

GEREJA YANG ADALAH RAGI

Seri

2

**Peta Eklesiologi
Menurut Dokumen KWI**

Editor:

DR. LEONARDUS SAMOSIR OSC

GEREJA YANG ADALAH RAGI

Seri
2

**Peta Eklesiologi
Menurut Dokumen KWI**

Editor:
DR. LEONARDUS SAMOSIR OSC


OBOR

OB 40419006

GEREJA YANG ADALAH RAGI

Peta Eklesiologi Menurut Dokumen KWI Seri 2

Oleh: Tim Komisi Teologi KWI

Editor: Dr. theol. Leonardus Samosir OSC

© Komisi Teologi KWI

PENERBIT OBOR

Anggota IKAPI – Ikatan Penerbit Indonesia;
Anggota SEKSAMA – Sekretariat Bersama
Penerbit Katolik Indonesia

Jl. Gunung Sahari 91 – Jakarta 10610
• Telp.: (021) 422 2396 (hunting) • Fax.: (021) 421 9054
• E-mail: penerbit@obormedia.com
• Website: www.obormedia.com

Cet. 1 – Oktober 2019

Hak cipta dilindungi Undang-Undang.
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian
atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit OBOR.

ISBN 978-979-565-861-0

DAFTAR ISI

SEKAPUR SIRIH	vii
CATATAN EDITORIAL	ix
GEREJA KATOLIK INDONESIA DAN TUGAS MISIONER SETURUT PERNYATAAN KWI G. Kirchberger	1
PETA PELAYANAN GEREJA DI BIDANG PENDIDIKAN A. Eddy Kristiyanto.....	13
KETERLIBATAN SOSIAL DAN PENGEMBANGAN EKONOMI (STUDI ATAS SURAT-SURAT GEMBALA DAN NOTA PASTORAL KWI) D. Bismoko Mahamboro.....	45
ALAT KOMUNIKASI SOSIAL SEBAGAI SARANA PENYAMPAIAN IMAN DAN NILAI – STUDI ATAS DOKUMEN KWI Leonardus Samosir	75
INDEKS.....	89

ALAT KOMUNIKASI SOSIAL SEBAGAI SARANA PENYAMPAIAN IMAN DAN NILAI – STUDI ATAS DOKUMEN KWI –

Leonardus Samosir¹²³

Pengantar

Dunia terasa seperti sebuah desa kecil, sebuah *desa global*¹²⁴. Peristiwa lokal bukan lagi milik lokal, melainkan menjadi milik bersama. Hampir tak ada peristiwa yang terjadi di belahan dunia tertentu yang tak diketahui oleh belahan dunia lain, bahkan dalam hitungan menit atau bahkan detik. Peristiwa bukan hanya hadir di ruang tengah lewat televisi atau koran, melainkan juga mendesak ke ruang tidur lewat *handphone* atau *mobile/laptop*. Karena sajian peristiwa itu masuk juga lewat *gadget*, maka anak-anak pun bisa menjadi konsumen.

Bukankah perkembangan ini membanggakan? Waktu dan distansi direduksi lewat teknologi informasi. Tetapi, bukankah perkembangan ini juga mengkhawatirkan? Satu ungkapan yang sering digunakan berbunyi begini: "Media sosial mendekatkan yang jauh, tetapi menjauhkan yang dekat." Gambar komik negatifnya adalah sebuah keluarga yang sedang makan bersama. Mereka duduk di sekeliling meja yang sama, namun mereka sibuk dengan *gadget* masing-masing. Media sosial mempertemukan yang jauh secara virtual, tetapi menjauhkan yang dekat, artinya memutuskan relasi personal.

Maka, persoalannya sekarang bukan lagi perkembangan yang membanggakan, melainkan perkembangan yang menumbuhkan nilai lain, yang bertabrakan dengan nilai tradisional. Bagaimana tanggapan Gereja?

¹²³ Dr.theol. Leonardus Samosir OSC adalah staf pengajar Fakultas Filsafat Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR), Bandung dan Sekretaris Eksekutif Komisi Teologi KWI (2013-2019).

¹²⁴ *Aetatis Novae* berbicara tentang dunia yang menjadi *global village*.

Gereja sudah lama memberikan tanggapan untuk mencegah sisi negatif yang dibawa oleh perkembangan teknologi komunikasi sosial seperti ini, jauh sebelum alat komunikasi sosial berkembang seperti sekarang. Lewat beberapa dokumennya, Gereja Universal mengingatkan kembali, apa hakikat komunikasi sosial serta tujuannya yang sejati.¹²⁵

Bagaimana dengan Gereja Katolik di Indonesia? Jawaban atas pertanyaan ini akan disasar lewat dokumen-dokumen Konferensi Waligereja Indonesia (KWI)¹²⁶ untuk mencari tahu, bagaimana KWI menanggapi perkembangan alat komunikasi sosial ini. Tentunya, uraian dokumentasi akan dilengkapi dengan gerak langkah *aparatus* KWI, yakni Komisi Komunikasi Sosial.

