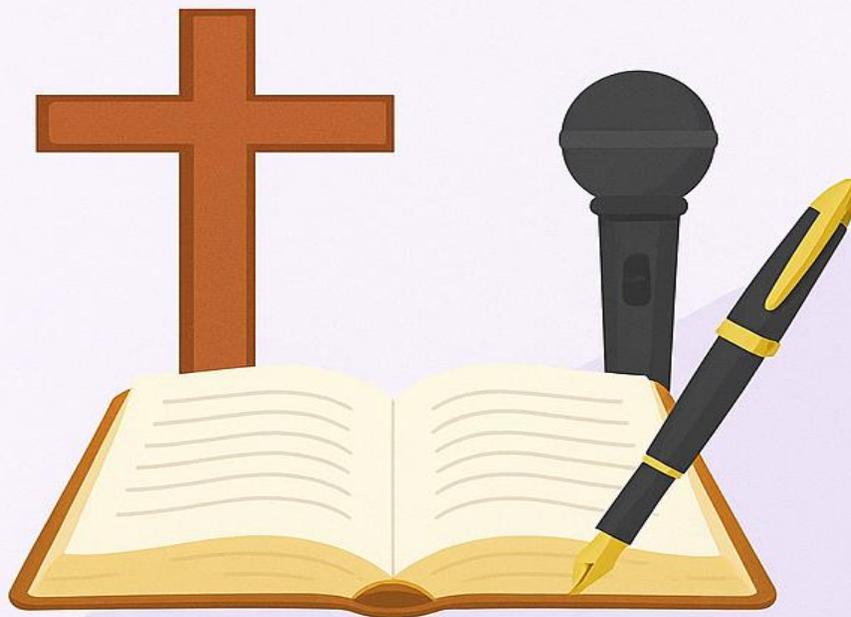




PANDUAN JURNALISTIK GEREJA INDONESIA



Dharma Leksana, S.Th., M.Si.

Buku Jurnalistik Gerejawi

Panduan Praktis Wartawan Kristen di Era Digital

Oleh : DHARMA LEKSANA, S.Th., M.Si.

KATA PENGANTAR

Panduan ini hadir sebagai respons terhadap kebutuhan mendesak akan jurnalisme gerejawi yang profesional dan beretika di tengah dinamika era digital. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lanskap komunikasi secara fundamental, menciptakan baik tantangan maupun peluang baru bagi gereja dan pelayanan media Kristen.

Buku ini disusun untuk para wartawan gereja, pelayan media Kristen, dan siapa pun yang baru memulai perjalanan dalam jurnalistik gerejawi. Tujuannya adalah membekali pembaca dengan pemahaman mendalam mengenai prinsip-prinsip jurnalistik yang solid, yang tidak hanya memenuhi standar profesional tetapi juga berakar pada nilai-nilai Kristiani.

Dalam konteks kebutuhan wartawan gereja, era digital telah menghadirkan arus informasi yang deras, seringkali disertai dengan disinformasi dan sensasionalisme. Di tengah kondisi ini, gereja dan lembaga Kristen semakin menyadari pentingnya komunikasi yang efektif dan profesional untuk menjangkau jemaat dan masyarakat luas, khususnya generasi digital yang sangat akrab dengan berbagai platform media. Kebutuhan ini bukan sekadar untuk menyampaikan pengumuman rutin, melainkan untuk membangun kehadiran yang bermakna dan relevan di ruang digital.

Peran media Kristen dalam menyuarakan kebenaran memiliki dimensi yang unik dan krusial. Berbeda dengan media sekuler yang umumnya berfokus pada pelaporan fakta semata, media Kristen memiliki panggilan tambahan untuk menyuarakan kebenaran dari perspektif alkitabiah. Ini berarti bahwa jurnalisme gerejawi tidak

hanya melaporkan apa yang terjadi, tetapi juga berupaya menjelaskan makna spiritual di balik peristiwa tersebut, serta bagaimana hal itu relevan dengan iman dan kehidupan Kristen.

