

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI DAN INOVASI SOSIAL PADA ORGANISASI KEAGAMAAN*ANALYSIS OF COMMUNICATION STRATEGIC AND SOCIAL INNOVATION IN CHURCH ORGANIZATION*

Oleh:

**Meitty Wongkar¹, David P. E Saerang², Joubert B. Maramis³,
Fredrik G. Worang⁴, Rudy S. Wenas⁵**^{1,2,3,4,5} Program Studi Doktor Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sam Ratulangi

E-mail:

¹mwongkar85@gmail.com, ²davidsaerang@unsrat.ac.id, ³joubertmaramis@unsrat.ac.id,
⁴frederikworang@unsrat.ac.id, ⁵rudywenas@unsrat.ac.id

Abstrak: Organisasi keagamaan memegang peranan penting dalam kehidupan sosial umat manusia. Organisasi keagamaan dicirikan sebagai sistem sosial yang beroperasi dalam lingkungan yang kompleks dan berubah. Tujuan penelitian ini yaitu mengkaji dan menganalisis Strategi Komunikasi dalam Inovasi Sosial pada Organisasi Keagamaan, metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif dengan sumber data yang diperoleh dari observasi dan hasil wawancara secara mendalam dengan berbagai narasumber. Wilayah Rohani Santu Lukas adalah merupakan salah satu organisasi keagamaan (Agama Katolik) dan merupakan salah satu Wilayah yang berada dibawah Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea dalam lingkup Keuskupan Manado dan berdomisili di Kelurahan Tingkulu Kecamatan Wanea Kota Manado. Aktivitas organisasi akan berjalan dengan baik ketika pendistribusian informasi berjalan dengan baik dan komunikasi merupakan suatu cara yang paling baik, tentunya dengan inovasi sosial yang berhubungan positif dengan kewirausahaan sosial ini akan lebih menunjang kelancaran aktivitas organisasi keagamaan. Dalam penerapannya Strategi Komunikasi yang dilakukan organisasi keagamaan sudah berjalan dengan semestinya, baik antara Paroki, Pengurus Wilayah Rohani dan Anggota Umat. Penerapan Inovasi Sosial juga sudah berjalan dengan baik dalam aktivitas di Wilayah Rohani Santu Lukas Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea.

Kata Kunci: Strategi komunikasi, inovasi sosial, organisasi keagamaan

Abstract: Religious organizations play an important role in the social life of mankind. Religious organizations are characterized as social systems operating in complex and changing environments. The purpose of this study is to examine and analyze Strategic Communication in Social Innovation in Religious Organizations, the research method used in this study is a qualitative method with data sources obtained from observations and in-depth interviews with various sources. The Spiritual Territory of Santu Luke is a religious organization (Catholic Religion) and is one of the areas under the Good Shepherd Jesus Parish of Wanea within the scope of the Diocese of Manado and is domiciled in the Tinkulu Village, Wanea District, Manado City. Organizational activities will run well when the distribution of information goes well and communication is the best way, of course, with social innovations that are positively related to social entrepreneurship, this will further support the smooth functioning of religious organizations. In its implementation, Strategic Communication carried out by religious organizations has been running properly, both between the Parish, Spiritual Area Management and members of the Ummah. The implementation of Social Innovation has also been going well in activities in the Spiritual Area of Saint Luke, The Good Shepherd Jesus Parish, Wanea.

Keyword: Strategic communication, social innovation, religious organizational.

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Organisasi keagamaan memegang peranan penting dalam kehidupan sosial umat manusia. Organisasi keagamaan dicirikan sebagai sistem sosial yang beroperasi dalam lingkungan yang kompleks dan berubah (Beckford, 1973) dalam Beate dkk (2020). Organisasi keagamaan seperti jemaah memiliki tujuan keagamaan misalnya untuk beribadah. Lebih jauh lagi, organisasi keagamaan melihat ke otoritas di luar diri mereka sendiri dan memiliki kontrol yang relatif kecil untuk menentukan tujuan mereka sendiri. Ada kemungkinan bahwa gereja-

gereja arus utama kehilangan keefektifannya sebagai agen sosial. Jumlah total anggota telah terus berkurang selama dekade terakhir, mengakibatkan lebih sedikit sumber daya yang tersedia untuk memperbaiki keadaan sosial Alex dkk (2019). Tapi sebaliknya ada juga organisasi keagamaan yang mengalami peningkatan anggota umat dalam mengikuti ibadah. Endacott, Hartwig, dan Yu dalam Garner (2017) menggunakan data survei untuk mengeksplorasi cara tim kepemimpinan gereja membuat keputusan. Artikel ini berwawasan luas dalam pendekatannya terhadap pemimpin gereja atau organisasi keagamaan sebagai sebuah tim daripada sebagai fenomena individu. Mereka menemukan bahwa tim yang menghabiskan lebih banyak waktu untuk membuat keputusan, yang mencari bimbingan ilahi serta umpan balik anggota, dan yang menggunakan pendekatan pengambilan keputusan yang sistematis cenderung membuat keputusan yang lebih baik. Sikap beragama merupakan kondisi yang ada dalam diri seseorang, yang mendorongnya untuk berperilaku sesuai dengan level kepatuhan terhadap agama, termasuk keputusan pengeluaran (Ashraf Ali, 2016) dalam Djamillah dkk (2020) Sebagai anggota dewan komite a organisasi keagamaan, mereka tentu memiliki relatif pandangan konservatif tentang ajaran agama. Karena faktor agama merupakan prasyarat yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari kegiatan pengurus organisasi keagamaan.