Hanya ada satu dokumen KWI yang langsung berbicara tentang komunikasi sosial, yakni Surat Gembala KWI 1993, yang dipublikasikan bertepatan dengan Hari Komunikasi Sosial. Namun, *concern* Gereja Katolik di Indonesia terhadap soal ini tidak bisa dinilai hanya lewat jumlah dokumen yang dikeluarkan secara resmi. Masih ada banyak kegiatan lain terkait soal komunikasi sosial ini.

Beberapa hal penting yang perlu disebut adalah kehadiran para uskup Indonesia pada pertemuan di Manila (1970), saduran/terjemahan *Communio et Progressio* (1972), pendirian PWI-Komsos¹²⁷, Sidang Tahunan MAWI 1972, dan Seminar Komunikasi Sosial pada awal sidang tahunan para uskup 1992. Lewat gerak ini tampaklah bahwa Gereja Katolik menganggap persoalan komunikasi sosial sebagai masalah serius. Gereja melihat bahwa soal komunikasi sosial menyangkut persoalan pastoral, yakni persoalan sikap, cara berpikir, dan nilai yang berada di balik penggunaan media komunikasi sosial.

Concern terhadap Komunikasi Sosial

Concern terhadap perkembangan komunikasi sosial sudah tampak secara eksplisit dengan lahirnya *aparatus* dari Majelis Waligereja Indone-

¹²⁵ *Vigilanti Cura* (1936), *Miranda Prorsus* (1957), *Inter Mirifica* (1963), *In Fructibus Multis* (1964), *Communio et Progressio* (1971), *Aetatis Novae* (1992).

¹²⁶ Untuk selanjutnya digunakan singkatan KWI.

¹²⁷ Panitia Waligereja Indonesia - bidang Komunikasi Sosial.

sia (MAWI),¹²⁸ yakni Panitia Waligereja Indonesia (PWI)¹²⁹. PWI inilah yang menjadi tangan MAWI dalam melaksanakan program-program di lapangan. Di samping PWI-Seminari, PWI-Liturgi,¹³⁰ PWI-Kateketik, PWI-Ukumene,¹³¹ PWI-Sosial, PWI-Pendidikan, PWI-Kerasulan Awam, hadir juga PWI-Mass Media sebagai tangan kanan MAWI di wilayah komunikasi sosial.¹³² Data sederhana ini sudah menunjukkan, bagaimana pentingnya wilayah komunikasi sosial bagi Gereja di Indonesia saat itu.

Pertemuan para Uskup Asia di Manila, dalam rangka kunjungan Paus Paulus VI ke Asia, 12-29 November 1970, mungkin juga perlu disebut. Peristiwa ini memang tidak langsung berbicara tentang *concern* MAWI terhadap komunikasi sosial. Namun, pertemuan ini pantas disebut karena tiga hal: (a) Gereja Katolik di Indonesia mengirimkan 8 orang wakilnya ke pertemuan ini,¹³³ dan (b) salah satu bagian ceramah diisi dengan topik komunikasi sosial; (c) laporan ringkas tentang pertemuan ini diterbitkan dalam buletin *Spektrum* yang menerbitkan laporan sidang para uskup, pertemuan-pertemuan terkait MAWI (KWI) atau yang diadakan oleh aparatus MAWI (KWI).

Rufino J. Cardinal Santos, Uskup Agung Manila, Filipina, dalam ceramahnya menyampaikan, bagaimana pentingnya komunikasi sosial sebagai alat penghubung antara Gereja dan dunia Asia: komunikasi sosial "mengantarkan Gereja ke dunia Asia dan dunia Asia ke Gereja". Karena itu, Cardinal Santos memandang perlu mendirikan organisasi mass media di tingkat Asia, yang nantinya menjadi "pusat kegiatan untuk menerima dan menyebarkan berita Katolik ke seluruh dunia".¹³⁴ Tampaknya, ceramah ini menegaskan kembali, bagaimana pentingnya peran komunikasi sosial dalam pewartaan. Langsung atau tidak langsung, ceramah ini memberikan dukungan terhadap apa yang sudah dilakukan MAWI di bidang komunikasi sosial.

¹²⁸ Untuk selanjutnya akan digunakan singkatan MAWI. Pada tahun 1987 MAWI mengubah namanya menjadi Konferensi Waligereja Indonesia (1987).