Gereja dan media, pada dasarnya, adalah dua kekuatan yang saling melengkapi dan membutuhkan. Gereja, sebagai institusi keagamaan, memiliki kewajiban untuk mengkomunikasikan pekerjaan pelayanannya kepada publik atau jemaat, sementara media merupakan instrumen penyedia jasa informasi untuk menyampaikan pesan tersebut.¹ Ketika keduanya berkolaborasi, mereka dapat menjadi kekuatan yang sangat dahsyat untuk menjalankan Amanat Agung yang termuat dalam Matius 28:19-20.¹ Pemanfaatan media digital telah terbukti memiliki dampak besar dalam berbagai bidang, termasuk penyebaran iman, meskipun seringkali dikaitkan dengan dampak negatif.² Kolaborasi yang kuat antara gereja dan media memungkinkan penyampaian pesan Injil secara lebih luas dan efektif, menjadikannya sebuah keharusan strategis di era digital ini.

Di tengah lanskap informasi yang seringkali tidak dapat diandalkan, terdapat sebuah tantangan besar terkait kepercayaan publik. Kemudahan penyebaran informasi di platform digital, sayangnya, seringkali diiringi dengan proliferasi informasi yang salah dan hoaks, yang pada gilirannya dapat mengikis kepercayaan masyarakat. Dalam situasi ini, jurnalisme Kristen memiliki kesempatan sekaligus tanggung jawab yang luar biasa: untuk menjadi mercusuar kebenaran dan integritas. Ini tidak hanya berarti mematuhi etika jurnalistik yang ketat, tetapi juga mewujudkan nilai-nilai Kristiani seperti integritas, kasih, dan damai dalam setiap pemberitaan. Dengan demikian, jurnalisme gerejawi dapat membangun kredibilitas yang melampaui sekadar pelaporan faktual, secara aktif melawan dampak negatif dari media digital, dan menjadi sumber informasi yang dapat dipercaya dan membangun.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

BAB 1: PENGANTAR JURNALISTIK GEREJAWI

- Definisi pers dan jurnalistik menurut UU dan KBBI
- Fungsi dan prinsip pers
- Peran gereja dalam media dan informasi
- Tujuan jurnalistik gerejawi: bukan sekadar berita, tetapi kesaksian

BAB 2: DASAR BIBLIKAL JURNALISTIK KRISTEN

- Lukas 1:1-3 sebagai model jurnalisme Alkitabiah
- Nilai-nilai integritas: Matius 5:37
- Menjadi "saksi mata" dan "pelayan Firman" melalui media
- Etika dan tanggung jawab spiritual pewarta gereja

BAB 3: KARAKTERISTIK JURNALISTIK KRISTEN

- Prinsip: Benar, adil, objektif, membangun, damai
- Kontras dengan budaya clickbait dan hoaks
- Penyajian informasi yang membangun tubuh Kristus

BAB 4: MEDIA SOSIAL VS JURNALISTIK

- Perbandingan tujuan, sumber, konten, verifikasi, regulasi
- Kekuatan dan bahaya media sosial bagi wartawan gereja
- Prinsip pengelolaan akun media gereja

BAB 5: ETIKA JURNALISTIK & "OFF THE RECORD"

- Definisi dan ruang lingkup "off the record"
- Perlindungan sumber dan tanggung jawab moral
- Kode etik jurnalistik dan relevansinya dalam pelayanan gereja

BAB 6: SYARAT DAN GAYA BAHASA JURNALISTIK

- Syarat bahasa: singkat, padat, jelas, aktif, non-teknis
- Contoh perbandingan antara kalimat jurnalistik vs kalimat khotbah
- Bahasa jurnalistik untuk pelayanan: sederhana namun kuat

BAB 7: TEKNIK MENULIS BERITA GEREJA

- Struktur berita (judul, lead, isi, penutup)
- Piramida terbalik
- Rumus 5W+1H+1S (safe)
- Penyesuaian untuk berita ibadah, pelayanan sosial, dan penginjilan

BAB 8: MEMBUAT JUDUL BERITA YANG MENARIK

- Teknik dasar membuat judul
- Hindari clickbait, tetap menarik dan relevan
- Studi kasus judul: sebelum & sesudah disunting

BAB 9: JENIS TERAS BERITA

- 7 jenis lead: langsung, tidak langsung, deskriptif, pertanyaan, kutipan, statistik, anekdot
- Contoh terapan pada berita gerejawi
- Latihan mengembangkan berbagai teras dari satu peristiwa

BAB 10: MENULIS KOTBAH DAN RENUNGAN UNTUK MEDIA

- Teknik menulis ringkasan khotbah
- Transformasi khotbah ke dalam berita dan renungan
- Etika menyadur dan menyunting isi kotbah