Komunikasi terbuka, sebagai instrumen pelibatan sumber daya manusia yang efektif dapat menjadi salah satu instrumen untuk meningkatkan peluang organisasi untuk mempertahankan daya saing Stacho dkk (2019) . Selain Komunikasi , inovasi sosial sangat penting dalam pendekatan untuk memberdayakan anggota gereja dalam kehadiran mereka . Kewirausahaan sosial semakin dihargai sebagai sarana yang efektif untuk mengatasi tantangan seperti perubahan iklim, digitalisasi operasi dan dampak sosialnya, perbudakan modern, atau pembangunan menuju ekonomi sirkular (Lumpkin et al. 2018; Rahdari et al. 2016; Saebi et al. al.2019) dalam Petra dkk (2021) .

Komunikasi dan inovasi sosial tentunya menjadi suatu strategi yang di manfaatkan dalam meningkatkan partisipasi kehadiran anggota dalam Wilayah Rohani Santu. Lukas Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea Keuskupan Manado. Fenomena yang ada sekarang ketika ibadah Rosario setiap bulan Mei dan bulan Oktober tahun berjalan kehadiran anggota umat sangat banyak dibandingkan dalam kehadiran anggota umat dalam ibadah sabda rutin setiap minggu .Dengan demografi kependudukan dimana kondisi pendidikan , ekonomi dan tempat tinggal yang berbeda misalnya tempat tinggal berjauhan antara anggota keluarga umat yang satu dengan yang lain, juga penggunaan pemanfaatan teknologi oleh anggota umat. Dengan berbagai keterbatasan yang ada pemanfaatn teknologi dan inovasi sosial mempunyai peranan penting dalam kehidupan beragama di Wilayah Rohani Santu Lukas Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea Keuskupan Manado.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengkaji dan menganalisis bagaimana penerapan *Communication Strategic* pada Wilayah Rohani Santu Lukas Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea Keuskupan Manado.
2. Untuk mengkaji dan menganalisis bagaimana penerapan *Social Innovation* pada Wilayah Rohani Santu Lukas Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea Keuskupan Manado.

TINJAUAN PUSTAKA

Organisasi Keagamaan

Organisasi berbasis agama mewakili lingkungan kerja yang pluralistik dan unik di mana agama dan orang-orang sekuler hidup berdampingan saat bekerja bersama. Organisasi keagamaan merupakan bagian utama dari ketiga sektor dan ekonomi sosial. Lembaga berbasis agama sosial memiliki beberapa fitur unik yang, dalam beberapa hal, membedakan mereka dari entitas lain, karena mereka dicirikan dan ditentukan tidak hanya oleh layanan yang mereka berikan, tetapi juga oleh: bagaimana mereka menyediakannya Mar dkk (2020) Organisasi keagamaan beragam dan khas sekaligus berbagi karakteristik dengan jenis organisasi lainnya James (2015)

Organisasi keagamaan adalah organisasi yang bermula dari pengalaman keagamaan yang di alami oleh pendiri organisasi itu dan para pengikutnya. Dari pengalaman demikian lahir suatu bentuk perkumpulan keagamaan yang kemudian menjadi organisasi keagamaan yang sangat terlembaga (Weber (1996) dalam Febryanto (2020) .

Strategi Komunikasi

Hallahan dkk. (2007) mendefinisikan komunikasi strategis sebagai "penggunaan tujuan komunikasi oleh

organisasi untuk memenuhi misinya" .Hasil dari European Communication Monitor, sebuah survei yang menargetkan profesional komunikasi, menggambarkan bahwa: tantangan untuk pendudukan di tahun-tahun mendatang adalah menghubungkan nilai komunikasi dengan hasil bisnis dan organisasi (Zerfass, Tench, Verči, Verhoeven, & Moreno, 2014) dalam Catrin dan Kristina (2019)

Komunikasi Organisasi

Menurut Wiryanto (2004) , komunikasi organisasi merupakan sebuah proses penyampaian dan penerimaan pesan dalam sebuah organisasi tertentu. Katz dan Kahn mendefinisikan komunikasi organisasi adalah sebuah pengiriman arti dan pertukaran informasi di dalam sebuah organisasi yang membentuk suatu arus informasi. Dengan demikian, adanya komunikasi organisasi akan memunculkan jaringan atau network informasi di dalam suatu organisasi. Terlepas dari komitmen para ahli untuk meningkatkan komunikasi internal dan eksternal melalui teknologi, ini adalah jelas bahwa pengetahuan dan keterampilan mereka dalam teknologi komunikasi dan manajemen sumber daya manusia adalah terbatas: para ahli tidak menyebutkan peran Media Sosial sama sekali, sedangkan teknik modern yang disebutkan jauh jauh dari inovasi teknologi Mindaugas dan Aiste (2020)