¹²⁹ Untuk selanjutnya digunakan singkatan PWI.

¹³⁰ Tertulis demikian.

¹³¹ Tertulis demikian.

¹³² *Spektrum* 1973/3, 131.

¹³³ 6 uskup dan 2 imam.

¹³⁴ Disampaikan dalam ceramah 26 November 1970. *Spektrum* 1971/3, 159.

Dalam hal istilah, rupanya istilah "komunikasi sosial" dianggap lebih tepat dibandingkan dengan "mass media", sehingga terjadi perubahan nama dari PWI-Mass Media ke PWI-Komsos. Kapan perubahan ini terjadi agak susah dilacak lewat dokumen. Namun, dalam sidang MAWI 1972, nama PWI-Komsos-lah yang muncul, bukan lagi PWI-Mass Media.¹³⁵

Pada masa ini, *concern* Gereja lewat PWI-Komsos tampak dalam laporan komisi ini dalam sidang tahunan para uskup 1972. PWI-Komsos melaporkan antara lain sudah adanya penghubung Komsos di 15 keuskupan; sudah adanya 3 *production centre radio*, yakni Sanggar Prathivi di Jakarta, di Palembang, dan di Ujung Pandang. Sekaligus PWI-Komsos mengungkapkan harapan akan perlunya radio untuk luar Jawa¹³⁶.

Pada tahun-tahun ini juga, MAWI menerbitkan saduran dari Instruksi Pastoral *Communio et Progressio* (1971) dari Vatikan. Instruksi ini merupakan penerapan dekret Konsili Vatikan II tentang alat komunikasi sosial, *Inter Mirifica*. Maka, bisa disimpulkan bahwa saduran ini merupakan salah satu bentuk *concern* MAWI terhadap persoalan komunikasi sosial.¹³⁷

Fungsi Media Komunikasi Sosial

Pada November 1992, pada awal sidang tahunan para uskup, diadakan Seminar Komunikasi Sosial. Tampaknya, seminar ini menjadi pendorong utama dikeluarkannya Surat Gembala 1993. Tampak jelas bahwa poin-poin catatan pada akhir Seminar ini memberikan masukan penting untuk surat gembala yang diberi datum setahun kemudian.¹³⁸

Seminar Komunikasi Sosial ini menghadirkan empat (4) orang pembicara, yakni Rm. R. Hardawijana SJ, Astrid S. Soesanto, Ken Sudarto, dan Eduard Depari, yang menyoroti persoalan komunikasi sosial dari sudut pandang yang berbeda. Tanpa mengurangi pentingnya masukan dari para pembicara lainnya, di bawah ini hanya akan diuraikan secara singkat isi ceramah Rm. R. Hardawijana SJ, karena secara eksplisit poin-poin catatan Rm. Hardawijana terungkap kembali dalam Surat Gembala 1993.

¹³⁵ *Spektrum* 1973, 111.

¹³⁶ Makassar.

¹³⁷ *Spektrum* 1973/4, 281-304.

¹³⁸ *Spektrum* XXI, 1993, no. 1, 114-115.

Dalam ceramahnya, Hardawijana memaparkan permasalahan peranan media dalam pewartaan iman serta perspektif pastoral dalam penggunaannya. Dengan merujuk antara lain ke *Aetatis Novae*,¹³⁹ Hardawijana menunjukkan, bagaimana media komunikasi sosial mempengaruhi manusia zaman sekarang. Media komunikasi sosial menghadapkan manusia dengan manusia, kelompok dengan kelompok, peradaban dengan peradaban, dan kebudayaan dengan kebudayaan. Pertemuan ini membawa dampak positif, yakni bertumbuhnya saling pengertian. Namun, mesti diperhatikan juga efek negatifnya, yakni potensi konflik antar mereka.¹⁴⁰ Bisa disimpulkan bahwa media komunikasi sosial bisa menjadi alat untuk mempersatukan, tetapi juga bisa menjadi alat untuk menyebarkan "pandangan yang salah tentang hidup, keluarga, agama, dan moralitas-pandangan yang tidak menghormati martabat dan tujuan sejati manusia", dan dengan begitu bisa menyebabkan konflik.