BAB 11: PRAKTIK MENULIS & UMPAN BALIK

- Simulasi menulis berita ibadah Minggu
- Latihan menulis berita pelayanan sosial gereja
- Menyusun editorial atau opini Kristen
- Review karya rekan dalam tim

BAB 1: PENGANTAR JURNALISTIK GEREJAWI

Bab ini bertujuan untuk meletakkan fondasi pemahaman mengenai jurnalistik secara umum, sebelum mengaplikasikannya secara spesifik dalam konteks gereja. Pemahaman dasar ini penting agar wartawan Kristen dapat menjalankan tugasnya dengan profesionalisme yang tinggi, sesuai dengan standar umum jurnalistik, namun tetap berlandaskan pada tujuan dan nilai-nilai Kristiani.

METODOLOGI PENULISAN

Buku ini disusun dengan pendekatan studi literatur melalui referensi yang komprehensif. Pendekatan ini melibatkan tinjauan mendalam terhadap berbagai sumber, termasuk dokumen hukum seperti Undang-Undang Pers, jurnal akademik, teks-teks Alkitab, dan publikasi relevan lainnya.

Pemilihan metodologi ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap pembahasan memiliki fondasi teoritis yang kuat dan relevansi praktis yang komprehensif, sehingga panduan ini dapat menjadi rujukan yang andal bagi para wartawan Kristen.

Definisi Pers dan Jurnalistik Menurut UU dan KBBI

Untuk memahami jurnalistik gerejawi, penting untuk terlebih dahulu mengerti definisi dasar pers dan jurnalistik dalam konteks Indonesia.

Pers didefinisikan secara resmi dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers. Menurut undang-undang tersebut, "Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media".³ Definisi ini menyoroti peran pers sebagai pilar demokrasi yang esensial, yang menjamin hak publik untuk memperoleh informasi yang benar dan beragam.

Sementara itu, **Jurnalistik** memiliki cakupan yang lebih luas. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), jurnalistik adalah "hal yang menyangkut kewartawanan dan persuratkabaran dan seni kejuruan yg bersangkutan menggunakan pemberitaan dan persuratkabaran".⁴ Lebih lanjut, jurnalistik dapat dipahami dalam tiga dimensi utama: sebagai "proses" (aktivitas peliputan, penulisan, dan penyebarluasan informasi aktual melalui media), sebagai "teknik" (keahlian atau keterampilan dalam meliput, menulis, dan menyajikan berita), dan sebagai "ilmu" (bidang kajian komunikasi massa).⁴ Pemahaman ini krusial untuk mengidentifikasi cakupan pekerjaan dan keterampilan yang harus dimiliki oleh seorang jurnalis.

Adapun **Wartawan atau Jurnalis** adalah individu yang melaksanakan kegiatan jurnalistik. KBBI mendefinisikan wartawan sebagai "orang yang pekerjaannya mencari dan menyusun berita untuk dimuat dalam surat kabar, majalah, radio, dan televisi".⁴ Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers menambahkan bahwa jurnalis/wartawan adalah "orang yang melakukan aktivitas jurnalistik secara rutin".⁴

Fungsi dan Prinsip Pers

Pers memiliki berbagai fungsi vital dalam masyarakat demokratis. Secara umum, fungsi pers mencakup penyediaan informasi, edukasi, hiburan, dan kontrol sosial. Pers seringkali disebut sebagai "pilar keempat demokrasi"⁶, menunjukkan perannya yang krusial dalam mengawasi kekuasaan eksekutif, legislatif, dan yudikatif. Lebih dari itu, pers juga memiliki peran besar dalam penegakan hukum dan pengembangan hukum nasional⁷, dengan menyediakan informasi yang relevan dan akurat kepada publik.

Untuk menjalankan fungsi-fungsi ini secara efektif dan bertanggung jawab, pers berpegang pada prinsip-prinsip dasar jurnalistik. Prinsip-prinsip ini meliputi independensi, berimbang, akurat, dan profesional.⁸ Selain itu, seorang jurnalis harus memedomani prinsip-prinsip seperti berlandaskan kebenaran, kesetiaan (kepada publik), verifikasi, pemantau, menampung aspirasi, membuat berita yang menarik dan relevan, serta mudah dicerna.⁹ Prinsip-prinsip ini menjadi landasan moral dan etika yang membimbing praktik jurnalistik yang sehat dan bertanggung jawab.