Inovasi Sosial

Inovasi sosial digunakan untuk menggambarkan sesuatu yang sangat luas jangkauan aktivitas. Ini termasuk: pengembangan produk, layanan, dan program baru; kewirausahaan sosial dan aktivitas sosial perusahaan; rekonfigurasi hubungan sosial dan struktur kekuasaan; inovasi tempat kerja; baru model pengembangan ekonomi lokal; masyarakat transformasi dan perubahan sistem manajemen nirlaba; dan berkelanjutan yang dipimpin oleh perusahaan pengembangan. Inovasi sosial sebagai pendekatan baru untuk mengatasi kebutuhan sosial, Sosial dalam sarana dan tujuan mereka. Mereka terlibat dan memobilisasi penerima manfaat dan membantu untuk mengubah hubungan sosial dengan meningkatkan penerima manfaat akses ke kekuasaan dan sumber daya. (Tepsi 2015). Flor dan Julia (2019) Inovasi sosial adalah setiap produk inisiatif, proses, program, proyek, atau platform yang menantang dan dari waktu ke waktu berkontribusi untuk mengubah rutinitas, sumber daya, dan arus otoritas keyakinan dari sistem sosial yang lebih luas di mana ia diperkenalkan; inovasi sosial yang sukses memiliki daya tahan, skala, dan dampak transformatif. Inovasi sosial melibatkan pemecahan masalah sosial secara kolektif (Pol dan Ville, 2009; Young, 2006) dalam Abel dan Maria (2021) menciptakan praktik sosial yang mengarah pada perubahan sosial.

Kewirausahaan Sosial

Santosa, (2007) menyatakan bahwa *social entrepreneur* adalah agen perubahan (change agent) yang mampu untuk melaksanakan cita-cita mengubah dan memperbaiki nilai-nilai sosial dan menjadi penemu berbagai peluang untuk melakukan perbaikan. Profil wirausahawan sosial secara tradisional ditetapkan sebagai individu peduli dengan pemenuhan kebutuhan masyarakat rentan; mereka biasanya direpresentasikan sebagai proaktif, ulet, dan mempertahankan perspektif jarak dari kekuasaan Tara dan Andre (2017). Irma (2021) Mengatakan bahwa Seorang social entrepreneur selalu melibatkan diri dalam proses inovasi, adaptasi, pembelajaran yang terus menerus bertindak tanpa menghiraukan berbagai hambatan atau keterbatasan yang dihadapinya dan memiliki akuntabilitas dalam mempertanggungjawabkan hasil yang dicapainya, kepada masyarakat

Kapasitas Inovasi Sosial

Forsman (2011) dalam Alex dkk (2019), menyatakan bahwa kapasitas inovasi dapat diukur menggunakan tujuh elemen. Tujuh elemen berikut ini erat kaitannya dengan penelitian dalam mengkaji inovasi sosial di Wilayah Rohani Santu Lukas Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea Keuskupan Manado:

- kemampuan untuk eksploitasi pengetahuan
- kemampuan kewirausahaan (pengakuan peluang)
- kemampuan manajemen risiko
- kemampuan jaringan
- kemampuan pengembangan (gunakan ide yang dihasilkan secara internal)
- mengubah kemampuan manajemen
- pengetahuan pasar dan pelanggan (industri nirlaba pengetahuan dan R&D)

Penelitian Terdahulu

Christian dan Riris (2022) dalam penelitiannya berjudul Komunikasi Organisasi Keagamaan dalam Melakukan Pendekatan Secara Daring untuk Mengupayakan Keaktifan Anggota Selama Masa Pandemi, Hasil

penelitian menunjukkan bahwa gereja melakukan komunikasi terhadap anggotanya melalui komunitas, komunikasi termediasi computer yang mempermudah ibadah, dan pendalaman agama melalui diskusi setelah ibadah oleh anggota komunitas. Media sosial juga berperan besar dalam memberi informasi mengenai akses ibadah melalui online di saat pandemi

Markus Wiesenberg (2020) dalam penelitiannya berjudul *Authentic church membership communication in times of religious transformation and*, hasil penelitian menunjukkan pergeseran yang jelas dari komunikasi tatap muka ke komunikasi termediasi di tingkat gereja atas. Menariknya, hanya sebagian kecil profesional hubungan masyarakat yang disurvei mengacu pada pentingnya komunikasi tatap muka dan keasliannya. Berbeda sekali dengan komunikasi tingkat profesional, jemaat masih berkonsentrasi pada mediasi tatap muka dan tradisional.

Beate, Omas , Anja, Avard (2020) . Dalam penelitiannya yang berjudul *Does Managers,s motivation matter? Exploring the associations between motivation, transformational leadership, and innovation religious organization* , hasil penelitian menunjukan bahwa hubungan positif antara motivasi intrinsik dan transformasional kepemimpinan, sedangkan hubungan antara motivasi prososial dan kepemimpinan transformasional tidak signifikan. Kepemimpinan transformasional dikaitkan secara positif dengan inovasi. Adanya Hubungan positif antara motivasi intrinsik, kepemimpinan transformasional, dan inovasi dalam organisasi keagamaan.

Alex, Wentzel, Willem (2019) , dalam penelitiannya yang berjudul *A critical analysis of social innovation: A qualitative exploration of a religious organisation*, hasil penelitian menunjukkan Gereja DR menampilkan kapabilitas inovasi yang kuat dalam tiga dimensi, yaitu: kapabilitas mengenai eksploitasi pengetahuan, jaringan dan pengetahuan pasar dan anggota (pelanggan). Gereja DR menampilkan kemampuan inovasi rata-rata dalam empat dimensi (yang dapat ditingkatkan organisasi di masa depan), yaitu: kemampuan kewirausahaan, manajemen risiko, pengembangan, dan manajemen perubahan. Organisasi menampilkan kemampuan yang kuat untuk mengalami pengaruh positif pada inovasi oleh jaringan.