Diingatkan bahwa pengaruh negatif media komunikasi sosial menjadi ancaman bagi masyarakat luas yang berpendidikan rendah. Kelompok masyarakat seperti ini dianggap mudah terpesona dan termakan oleh sugesti serta pengaruh media. Hardawijana merujuk ke Sidang Pleno FABC¹⁴¹ V di Lembang, 1990, yang sudah mengingatkan tentang kekuatan media komunikasi sosial dalam menciptakan hidup materialistik, menggambarkan visi hidup yang nyaman dan menyerbu alam bawah-sadar manusia, dan dengan begitu merombak perilaku manusia.¹⁴²

Uraian pengaruh negatif media komunikasi sosial tadi disambung oleh Hardawijana dengan uraian makna teologis dari komunikasi, untuk melihat apa seharusnya fungsi media komunikasi sosial. Menurut Hardawijana, iman itu mengandung unsur *communio*; artinya, iman mengarahkan ke kesatuan dengan Allah dan dengan manusia. Selain itu, iman juga mengandung unsur *komunikatif*. Allah bersabda kepada manusia dengan "sabda manusiawi", dengan "bahasa manusiawi", sehingga manusia dalam kebudayaannya dapat tersentuh oleh sapaan Allah.

¹³⁹ Dewan Kepausan untuk Komunikasi Sosial, *Aetatis Novae*, 1992.

¹⁴⁰ *Spektrum XXI*, 1993, no. 1, 51.

¹⁴¹ Federation of Asian Bishops Conferences.

¹⁴² *Spektrum XXI*, 1993, no. 1, 51-52.

Media komunikasi sosial bisa menjadi alat yang efektif dalam "komunikasi iman", menyentuh manusia dalam bahasa zamannya. Karena itu, Gereja harus mewaspadaai "diktatornya"¹⁴³ (demikian, istilah Hardawijana) agar media komunikasi sosial berfungsi sebagaimana seharusnya. Yang dimaksudkan dengan istilah ini adalah mereka yang menguasai media komunikasi sosial, yang menentukan isi yang disampaikan lewat media komunikasi sosial. Gereja harus mencari jalan seefektif mungkin untuk memberi masukan kepada mereka, dan tentunya dengan bekerja sama dengan pemerintah. Dengan begitu, Gereja bisa mempengaruhi mereka yang membentuk pandangan serta suasana dalam masyarakat.

Menurut Hardawijana, akan lebih baik lagi jika Gereja mempertahankan dan mengembangkan media komunikasi sosial dengan programnya sendiri di bidang pers, penerbitan Katolik, radio, televisi, biro informasi umum dan hubungan media, lembaga serta program pelatihan di seputar media, penelitian tentang media, dan organisasi pakar komunikasi.

Pendampingan serta pendidikan bagi mereka yang berkecimpung di bidang media sosial, para calon tenaga pastoral, dan para imam, tetap dianggap penting untuk melengkapi gerak Gereja dalam wilayah ini.

Hal-hal yang disampaikan di atas menjadi masukan penting untuk Surat Gembala 1993. Ini terbukti kalau dibuat perbandingan antara catatan terakhir Hardawijana dengan teks surat gembala tersebut.

Penegasan Seruan Gereja

"Media komunikasi merupakan anugerah Allah bagi kita sekalian, sebagaimana berulang kali ditegaskan oleh Sri Paus." Kalimat dari Surat Gembala 1993 ini menegaskan apa yang sudah dikatakan dalam *Miranda Prorsus* (1957), *Inter Mirifica*,¹⁴⁴ *Communio et Progressio*.¹⁴⁵ Namun, - selaras dengan dokumen-dokumen tadi - para Uskup Indonesia mengakui bahwa media komunikasi sosial tidak selalu membawa dampak positif, dalam artian tidak selalu sesuai dengan maksud Sang Pencipta sendiri.

¹⁴³ Bandingkan pernyataan Hardawijana ini dengan *Communio et Progressio* no. 21 yang melihat bahaya, jika mass media berada dalam tangan segelintir orang yang berkuasa.

¹⁴⁴ IM 1.

¹⁴⁵ CP 2.

Surat Gembala mengungkapkannya sebagai berikut:

Dalam hubungan ini, kita haruslah bertanya-tanya, apakah semua yang dihidangkan melalui media informasi tersebut di atas sama nilainya bagi hidup kita? Apakah kita selalu diperkaya oleh segala produk komunikasi, yang kita dengar dan lihat? Pastilah bahwa tidak semua yang disajikan itu sama baik dan buruknya

Para uskup menyadari, produk komunikasi sosial "mempengaruhi kita dalam berperasaan, berpikir, berbicara, bersikap, dan bertindak; mempengaruhi pola kehidupan lahir batin". Pernyataan ini tampaknya hendak menegaskan kembali ensiklik *Miranda Prorsus* tentang film, radio, dan televisi. Kita kutip dokumen ini:

Sebab, kepemilikan dan alat-alat baru ini—yang berada dalam jangkauan setiap orang—memperkenalkan pengaruh yang sangat dahsyat terhadap akal budi orang, karena alat-alat tersebut bisa membanjiri mereka dengan cahaya yang membawa mereka kepada keluhuran, menghiasi mereka dengan keindahan, dan sekaligus karena alat-alat tersebut dapat menghancurkan mereka dengan menyuramkan kilau mereka, merendahkan mereka dengan proses korupsi, dan membuat mereka subjek dari nafsu tak terkontrol, sebagaimana subjek-subjek yang dihadapkan kepada indra di dalam pertunjukan ini, apakah mereka patut dipuji atau patut dicela.