Peran Gereja dalam Media dan Informasi

Gereja, sebagai sebuah institusi keagamaan, memiliki kebutuhan intrinsik untuk mengkomunikasikan misi, pelayanan, dan ajarannya kepada jemaatnya dan masyarakat luas. Sebagaimana telah disebutkan, gereja wajib mengkomunikasikan pekerjaan-pekerjaan pelayanannya kepada publik atau jemaat.¹ Namun, terdapat tantangan signifikan, yaitu kurangnya kesadaran bermedia (media literacy) di banyak gereja, yang seringkali menganggapnya sebagai isu marginal.¹ Meskipun demikian, ada peluang besar untuk kolaborasi yang kuat antara gereja dan media dalam menjalankan Amanat Agung.¹

Pemanfaatan media digital oleh gereja telah menunjukkan potensi besar dalam berbagai aspek pelayanan. Contohnya, gereja dapat menggunakan perangkat teknologi digital dalam penguatan karakter remaja melalui penggunaan gadget dan aplikasi pemuridan berbasis web.¹⁰ Lebih lanjut, media sosial telah diakui sebagai alat yang efektif bagi gereja untuk menyampaikan pesan Injil kepada banyak orang, berfungsi sebagai sarana pembinaan iman, dan menyebarkan nilai-nilai iman, cinta kasih, serta kebenaran.² Ini menunjukkan bahwa gereja tidak hanya menggunakan media untuk tujuan informatif semata, tetapi juga untuk evangelisasi dan pembinaan rohani yang mendalam.

Tujuan Jurnalistik Gerejawi: Bukan Sekadar Berita, tetapi Kesaksian

Ini adalah inti pembeda jurnalistik gerejawi dari jurnalistik sekuler. Sementara jurnalistik sekuler berorientasi pada pelaporan fakta secara objektif, jurnalistik Kristen menambahkan dimensi "kesaksian." Kesaksian, dalam konteks ini, dapat dipahami sebagai pengetahuan bahwa Bapa Surgawi hidup dan mengasihi umat-Nya, bahwa Yesus Kristus adalah Juruselamat, dan bahwa Injil-Nya telah dipulihkan.¹¹ Intinya adalah tentang kebenaran ilahi dan membagikannya.

Melalui media, gereja dapat memperkenalkan dan menyaksikan tentang Kristus, memberikan kesaksian iman dan kebenaran hidup, serta menunjukkan nilai-nilai yang berkaitan dengan motivasi iman.² Jurnalistik gerejawi juga terkait erat dengan pewartaan sabda untuk pendidikan iman dan pendewasaan iman, dengan tujuan membantu umat memahami dan menghayati iman mereka.²

Dalam menjalankan perannya, jurnalisme Kristen menghadapi sebuah dinamika penting antara tuntutan objektivitas dan panggilan untuk bersaksi. Prinsip-prinsip jurnalistik tradisional menekankan objektivitas, keseimbangan, dan pelaporan faktual.⁸ Namun, tujuan utama jurnalisme Kristen adalah kesaksian, yang secara inheren melibatkan perspektif berbasis iman. Tantangan yang muncul adalah bagaimana menyelaraskan kedua mandat yang tampaknya bertentangan ini. Jika jurnalisme Kristen bukan sekadar berita, melainkan kesaksian, maka pertanyaan yang muncul adalah bagaimana mempertahankan kredibilitas yang berasal dari objektivitas sambil memenuhi mandat spiritualnya. Hal ini menyiratkan bahwa wartawan Kristen harus belajar untuk menyajikan fakta secara akurat dan adil, tetapi dengan tujuan mendasar untuk mengungkapkan kebenaran dan karya Allah, tanpa jatuh ke dalam propaganda atau bias yang tidak semestinya. Pendekatan yang nuansanya kaya dalam penceritaan ini memungkinkan integrasi pelaporan faktual dengan pemahaman spiritual dan tanggung jawab etis, memastikan kesaksian yang disampaikan adalah otentik dan kredibel.