Preposisi Model Penelitian

Strategi komunikasi dan inovasi sosial sangat diperlukan di masa sekarang ini, ditengah berbagai kesibukan setiap orang di era modern seperti saat ini tentunya memudahkan untuk penyampaian informasi dari pimpinan organisasi kepada para anggotanya sehingga tingkat partisipasi dalam beribadah tetap baik dan presentasi kehadiran anggota umat tetap tinggi. Inovasi Sosial sangat diperlukan dalam masa pemberdayaan anggota umat agar mempunyai keahlian untuk tetap bersaing dan bertahan didalam kompetisi perekonomian saat ini sebagai bagian dari tercapainya salah satu tujuan organisasi keagamaan untuk memberdayakan potensi ekonomi umat dengan menagkap peluang dan mengembangkannya. Dengan adanya penerapan *Communication Strategic* dan diikuti dengan *Social Innovation* yang efektif dan baik diharapkan Organisasi Keagamaan akan tetap berjalan dan tingkat partisipasi anggota umat dalam setiap program akan tetap tinggi.



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: *Kajian Teoritis dan Kajian Empiris (2022)*

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian kualitatif fokus pada multimetode, melibatkan interpretasi, naturalistik pendekatan materi pelajarannya. Ini berarti bahwa peneliti kualitatif mempelajari hal-hal dalam pengaturan alam, mencoba untuk

memahami, atau menafsirkan, fenomena dalam hal makna yang dibawa orang kepada mereka. Penelitian kualitatif melibatkan penggunaan dan pengumpulan yang dipelajari dari berbagai bahan empiris—studi kasus, pengalaman pribadi, introspeksi, kisah hidup, wawancara, observasional, sejarah, interaksional, dan teks visual yang menggambarkan rutinitas dan momen dan makna bermasalah dalam kehidupan individu. (Denzin dan Lincoln 2005:2) dalam Patrik (2019)

Tujuan pemilihan desain penelitian kualitatif generik adalah untuk menggali berbagai pendapat Dewan Pastoral Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea , Pengurus dan Anggota Umat Wilayah Rohani Santu Lukas terkait dengan topik Komunikasi dan Inovasi Sosial. Hasil penelitian ditafsirkan bersama dengan literatur penelitian lain untuk menentukan apakah fenomena serupa dari komunikasi dan inovasi sosial terbatas hadir di Wilayah Rohani Santu Lukas Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea Creswell & Poth (2017) dalam Alex (2019) . Penelitian ini didukung dengan terlebih dahulu mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya tentang Wilayah Rohani Santu Lukas sebagai sebuah bagian dari organisasi keagamaan , diteliti secara rinci dalam tinjauan literatur. Data juga ditriangulasi dengan cara pengambilan sampel dari umat Wilayah Rohani Santu Lukas di Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea. Orang yang diwawancarai diberi jaminan bahwa mereka akan tetap anonim. Pengecekan anggota Umat dilaksanakan sebagai strategi terakhir untuk memastikan bahwa apa yang dikatakan orang yang diwawancarai dan apa yang dipahami oleh pewawancara adalah sesuai. Menurut Lietz dan Zayas (2010) dalam Alex dkk (2019) sebuah penelitian harus membuktikan bahwa data dan temuan terkait secara jelas untuk mencapai konfirmasiabilitas. Teknik pertama yang diterapkan untuk menunjukkan konfirmasiabilitas adalah penggunaan pertanyaan terbuka. Pertanyaan wawancara semi-terstruktur dirumuskan dengan cara yang tidak akan mengarahkan orang yang diwawancarai ke jawaban yang spesifik. Transkripsi dan rekaman secara bersamaan dibaca dan didengarkan, masing-masing, untuk memahami dan menafsirkan dengan benar konteks di mana sebuah pertanyaan diajukan dan dijawab.

Informan Penelitian

Penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi, tetapi di transfer ke tempat lain pada situasi sosial yang memiliki kesamaan dengan situasi sosial pada kasus yang dipelajari. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai narasumber, atau partisipan, informan, teman, dan guru dalam penelitian (Sugiyono, 2010). Informan atau narasumber dalam penelitian ini adalah Ketua Dewan Pastoral Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea , Pengurus Wilayah Rohani dan Umat Wilayah Rohani Santu Lukas Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea .

Jenis Dan Sumber Data

Jenis data dalam Penelitian ini adalah Data Primer yang dilakukan dalam metode Wawancara (*In Depth Interview*) dan Observasi, dan juga data yang didapatkan secara resmi dari Wilayah Rohani Santu Lukas Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea. Data Primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari pengurus Wilayah Rohani Santu Lukas Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea dan Pihak Terkait.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti melakukan 15 wawancara semi-terstruktur tatap muka dan menggunakan rekaman audio. Untuk rekaman audio ditranskripsikan setelah wawancara oleh para peneliti. Transkrip kemudian dianalisis menggunakan metode analisis kualitatif. Elliott (2005) dalam Alex dkk (2019) menyatakan bahwa wawancara (termasuk wawancara semi-terstruktur) adalah pusat ilmu-ilmu sosial dan metode pengumpulan datanya. Tujuan percakapan ini adalah untuk mengumpulkan pendapat ahli berupa data tekstual (transkripsi percakapan) yang dianalisis. Pertanyaan terbuka digunakan untuk memberikan orang yang diwawancarai kesempatan untuk mengungkapkan pendapatnya mengenai situasi tertentu.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis kualitatif. Qomariyatus (2020) penelitian kualitatif merupakan proses observasi atau pengamatan obyek secara mendalam dengan menggunakan pengalaman sebagai dasar analisisnya. Pendekatan analisis tematik digunakan untuk menentukan pola yang terbentuk dalam data. Transkrip diberi kode dan dianalisis dengan menggunakan program analisis penelitian kualitatif. Kode dikaitkan dengan pertanyaan penelitian dan tema dan subtema diidentifikasi Alex dkk (2019)

