sebuah Tinjauan dari Perspektif Kristen)*, Jurnal Teologi Cultivation Vol. 5, No. 2, Desember 2021
- Nuriana, Dodi. 2019. *Generasi Baby Boomers (Lanjut Usia) Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0*, Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial 2, no. 1
- Panjaitan, Firman., and Lumingkewas, Marthin Steven. *Ibadah Jemaat Kristen Kontemporer Abad 21 Dan Tinjauan Kritis-Liturgis*, FIDEI: Jurnal Teologi Sistematis Dan Praktika 2, no. 1 (2019): 159–82
- Paterson, David. *Liturgika: Sebuah Teologi Penyembahan*. Malang: Gandum Mas, 2017.
- Pontoh, Zaenab dan Farid, M. 2015. *Hubungan Antara Religiusitas Dan Dukungan Sosial Dengan Kebahagiaan Pelaku Konversi Agama : Persona*, Jurnal Psikologi Indonesia 4, No. 01.
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Ronald, Sebatelli. 2020. *Social Theory Exchange: Major Contemporary Concepts*, pada <https://family.jrank.org/pages/1595/Social-Exchange-Theory-Major-Contemporary-Concepts.html>, diakses pada 28 Juni 2022
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Severin, Werner J dan Tankard, James W. 2011. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Prenada Media: Jakarta.
- Sendjaja, Djuarsa, Sasa. 2012. *Teori Komunikasi*, Jakarta: UT.
- Simorangkir, Sri Lina Betty Lamsihar. 2019. *Empati dan Religiositas Sebagai Prediktor Terhadap Pemaafan Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Teologi Salatiga: Kharismata*, Jurnal Teologi Pantekosta, Vol. 2, No. 1.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung: Alfabeta
- Surna dan Suseno. 2020. *Religious-social shaping of Technology Approach to Internet Use by an Urban Islamic Group in Indonesia*. Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication, 35(4), 69–82.
- Sudjana, Nana, dan Ibrahim. 2009. *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, Bandung: Sinar Baru.
- Suharyadi , Evi Maria, Adriyanto Juliastomo Gundo dan Irwan Sembiring. 2021. *Digitalisasi Gereja Kristen Jawa Salatiga Timur: Solusi Pelayanan Jemaat di Tengah Pandemi Covid-19*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan
- Sujarweni, V. W., & Endrayanto, P. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sumiran Winarto, Bartholomeus Diaz Nainggolan, Stimson Hutagalung dan Rolyana Ferinia. 2021. *Pelayanan Gereja Terhadap Kaum Lansia di Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Ibrani 10:25*. Jurnal Teologi Kristen Vol. 3 No.1
- Thiesen, Henry. 2018. *Teologi Sistematis*, Malang: Gandum Mas.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.
- Yahya, Martin. 2019. *Strategi Komunikasi Pelayanan Informasi Publik Sekretariat Jenderal Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia*, Perpustakaan UNIKOM