Lebih jauh, gereja sedang mengalami transformasi dari sekadar pengguna layanan media menjadi produsen dan kurator konten digital yang canggih untuk berbagai tujuan pelayanan. Ini bukan lagi hanya tentang gereja yang menggunakan media untuk pengumuman; ini mencakup pengembangan aplikasi pemuridan berbasis web

¹⁰, penggunaan media sosial untuk menyampaikan pesan Injil kepada banyak orang, dan pembinaan iman.² Pergeseran ini menunjukkan bahwa jurnalisme gerejawi tidak hanya tentang melaporkan kegiatan gereja, tetapi juga secara aktif berpartisipasi dalam strategi komunikasi digital gereja yang lebih luas. Konsekuensinya, peran wartawan Kristen meluas hingga mencakup pembuatan konten untuk pemuridan, evangelisasi, dan pembangunan komunitas, yang menuntut seperangkat keterampilan yang lebih luas daripada sekadar pelaporan berita tradisional.

BAB 2: DASAR BIBLIKAL JURNALISTIK KRISTEN

Bab ini akan menggali fondasi alkitabiah yang menopang praktik jurnalistik Kristen, memberikan kerangka teologis yang kokoh untuk prinsip-prinsip yang akan dibahas lebih lanjut dalam buku ini. Pemahaman akan dasar biblikal ini krusial untuk membentuk identitas dan etika seorang wartawan Kristen.

Lukas 1:1-3 sebagai Model Jurnalisme Alkitabiah

Kitab Lukas dibuka dengan sebuah prakata yang secara mengejutkan menunjukkan pendekatan metodis penulisnya, yang sangat mirip dengan prinsip-prinsip jurnalistik modern. Lukas 1:1-3 dapat dipandang sebagai model awal jurnalisme yang berlandaskan kebenaran:

- **Penelitian dan Penyelidikan Mendalam:** Lukas menyatakan, "Setelah aku menyelidiki segala peristiwa itu dengan seksama dari asal mulanya".¹² Pernyataan ini menunjukkan komitmen Lukas terhadap ketelitian, pencarian fakta yang cermat, dan penggalian informasi dari sumber-sumber primer. Ini adalah esensi dari riset jurnalistik yang mendalam.
- **Ketergantungan pada Sumber Saksi Mata:** Lukas mengandalkan "mereka, yang dari semula adalah saksi mata dan pelayan Firman".¹² Hal ini menekankan pentingnya sumber yang kredibel dan dapat dipercaya, mirip dengan praktik wawancara dan verifikasi sumber dalam jurnalisme modern. Keterangan dari saksi mata memberikan bobot dan keaslian pada narasi.
- **Penyajian Informasi yang Teratur:** Lukas memutuskan untuk "membukukannya dengan teratur bagimu".¹² Ini mencerminkan komitmen terhadap struktur yang jelas, koherensi, dan penyajian informasi yang mudah dipahami oleh pembaca. Organisasi yang baik memastikan pesan dapat diterima dengan efektif.

- **Tujuan Verifikasi Kebenaran:** Tujuan akhir Lukas adalah "supaya engkau dapat mengetahui, bahwa segala sesuatu yang diajarkan kepadamu sungguh benar".¹² Ini selaras dengan tujuan jurnalistik gerejawi untuk memberikan "kesaksian" yang dapat dipercaya, memastikan kebenaran pesan yang disampaikan kepada audiens.¹²

Analisis Lukas 1:1-3 secara rinci mengungkapkan bahwa pendekatan Lukas dalam menulis Injilnya mencerminkan prinsip-prinsip inti jurnalistik: penyelidikan menyeluruh, ketergantungan pada kesaksian mata, presentasi yang teratur, dan tujuan yang jelas untuk memverifikasi kebenaran. Pemahaman yang muncul dari hal ini adalah bahwa bagian Alkitab ini berfungsi sebagai cetak biru kuno, yang diilhami secara ilahi, untuk komunikasi yang kredibel dan memiliki tujuan.

Dengan mendasarkan jurnalisme gerejawi pada model alkitabiah ini, praktik tersebut secara inheren memperoleh otoritas dan standar kebenaran yang abadi untuk pencarian kebenaran dan pelaporan yang bertanggung jawab. Hal ini membedakannya dari tren sesaat atau sekadar opini, mengangkat praktik tersebut dari keterampilan sekuler menjadi disiplin spiritual, menekankan asal-usul dan tujuan ilahinya.

Nilai-nilai Integritas: Matius 5:37

Ayat Matius 5:37, "Jika ya, hendaklah kamu katakan: ya, jika tidak, hendaklah kamu katakan: tidak. Apa yang lebih dari pada itu berasal dari si jahat," adalah panggilan yang jelas untuk kejujuran mutlak, transparansi, dan konsistensi antara perkataan dan perbuatan. Ayat ini menjadi landasan etika integritas bagi setiap orang percaya, termasuk wartawan Kristen.