Deskripsi Objek Penelitian

Wilayah Rohani Santu Lukas merupakan salah satu Wilayah Rohani yang ada di Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea dalam area Keuskupan Manado dan berada di Kelurahan Tingkulu Kecamatan Wanea Kota Manado. Wilayah Rohani ini berdiri pada Tahun 1989 dengan data keanggotaan sekarang berjumlah 38 (Tiga Puluh Delapan) Keluarga yang menjadi anggota dalam Wilayah Rohani Santu Lukas dengan 111 (Seratus Sebelas) Jiwa.

Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Visi Wilayah Rohani Santu Lukas Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea adalah untuk “Menjadi Wilayah Rohani yang tetap ada dengan kemandirian, bermoral, berakhlak dan berani berkembang”.

b. Misi

1. Pemberdayaan spritual Umat
2. Meningkatkan kualitas beribadah
3. Pemberdayaan ekonomi umat

Rangkuman Hasil Wawancara Bersama Informan (*Dewan Pastoral Paroki*)

1. Temuan Terkait Pertanyaan I :

Bagaimana penerapan *Communication Strategic* pada Wilayah Rohani Santu Lukas Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea Keuskupan Manado?

Dari hasil wawancara dengan Dewan Pastoral Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea, Strategi Komunikasi yang diterapkan oleh Wilayah Rohani Santu Lukas selain dengan komunikasi 2 arah atau secara langsung juga melalui pemanfaatan Gadget/ handphone dan melalui aplikasi whatsapp. Semua pendistribusian informasi dari tingkat paroki langsung di sampaikan ke Wilayah Rohani Santu Lukas. Dalam perjalanan Wilayah Rohani Santu Lukas juga pernah mengalami *miss communication* dengan dengan pengurus paroki dan Dewan Pastoral Paroki. Tetapi bisa diatasi ketika ada pertemuan secara langsung melalui rapat rapat di Paroki.

2. Temuan Terkait Pertanyaan ke 2 :

Bagaimana penerapan *Social Innovation* pada Wilayah Rohani Santu Lukas Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea Keuskupan Manado?

Dengan menggunakan kapasitas inovasi melalui Tujuh Tema di Wilayah Rohani Santu Lukas Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea Keuskupan Manado

1). Kemampuan untuk eksploitasi pengetahuan

Kemampuan untuk mengeksploitasi pengetahuan dari Wilayah Rohani dapat dilihat dalam setiap kegiatan monitoring dan evaluasi, dimana para pengurus bisa dan mampu mengeksploitasi pengetahuan mereka

2). Kemampuan kewirausahaan (pengakuan peluang)

Kemampuan Wilayah Rohani Santu Lukas dalam mengambil peluang cukup baik dengan mengambil peluang usaha dengan kemampuan mereka melakukan penggalangan dana melalui penjualan makanan sesudah misa

3). Kemampuan manajemen risiko. Kemampuan manajemen risiko masih terbatas, karena semua penyelesaian masalah ketika tidak dapat dipecahkan di tingkat wilayah rohani maka di serahkan di tingkat paroki

4). Kemampuan jaringan. Kemampuan jaringan sudah kuat ini di buktikan dengan kemampuan Wilayah Rohani Santu Lukas membangun jaringan dengan umat wilayah rohani lainnya

5). Kemampuan pengembangan (gunakan ide yang dihasilkan secara internal). Kemampuan pengembangan sudah baik dengan menggunakan ide ide yang dapat dilihat melalui program kerja yang dibuat oleh Wilayah Rohani Santu Lukas

6). Mengubah kemampuan manajemen. Mengubah kemampuan manajemen sudah baik ini bisa dilihat dari kemajuan manajemen sumber daya dimana peningkatan keaktifan beribadah

7). Pengetahuan pasar dan pelanggan (industri nirlaba pengetahuan dan R&D). Pengetahuan pasar dan pelanggan sudah baik bisa dilihat dari kemampuan umat yang ada di Wilayah Rohani Santu Lukas dan menjual dan membeli barang, dimana sebagian besar umat terlibat dalam UMKM.

Rangkuman Hasil Wawancara Bersama Informan (Pengurus dan Umat Wilayah Rohani)

Hasil wawancara dengan 13 orang yang terdiri dari dimana 3 pengurus wilayah Rohani dan 10 umat aktif yang ada di wilayah Rohani Santu Lukas.

Temuan Terkait Pertanyaan 1:

Bagaimana penerapan *Communication Strategic* pada Wilayah Rohani Santu Lukas Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea Keuskupan Manado?

Dari hasil wawancara dengan Pengurus dan Umat wilayah Rohani Santu Lukas. Strategi Komunikasi yang diterapkan oleh Wilayah Rohani Santu Lukas yaitu dengan menggunakan komunikasi langsung melalui penyampaian informasi melalui warta wilayah pada setiap selesai ibadah baik ibadah sabda maupun ibadah rosario. Komunikasi berjalan dengan baik dimana para pengurus wilayah rohani memberikan kesempatan untuk umat wilayah untuk menyampaikan masalah atau saran yang mereka inginkan. Pemanfaatan telepon dan juga aplikasi whatsapp juga di pakai untuk memberikan informasi terkait informasi dari Paroki maupun informasi informasi dari wilayah.