Dampak buruk penggunaan media komunikasi sosial yang tidak bijaksana, misalnya, menghentikan minat baca dan mematikan komunikasi antarmanusia. Padahal, semestinya alat komunikasi menyatukan, memajukan, dan memudahkan komunikasi antarmanusia. Di sini, surat gembala juga mengingatkan kembali akan warning yang disampaikan para paus, bahwa alat komunikasi sosial bisa digunakan untuk menyebarkan bibit kejahatan,¹⁴⁶ dan dengan demikian melawan maksud sang Pencipta Ilahi.¹⁴⁷ Sebaliknya, alat komunikasi semestinya digunakan sesuai dengan kehendak Allah, yakni menyebarkan kekayaan Ilahi,¹⁴⁸ menyiarkan serta memantapkan Kerajaan Allah,¹⁴⁹ membagikan

¹⁴⁶ MP.

¹⁴⁷ IM 2.

¹⁴⁸ MP.

¹⁴⁹ IM 2.

pengetahuan, menyatukan karya kreatif mereka¹⁵⁰, dan menyatukan umat manusia.¹⁵¹

Menggunakan dengan Bijaksana

Karena itu, para uskup pertama-tama menghimbau para pengguna agar menggunakan alat komunikasi sosial dengan bijaksana.

... Supaya dapat menjadi konsumen/penonton yang bijaksana, kritis, dan apresiatif. Itu berarti bahwa kita mampu menentukan dan memilih mana yang layak dan patut ditonton, mana yang tidak perlu bahkan tidak boleh ditonton.

Dalam Surat Gembala 1993 ini, para uskup berbicara kepada orang dewasa, khususnya orangtua, untuk mendidik diri sendiri, dan sekaligus mendidik anak-anak sejak dini. Namun, tanggung jawab orangtua masih dianggap belum lengkap kalau tidak disertai tanggung jawab para pendidik di sekolah. Karena itu, para uskup mengharapkan, sekolah-sekolah Katolik pada semua jenjang dan jenis menanamkan serta mengembangkan sikap yang benar dalam mempergunakan alat-alat komunikasi sosial.

Seminari-seminari dan sekolah kateketik—yang akan menghasilkan para pewarta—juga diimbau dalam Surat Gembala 1993 ini supaya memberi tempat kepada masalah komunikasi dan kebudayaan dalam kurikulum. Bahkan, Perguruan-perguruan Tinggi dan Universitas-universitas Katolik dihimbau untuk memikirkan kemungkinan untuk menyelenggarakan jurusan Komunikasi Sosial.

Sasaran Pewartaan: Pengelola

Surat Gembala menyiratkan, minat serta perhatian umat sudah bertumbuh dalam hal komunikasi sosial ini. Surat ini menyebut beberapa hal yang sudah ada sebagai indikasi, antara lain: pemancar radio, studio produksi, serta warta paroki. Namun, para uskup menyadari, pengelolaan media sosial tadi masih perlu disertai dengan pengetahuan, keterampilan, serta pengalaman. Ini melengkapi kehendak baik umat yang bersedia mengelolanya selama ini.

¹⁵⁰ CP 7

¹⁵¹ CP 8 dan 9.

Dalam hal ini, Komisi Komunikasi Sosial (Komsos) sungguh menjadi tangan KWI, yang dengan program-programnya mengisi kebutuhan ini. Dalam beberapa sidang KWI, Komisi Komsos melaporkan beberapa kegiatan komisi yang sungguh membantu umat, yakni kursus-kursus di bidang komunikasi sosial,¹⁵² lokakarya komunikasi, pertemuan antarpenerbit.¹⁵³

Concern seperti ini tidaklah sama sekali baru. Lewat penegasan di atas, para uskup menggarisbawahi apa yang pernah ditulis dalam *Miranda Prorsus*. Dalam satu bagiannya, dokumen dari Vatikan ini berbicara tentang tanggung jawab mereka yang memproduksi film dan berita. Secara tidak langsung, dokumen menyatakan, media sosial bukan hanya *sarana* untuk pewartaan, melainkan juga *lahan* untuk pewartaan. Yang dimaksud adalah mereka yang bertanggung jawab atas produk media sosial harus juga menjadi sasaran pewartaan karena merekalah yang bertanggung jawab atas nilai-nilai yang langsung atau tidak langsung disampaikan lewat media sosial.