Integritas didefinisikan sebagai "suatu konsep berkaitan dengan konsistensi dalam tindakan-tindakan, nilai-nilai, metode-metode, ukuran-ukuran, prinsip-prinsip, ekspektasi-ekspektasi dan berbagai hal yang dihasilkan. Orang berintegritas berarti memiliki pribadi yang jujur dan memiliki karakter kuat".¹⁴ Ayat ini secara tegas memperingatkan tentang bahaya "memutar-balikkan fakta" demi keuntungan pribadi, sebuah praktik yang sangat bertentangan dengan prinsip integritas.¹⁴

Lebih lanjut, ayat ini menekankan pentingnya menghindari "kebohongan," "fitnah, tipu daya, dan kepalsuan".¹⁵ Orang yang berintegritas adalah "Orang yang tidak melarikan diri dari fakta dan kebenaran".¹⁵ Hal ini secara langsung relevan dengan etika jurnalistik yang menuntut akurasi, objektivitas, dan keadilan dalam setiap pemberitaan. Distorsi berita, membesar-besarkan sesuatu, atau menyebarkan gosip akan merusak integritas seorang wartawan dan menyebabkan masyarakat memandang rendah kredibilitasnya.¹⁵

Ayat Matius 5:37 menyerukan kejujuran mutlak dan konsistensi, dan berbagai sumber juga menyoroti masalah dunia nyata seperti pemutarbalikan fakta dan kebohongan demi keuntungan pribadi, serta kemudahan distorsi berita di media modern. Hal ini menunjukkan adanya "defisit integritas" yang meresap dalam komunikasi masyarakat. Implikasi yang lebih luas bagi wartawan Kristen adalah keharusan moral untuk secara aktif melawan tren ini.

Komitmen mereka yang teguh pada prinsip "ya katakan ya, tidak katakan tidak" menjadi narasi tandingan yang kuat di dunia yang penuh dengan ketidakjujuran. Ini bukan sekadar tentang etika pribadi; ini tentang membangun reputasi kepercayaan yang dapat menarik orang kepada kebenaran Injil. Tanggung jawab spiritual tidak hanya berarti menghindari dosa, tetapi juga secara proaktif membangun reputasi kejujuran yang mencerminkan karakter Allah dan memperkuat kesaksian gereja.

Menjadi "Saksi Mata" dan "Pelayan Firman" Melalui Media

Wartawan Kristen memiliki peran ganda yang unik: sebagai "saksi mata" yang mengamati dan melaporkan peristiwa dengan akurat dan faktual, serta sebagai "pelayan Firman" yang mengkomunikasikan kebenaran alkitabiah dan makna spiritual di balik setiap kejadian. Panggilan untuk menjadi "saksi Kristus" berarti "menyaksikan kepada banyak orang, apa yang sudah Yesus perbuat terhadap diri kita" dan "menyaksikan Karya dan Kasih Kristus kepada orang-orang yang berada di luar gereja".¹⁶ Ini melibatkan kehidupan yang meneladani Kristus dan mengkomunikasikan pesan-Nya melalui perkataan dan perbuatan.¹⁷

Ciri-ciri seorang saksi Kristus meliputi hidup dalam teladan Kristus, memiliki keintiman dengan Tuhan, fokus pada perkara yang di atas, telah mengalami kasih Kristus, hidup dalam kasih, dan mengekspresikan gaya hidup yang baru.¹⁶ Melalui media, wartawan Kristen dapat menjadi jembatan yang menghubungkan peristiwa duniawi dengan makna spiritualnya, mengundang pembaca untuk melihat tangan Tuhan dalam setiap kejadian dan memahami realitas dari perspektif iman.

Etika dan Tanggung Jawab Spiritual Pewarta Gereja

Etika jurnalistik bagi wartawan Kristen tidak hanya bersandar pada kode etik profesi yang berlaku umum, tetapi juga pada tanggung jawab spiritual yang lebih tinggi. Tanggung jawab ini berakar pada panggilan untuk menjadi pewarta sabda Allah.