Temuan Terkait Pertanyaan ke 2:

Bagaimana penerapan *Social Innovation* pada Wilayah Rohani Santu Lukas Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea Keuskupan Manado?

Dengan menggunakan kapasitas inovasi melalui Tujuh Tema di Wilayah Rohani Santu Lukas Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea Keuskupan Manado

- 1). Kemampuan untuk eksploitasi pengetahuan
Kemampuan para anggota umat Wilayah Rohani Santu Lukas sebagian besar sudah bisa mengeksploitasi pengetahuan karena dalam setiap ibadah dalam perenungan anggota umat bisa mengaitkan pengetahuan dengan tema yang dibawakan.
- 2). Kemampuan kewirausahaan (pengakuan peluang)
Kemampuan anggota umat dalam mengambil peluang sudah baik dengan memberikan ide untuk berwira usaha dan mempraktekannya
- 3). Kemampuan manajemen risiko
Kemampuan manajemen risiko masih terbatas, karena setiap ada masalah sebagian besar anggota umat belum bisa mengatasinya sehingga semua di berikan ke pengurus wilayah
- 4). Kemampuan jaringan
Kemampuan jaringan para anggota umat di Wilayah Rohani Santu Lukas cukup tinggi ini dengan adanya hubungan yang baik dengan pihak pihak luar, ini dibuktikan dengan adanya penjualan *door to door* banyak relasi yang direkomendasikan oleh anggota umat.
- 5). Kemampuan pengembangan (gunakan ide yang dihasilkan secara internal)
Kemampuan pengembangan anggota umat sudah baik dengan memberikan ide dan masukan yang jelas dan inovasi pada saat selesai ibadah
- 6). Mengubah kemampuan manajemen
Mengubah kemampuan manajemen sudah baik ini bisa dilihat dari kemajuan manajemen sumber daya dimana peningkatan keaktifan beribadah dengan saling mengingatkan dan mengajak bahkan dalam manajemen keuangan
- 7). Pengetahuan pasar dan pelanggan (industri nirlaba pengetahuan dan R&D)
Pengetahuan pasar dan pelanggan sudah baik bisa dilihat dari kemampuan umat yang ada di Wilayah Rohani Santu Lukas dan menjual dan membeli barang, dimana sebagian besar umat terlibat dalam UMKM.

Analisis *Strategic Communication* dalam hasil wawancara

Strategi Komunikasi adalah intensitas dan kapasitas perusahaan dalam interaksinya untuk saling berbagi informasi kepada partner berkaitan dengan strategi-strategi bisnis bersama. Dalam penerapan Strategi komunikasi baik antara pihak Paroki maupun pengurus wilayah dengan anggota umat menggunakan beberapa media. Diantaranya adalah ; media telepon, media sosial, dan berhubungan secara langsung. Pendistribusian informasi baik yang bersifat urgen maupun tidak dengan pemanfaatan sosial media bisa langsung ke anggota umat .Ini dibuktikan dengan hasil wawancara baik pada Dewan Pastoral Paroki sebagai level paling atas dalam struktur organisasi keagamaan yang ada di Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea maupun dari tingkat pengurus wilayah rohani ke anggota umat

Analisis Social Innovation dalam hasil wawancara

Inovasi Sosial dimana tingkat kemampuan inovasi diukur menurut sistem pengukuran tujuh poin yang dibuat dan diuji oleh Forsman (2011) dalam Alex 2019. Kemampuan untuk eksploitasi pengetahuan sangat diperlukan dalam sebuah organisasi, dalam temuan di Wilayah Rohani Santu Lukas kemampuan anggota umat sudah baik dengan mempraktekkannya dalam setiap perenungan di ibadah. Dalam kewirausahaan untuk menangkap peluang bisnis kemampuan anggota umat sudah baik karena adanya kemampuan untuk melakukan penjualan dalam rangka pencarian dana. Setiap organisasi mempunyai risiko untuk setiap keputusan yang diambil, dalam wilayah rohani kemampuan manajemen risiko masih kurang karena setiap masalah yang terjadi solusi yang diambil diserahkan ke pengurus wilayah dan paroki. Membangun hubungan dengan pihak luar sangat dibutuhkan dalam suatu organisasi, kemampuan membangun jaringan anggota umat wilayah rohani sudah bagus dengan terjalinnya dengan pihak atau jemaat lain

Kemampuan pengembangan lewat ide yang di berikan kepada organisasi sangat membantu organisasi dalam mencapai tujuannya. Kemampuan ini sudah dimiliki oleh anggota umat wilayah rohani. Mengubah kemampuan manajemen juga sangat penting untuk kinerja organisasi dalam wilayah rohani anggota umat sudah mempunyai untuk kemampuan itu, sedangkan pengetahuan pasar dan pelanggan juga sudah dimiliki oleh umat wilayah karena kemampuan dalam jual beli barang yang sebagaimana anggota umat merupakan anggota UMKM.

Pembahasan

Wilayah Rohani Santu Lukas adalah merupakan salah satu organisasi keagamaan (Agama Katolik) dan merupakan salah satu Wilayah yang berada dibawah Paroki Yesus Gembala Yang Baik Wanea dalam lingkup Keuskupan Manado. Wilayah ini berdomisili di Kelurahan Tingkulu Kecamatan Wanea Kota Manado. Keanggotaan ada sekitar 38 Keluarga dengan 111 jiwa.