Hardawijana dalam ceramahnya di Seminar Komunikasi Sosial 1992, mengingatkan kembali peran dari produsen yang sangat kuat ("diktatur"), sehingga dia mengimbau adanya kerja sama dengan pemerintah. Pernyataan Hardawijana ini mengingatkan kembali kepada *Inter Mirifica* 9-12 yang menegaskan peran otoritas dalam wilayah ini.

Kepedulian para uskup terkait ini terungkap juga dalam imbauan untuk awam, biarawan, dan imam untuk selalu bersedia mendampingi para produsen atau yang bekerja di bidang komunikasi sosial. Namun, pernyataan ini masih bisa dipertegas.

Membumikan Keprihatinan Gereja Universal

Dengan sangat jelas, Surat Gembala 1993 mengingatkan kembali akan dokumen-dokumen Vatikan. Para uskup mengimbau semua keuskupan

¹⁵² PWI Komsos, misalnya, melaporkan dalam Sidang MAWI 1974, Pater Daniel SJ, Kepala Bagian Radio/TV/Film, merencanakan kursus-kursus *programming* Radio dan TV kepada tiap keuskupan. Kursus pertama diberikan oleh Pater Daniel kepada Keuskupan Manado, Maret-April 1974. Pater Daniel juga memberikan kursus-kursus kepada siswa kelas tertinggi Seminari Mertoyudan dan Yogya untuk memberi perhatian terhadap kemungkinan menggunakan mass media dalam kerasulan Katolik. *Spektrum* 1975, 119-120.

¹⁵³ Laporan Komisi Sosial di sidang tahunan KWI 1989, *Spektrum* 1990, no. 1, 16.

untuk merayakan Hari Komunikasi Sosial setiap tahun. Ini merujuk pada dekret *Inter Mirifica* no. 18. Surat Gembala juga mengingatkan, bagaimana Gereja Universal mendukung usaha ini dengan mendirikan Dewan Kepausan untuk Komunikasi Sosial yang mengeluarkan Instruksi Pastoral *Communio et Progressio* (1971). Dewan ini jugalah yang kemudian mempublikasikan instruksi pastoral baru bernama *Aetatis Novae* (1992). Dengan menerjemahkan Instruksi Pastoral *Communio et Progressio* pada tahun 1972, para Uskup Indonesia menginginkan agar pesan Gereja Universal sampai ke umat Indonesia.

Sebagai kesimpulan sementara bisa dikatakan, dengan mengacu ke sikap Gereja Universal, para uskup berusaha menanggapi permasalahan komunikasi sosial dalam situasi khusus di Indonesia. Situasi khas Indonesia dalam masalah ini sudah tampak dalam Surat Gembala itu sendiri; juga akan tampak dalam kegiatan yang dilakukan Komsos sebagai *aparatus* KWI.

Gereja Pewarta – Alat Komunikasi Sosial sebagai Sarana

Gereja Katolik di Indonesia menegaskan pernyataan Gereja Universal bahwa alat komunikasi sosial adalah sarana yang bisa membawa nilai positif, tetapi juga sekaligus bisa membawa nilai negatif kalau tidak dipergunakan secara bijaksana. Karena itu, Gereja mengimbau tidak hanya para pengguna, tetapi juga pihak lain yang ikut bertanggung jawab, seperti orangtua, sekolah, dan produsen, untuk bersikap bijaksana. Alat komunikasi sosial seyogyanya menjadi sarana pewartaan dan media yang mempersatukan.

Dari uraian di atas, belum terungkap dengan jelas, bagaimana refleksi eklesiologis tersirat di balik *concern* terhadap penggunaan alat komunikasi sosial. Akan tetapi, penekanan pada penggunaan alat komunikasi sosial sebagai sarana pewartaan mengarah ke model Gereja Pewarta.

Dalam bukunya, *Model-model Gereja*, Avery Dulles menganalisis model-model Gereja yang ada dengan segala kelebihan dan kekurangannya. Salah satu model, yakni Gereja Pewarta, menitikberatkan identitas diri sebagai pewarta.¹⁵⁴ Tentunya, - menurut Avery Dulles – tidak ada model sempurna sehingga tidak mungkin Gereja

¹⁵⁴ Avery Dulles, *Model-model Gereja*, 73-82.

secara mutlak berpegang pada model tertentu. Semua model dengan kelebihan dan kekurangan bisa saling mengisi. Karenanya, Gereja bisa menekankan satu atau dua elemen tanpa memutlakkan salah satunya.

Model Gereja Pewarta ini mengingatkan kembali pada empat pilar Gereja yang tergambar dalam *Kisah Rasul* bab 2 dan 4, yakni *koinonia*, *leitourgia*, *diakonia*, dan *kerygma*. *Kerygma* atau warta (Gereja Perdana) merupakan elemen esensial dalam Gereja.

Apakah dengan demikian Gereja di Indonesia harus menjadi Gereja Pewarta? Meskipun tidak mungkin untuk memutlakkan salah satu elemen, tetapi elemen pewartaan adalah elemen yang esensial. Apalagi, di zaman modern ini Gereja berlomba dengan kemajuan teknologi di bidang komunikasi sosial. Pewartaan menjadi demikian krusial, mengingat alat-alat komunikasi sosial sekarang bisa digunakan untuk menyebarkan nilai-nilai dengan cepat dan luas, yang bisa saja bertentangan dengan iman kristiani, bahkan melawan nilai manusiawi universal.

Pertanyaan yang muncul adalah, pendampingan macam apa yang masih bisa dilakukan bagi para pengelola dan pengguna media komunikasi sosial. Rencana dekat Komisi Komunikasi Sosial KWI untuk mempublikasikan sebuah pedoman untuk para pengguna media komunikasi sosial merupakan usaha yang luar biasa berguna. Tetapi, bagaimana dengan pedoman untuk para pengelolanya?

Sebuah Catatan Akhir

Alat komunikasi sosial bukan hanya sekadar alat menyebarkan berita, melainkan juga sudah menjadi alat menyebarkan nilai. Poin di bawah ini adalah catatan reflektif yang diangkat dari realitas sehari-hari. Mungkin ini bisa menjadi bahan refleksi Gereja sebagai tantangan untuk "bersaing" dalam menggunakan alat komunikasi sosial.

(a) Kebenaran yang "dipelintir".

Akhir-akhir ini, istilah *hoax* menjadi populer. Terlepas dari motivasi pembuatnya, berita atau video *hoax* dikonsumsi banyak orang. Kemajuan teknologi internet, aplikasi, dan *handphone* dengan sistem androidnya mempercepat penyebaran *hoax* ini.

Kebohongan yang disebarkan bukan hanya melawan nilai yang mengedepankan kebenaran, melainkan juga memunculkan perang opini dan pertengkaran. Walaupun dijelaskan sejel-

jelasnya, bahwa itu *hoax*, orang sudah terlanjur mengonsumsi dan membutuhkan waktu lama untuk meyakini apa yang benar.

(b) Kausal yang dilupakan.

Image atau video yang tersebar itu sudah berbicara, entah apa interpretasi penerimanya. Produk virtual ini sudah membangun opini, yang bisa saja kontroversial. Siapa yang akan bertanya secara mendalam? Siapa yang akan memperdebatkan sebabnya? Debat itu mungkin terjadi saat *image* dan video sudah sekian lama tersebar. Tetapi, *image* dan video tersebut sudah terlanjur membangun opini.

(c) Pertemuan riil yang dikesampingkan.

Teknologi internet memungkinkan orang untuk mencari informasi, termasuk yang berkaitan dengan hidup keagamaan. *Wikipedia* dan sejenisnya menjadi populer dan lebih cepat diakses daripada ensiklopedia di perpustakaan. Maka, tidak heran kalau orang juga lebih suka bertanya ke *blog-blog* tertentu yang bisa menjawab dengan cepat, daripada datang ke pastor paroki dan bertanya. "Paroki virtual" lebih menjanjikan daripada paroki konvensional. Mungkin ini bisa menjadi bahan kritik bagi Gereja Katolik.

Mailing list masih dianggap ketinggalan dibandingkan dengan *whatsapp group*, *facebook*, *twitter*, atau yang sejenisnya. Dengan aplikasi-aplikasi seperti ini berita dengan cepat di *up date* dan disebarluaskan, bahkan dengan *image* dan video. Aplikasi seperti ini mempermudah komunikasi. Namun, ada catatan: Lewat aplikasi semacam ini orang hanya menampilkan setengah dari dirinya, atau setengah dari realitas. Pertemuan itu terjadi dalam level virtual, dan yang ditampilkan adalah realitas yang sudah diedit. Padahal, pertemuan yang riil itu bisa berbeda. Di situ, orang bertemu dengan yang lain relatif sebagai pribadi utuh, yang menuntut respek mutual. Realitas bisa lebih muncul dalam perjumpaan daripada kalau pertemuan itu sekadar virtual.