Saat ini strategi komunikasi sangat penting dalam membangun hubungan dengan pelanggan ataupun dengan pihak lain diluar bisnis. Komunikasi yang terjalin baik akan berdampak kelangsungan organisasi yang baik, dengan strategi komunikasi dapat mempermudah proses operasional dalam organisasi, begitu juga untuk sosial inovasi yang sangat diperlukan dalam memenuhi kebutuhan sosial, dan untuk organisasi keagamaan inovasi sosial harus di implimentasikan.

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis *Strategic Communication* pentingnya komunikasi sebagai elemen penting dalam proses operasional untuk setiap kegiatan di wilayah rohani dan paroki. Didalam hal penggunaan informasi mencakup seluruh anggota Wilayah Rohani Santu Lukas mulai dari baik pengurus wilayah maupun anggota umat bahkan dewan pastoral paroki melakukan komunikasi melalui berbagai media diantaranya: media telepon, media sosial dan aplikasi untuk menjangkau dan menyebarkan informasi. Analisis inovasi sosial, mengungkapkan pentingnya penerapan 7 elemen dalam kapasitas inovasi ini karena kemampuan kewirausahaan sosial sangat berpengaruh juga dalam organisasi keagamaan. Sejalan dengan dengan penelitian oleh Alex (2019) dimana Kemampuan untuk eksploitasi pengetahuan: Organisasi percaya bahwa pengetahuan penting dan menunjukkan kecenderungan yang kuat untuk mengenali, menginternalisasi, dan memanfaatkannya dalam inovasi baru seperti dalam mempraktekkannya dalam perenungan di ibadah sabda. Organisasi memberi kesan bahwa asal mula sebagian besar inovasi dihasilkan dari luar Kemampuan kewirausahaan: Organisasi menunjukkan kemampuan kewirausahaan rata-rata karena mengenali peluang baru dan menangkap beberapa di antaranya, tetapi Pengetahuan pasar dan anggota (pelanggan) (pengetahuan mengenai siklus hidup organisasi): Organisasi menunjukkan kecenderungan untuk berada dalam fase kedewasaan atau fase pertumbuhan setelah kedewasaan memanfaatkan peluang baru adalah proses yang bagus dalam membangun jiwa wira usaha dengan melakukan penjualan dalam pencarian dana di Wilayah Rohani Satu Lukas • Kemampuan manajemen risiko: Organisasi tidak mau menerima risiko baru, sementara itu ragu-ragu untuk mengambil risiko baru dengan memberikan kepada pengurus wilayah untuk mencari solusi. Organisasi menampilkan kemampuan yang kuat untuk mengalami pengaruh positif pada inovasi oleh jaringan. Direkomendasikan agar organisasi terus menikmati efek positif melalui jaringan tetapi juga memanfaatkan jaringan untuk mendapatkan pengaruh yang lebih positif. Jaringan, sekali lagi, adalah pendekatan kewirausahaan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan peluang inovatif dengan dampak sosial tingkat tinggi. Kemampuan berjejaring: Organisasi menunjukkan kemampuan yang kuat untuk berjejaring dan berkolaborasi dengan denominasi lain dengan membangun hubungan yang baik. Organisasi memandang jaringan sebagai bagian penting dan wajib dari pekerjaannya. Kemampuan pengembangan: Organisasi menunjukkan kemampuan rata-rata untuk berkembang karena cara-cara baru terkadang diterapkan untuk tumbuh dalam skala kecil. Kemampuan manajemen perubahan. Pengetahuan pasar dan anggota (pelanggan) (pengetahuan mengenai siklus hidup organisasi): Organisasi menunjukkan kemampuan itu karena sebagaimana besar anggota umat wilayah rohani merupakan anggota UMKM.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dengan judul *Analisa Strategic Communication dan Social Innovation* pada Organisasi Keagamaan didapati kesimpulan seperti berikut:

1. Penerapan *Strategic Communication* dalam pelaksanaan aktivitas di Wilayah Rohani Satu Lukas telah berjalan dengan baik. Hal ini dikarenakan strategi komunikasi baik secara langsung dengan pemanfaatan teknologi baik telepon maupun aplikasi sangat membantu dalam pendistribusian informasi baik dari tingkat paroki, pengurus wilayah ke anggota umat wilayah rohani walaupun terkadang terhambat karena masalah *miss communication*, walaupun bisa diatasi dengan adanya rapat rapat atau pertemuan ibadah .
2. Penerapan *Social Innovation* pada 7 elemen dalam kapasitas inovasi sudah berjalan dengan baik karena kemampuan kewirausahaan sosial sangat berpengaruh juga dalam organisasi keagamaan. Kemampuan untuk eksploitasi pengetahuan, kemampuan kewirausahaan (pengakuan peluang) kemampuan manajemen risiko, kemampuan jaringan, kemampuan pengembangan (gunakan ide yang dihasilkan secara internal) mengubah kemampuan manajemen dan pengetahuan pasar dan pelanggan (industri nirlaba pengetahuan dan R&D). Semua elemen tersebut berhubungan positif dalam proses aktivitas di Wilayah Rohani Satu Lukas.

Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan dari judul *Analisa Strategic Communication dan Social Innovation* pada Organisasi Keagamaan saran yang dapat diberikan penulis yaitu sebagai berikut:

1. Anggota umat Wilayah Rohani Satu Lukas untuk tetap memanfaatkan telepon maupun aplikasi untuk menghindari *miss communication* .
2. Penerapan sosial kewirausahaan hendaknya diperbanyak dengan program untuk memberdayakan jiwa wirausaha anggota umat Wilayah Rohani baik dilakukan di tingkat wilayah maupun di tingkat paroki

DAFTAR PUSTAKA

- Abel Gonsales, Maria ramires (2021). Social entrepreneurship education: changemaker training at the university, *Journal Emerald*. <https://www.emerald.com/insight/2042-3896.htm>.
- Alex Antonites¹ Wentzel J. Schoeman¹ Willem F.J. van Deventer (2019) . A critical analysis of social innovation: A qualitative exploration of a religious organisation. *HTS Teologiese Studies/Theological Studies*. <http://dx.doi.org/10.4102/hts.v75i4.5282>
- Beate J. Lovaas, Omas Jungert, Anja Van den broeck Avard Haug (2020) . Does Managers,s motivation matter? Exploring the associations between motivation, transformational leadership, and innovation religious organization . *Journal Nonprofit Management and Leadership*. <https://dx.doi.org/10.1002/nml.21405>
- Catrin Johansson, Christina Grandien, Kicki Stradh. (2019) Roadmap for a communication maturity index for organizations—Theorizing, analyzing and developing communication value. *Public Relations Review*. <https://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.05.012>
- Djamilah Abbas, Muhamad Ali, Muhamad Soarsyah Predicting the Financial Behavior of the Religious Organization Board in Indonesia *Journal of Asian Finance , Economic, Business*. <https://dx.doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO12.1159>
- Christian Calvin , Riris Louisa (2022) . Komunikasi Organisasi Keagamaan dalam Melakukan Pendekatan Secara Daring untuk Mengupayakan Keaktifan Anggota Selama Masa Pandemi. *E- Journal Untar*. <http://dx.doi.org/10.24912/kn.v6i1.15476>
- Febryanto (2020) Organisasi Keagamaan. Kompas.com
- Flor Avelino, Julia Wittmayer. (2019).Transformative social innovation and (dis)empowerment. *technological Forecasting and Social Change*. <https://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2017.05.002>

Hallahan, K., D. Holtzhausen, B. van Ruler, D. Vercic, and K. Sriramesh. 2007. Defining strategic communication. *International Journal of Strategic Communication* <https://doi.org/10.1080/15531180701285244>

Irma Sofia (2017) Kontruksi Model Kewirausahaan Sosial (Social Entrepreneurship) Sebagai Gagasan Inovasi Sosial Bagi Pembangunan Perekonomian. *Journal of Pembangunan Jaya of University*. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v2i1.7>

James Backford (2015). Religious Organization. *Journal Elsevier*. <https://www.researchgate.net/scientific-contributions/James-A-Beckford-2020260316>

Johny Garner (2019) . A Communication in Religious Organizations. *Southern Communication Journal* . <https://doi.org/10.1080/1041794X.2017.1317192>

Djamilah Abbas, Muhamad Ali, Muhamad Soarsyah .(2020) Predicting the Financial Behavior of the Religious Organization Board in Indonesia *Journal of Asian Finance , Economic, Business* . <https://dx.doi.org/10.13106/JAFEB.2020.VOL7.NO12.1159>

Mar Gomez, Antonio Montes, Horacio Sanches (2020) . Human Values and Work Engagement: The Mediating Role of Authenticity Among Workers in a Spanish Religious Organization. *Journal Frontier of Psychology*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00076>

Markus Wisenberg (2020) . Authentic church membership communication in times of religious transformation and mediatisation. *Journal Elsevier* . <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.101817>

Mindaugas Lauzikas, Aiste Milite. (2020) Impacts of modern technologies on sustainable communication of civil service organizations. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*. [https://dx.doi.org/10.9770/jesi.2020.7.3\(69\)](https://dx.doi.org/10.9770/jesi.2020.7.3(69))

Patrik Aspers¹, Ugo Corte. (2019). What is Qualitative in Qualitative Research. *Qualitative Sociology*. <https://dx.doi.org/10.1007/s11133-019-9413-7>

Petra Diekel, Monika Sienknect, Jacob Horisch..(2021) The early bird catches the worm: an empirical analysis of imprinting in social entrepreneurship. *Journal of Business Economics* (2021) <https://dx.doi.org/10.1007/s11573-020-00969-z>

Santosa, Setyanto P. 2007. *Peran Social Entrepreneurship Dalam Pembangunan. Di dalam acara dialog "Membangun Sinergisitas Bangsa Menuju Indonesia Yang Inovatif, Inventif dan Kompetitif"* Malang: Himpunan IESP FE-Universitas Brawijaya.

Sugiyono. (2010). *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D* . Bandung : Alfabeta.

Tepsi (2015) *Social Innovation Theory And A Guide for Researchers*. <https://iupe.files.wordpress.com/2015/11/tepsie-research-report-final-web.pdf>

Qomariyatus Sholiha (2010) . *Pengantar Metodologi Penelitian*. Malang : UB Press

Wiryanto (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Grasindo

Zdenko Stacho, Katarina Stacho, Lucia Kohnova. (2019) Effective communication in organisations increases their competitiveness. *Polish Journal of Management Studies*. <https://dx.doi.org/10.17512/pjms.2019.19.1.30>

https://www.academia.edu/31386950/Definition_and_theory_in_social_innovation