(d) Alat pemersatu yang mampu memecah-belah.

Pada 2017, seiring dengan Perpu no.2/2017 tentang ormas, pemerintah memblokir aplikasi "telegram". Alasan yang dikemukakan adalah aplikasi tersebut dipakai oleh kelompok-kelompok ekstrim untuk berembug dan bertukar pikiran. Dengan kata lain, alat komunikasi

sosial—lewat aplikasi—sudah menjadi alat penyebar ideologi, yang bahkan tidak terpantau oleh otoritas negara. Kesimpulannya, alat komunikasi sosial bisa digunakan untuk mempersatukan, tetapi dalam artian yang sempit: mempersatukan yang memiliki ideologi yang sama untuk melawan yang lain.

(e) Alat berdagang *image*.

Alat komunikasi sosial bukan hanya menjadi alat untuk menawarkan barang dagangan, melainkan juga alat menyodorkan *image* ideal yang mendukung produk dagang. "Jualan *image*", ini istilah kasarnya. Apakah kita boleh menyalahkan iklan atau advertensi? Beberapa orang menilai bahwa ini bukan melulu salah advertensi. Para produsen hanya melihat apa yang sudah ada dalam benak konsumen, lalu memunculkannya ke dunia sadar. Maka, produsen mengatakan, "Anda membutuhkan produk ini!"¹⁵⁵ Persoalan ini berkaitan erat dengan konsumerisme, yang dosanya tidak boleh ditanggungkan hanya kepada para produsen atau pembuat advertensi.

Perkembangan teknologi dalam komunikasi sosial serta perubahan mentalitas dikarenakan situasi baru dunia ini memang melahirkan tantangan bagi Gereja. Mewartakan Kristus di dalam dunia berarti sekaligus mewartakan nilai Kerajaan Allah sebagaimana terungkap dalam seluruh hidup Yesus. Maka, dibutuhkan sebuah strategi dan cara baru berpastoral untuk meneruskan iman yang memang terungkap dalam nilai serta sikap hidup umat kristiani.

Daftar Rujukan

Cavanaugh, W.T., " 'What Do I Want' – Theological Anthropology and Consumerism", dalam *Christianity, Consumerism, and the Market* (*Concilium* 2014/4), 25-33.

Dulles, A., *Model-model Gereja*, Ende: Nusa Indah, 1990.

Konsili Vatikan II, *Inter Mirifica*, Vatikan, 1963.

Pius XII, *Miranda Prorsus*, Vatikan, 1957.

¹⁵⁵ Bdk. W.T. Cavanaugh, " 'What Do I Want' - Theological Anthropology and Consumerism", dalam *Christianity, Consumerism, and the Market* (*Concilium* 2014/4), 26.

Pontificium Consilium de Communicationibus Socialibus,

Pastoral Instruction *Communio et Progressio*, Vatican, 1971.

_____, Pastoral Instruction *Aetatis Novae*, Vatican, 1992.

Spektrum 1971/3.

Spektrum 1973/3.

Spektrum 1973/4.

Spektrum XXI, 1993, no. 1,

GEREJA YANG ADALAH RAGI

Peta Eklesiologi Menurut Dokumen KWI

Tugas misioner Gereja tidak hanya dimengerti sebagai tugas pewartaan dalam artian penyampaian ajaran kepada semua orang. Tugas misioner mencakup atau bahkan terwujud dalam partisipasi untuk membangun negara dan bangsa ini dengan diresapi semangat Yesus. Itulah makna Gereja yang adalah ragi.

Buku *Peta Eklesiologi Menurut Dokumen KWI* seri kedua ini hendak menggambarkan dinamika Gereja yang adalah ragi keselamatan dalam berbagai bidang kehidupan Gereja dan bangsa Indonesia: Bidang tugas misioner Gereja, pendidikan, keterlibatan sosial dan pengembangan ekonomi, dan alat komunikasi sosial sebagai sarana penyampaian iman dan nilai.

Semoga melalui buku ini sebagian dari kekayaan pengalaman Gereja Indonesia dapat makin dikenal. Semoga refleksi-refleksi yang disajikan dalam buku ini juga memberi inspirasi bagi Gereja Indonesia untuk mengambil langkah-langkah yang tepat dalam meneruskan tugas perutusannya dalam sejarah di dunia ini: mewartakan sukacita Injili!

OBOR

Jl. Gunung Sahari No. 91 Jakarta Pusat 10610
Telp.: (021) 422 2396 (hunting) • Fax.: (021) 421 9054
Website: www.obormedia.com

Teologi SU



9 789795 658610