Seorang pewarta sabda Allah, atau katekis, dituntut untuk memahami tugas dan tanggung jawabnya dalam mengkomunikasikan dan membagikan informasi yang berkaitan dengan iman, serta mengajar Firman Tuhan.¹⁸ Hal ini membutuhkan motivasi yang baik, cinta akan gereja dan sesama, serta memiliki pendidikan dan moral yang memadai.¹⁸ Lebih dari itu, seorang pewarta gereja harus memiliki "hidup rohani yang mendalam dengan rajin berdoa, membaca kitab suci, dan berdevosi".¹⁸ Ini adalah fondasi spiritual yang memungkinkan mereka untuk mewartakan kabar baik di tengah krisis iman dan identitas yang mungkin dialami masyarakat.¹⁹

Kode Etik Jurnalistik (KEJ) yang ditetapkan oleh Dewan Pers juga memuat "asas moralitas" yang relevan, seperti tidak beritikad buruk, tidak membuat berita cabul atau sadis, tidak menyebut identitas korban kesusilaan atau anak sebagai pelaku kejahatan, tidak berprasangka atau diskriminatif, tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, dan sakit, serta tidak menerima suap.²⁰ Prinsip-prinsip etis ini, yang bersifat universal dalam jurnalistik, dapat diintegrasikan dan diperkuat dengan nilai-nilai Kristiani untuk membentuk etika yang komprehensif bagi wartawan gereja. Tanggung jawab spiritual memastikan bahwa setiap tindakan jurnalistik tidak hanya profesional, tetapi juga mencerminkan karakter Kristus dan memuliakan nama-Nya.

BAB 3: KARAKTERISTIK JURNALISTIK KRISTEN

Bab ini akan mendefinisikan kualitas unik yang membedakan jurnalistik Kristen dari bentuk jurnalistik lainnya, sekaligus mengkontraskannya dengan berbagai jebakan umum yang sering ditemukan di lanskap media digital saat ini.

Prinsip: Benar, Adil, Objektif, Membangun, Damai

Jurnalisme Kristen berpegang teguh pada sejumlah prinsip inti yang melampaui sekadar pelaporan fakta:

- **Benar (Truthful):** Ini adalah fondasi utama. Wartawan Kristen harus menjunjung tinggi akurasi faktual, menghindari kepalsuan, dan senantiasa mencari kebenaran seutuhnya. Hal ini selaras dengan ajaran Alkitab tentang kebenaran, sebagaimana ditekankan dalam Matius 5:37.
- **Adil (Fair):** Prinsip keadilan menuntut penyajian semua sisi cerita dan menghindari bias. Pelaporan yang seimbang mencerminkan prinsip keadilan dan kasih dalam Kekristenan, memastikan bahwa setiap pihak memiliki kesempatan untuk menyuarakan pandangannya.
- **Objektif (Objective):** Meskipun memiliki tujuan "kesaksian," jurnalisme Kristen tetap harus berusaha untuk imparzialità. Ini berarti memisahkan fakta dari opini dan membiarkan fakta berbicara sendiri, sambil tetap menyadari bahwa setiap narasi dapat diwarnai oleh perspektif iman.
- **Membangun (Edifying/Constructive):** Jurnalisme Kristen berfokus pada konten yang membangun komunitas, mempromosikan nilai-nilai positif, dan menginspirasi harapan. Ini berbeda dengan sensasionalisme atau pelaporan yang meruntuhkan. Tujuannya adalah untuk menguatkan tubuh Kristus dan memberikan dampak positif.

- **Damai (Peace-promoting):** Prinsip ini melibatkan penerapan "jurnalisme damai," yang menghindari konten yang memicu konflik atau perpecahan.²¹ Jurnalisme damai berlandaskan pada pencarian kebenaran yang menolak propaganda dan kebohongan, serta memberikan kesempatan kepada semua pihak yang terlibat untuk menyuarakan pandangan mereka, sehingga jurnalis tetap netral.²¹

Prinsip-prinsip kepemimpinan pembawa damai Yesus Kristus, yang mencakup hidup dalam kebenaran, konsisten, berintegritas dalam menciptakan perdamaian, serta karakteristik kasih, pengampunan, suka damai, adil, dan solidaritas, memberikan dasar teologis yang kuat untuk prinsip-prinsip jurnalistik Kristen ini.²²

Kontras dengan Budaya Clickbait dan Hoaks

Jurnalisme Kristen harus secara aktif menolak praktik "clickbait" (judul sensasional yang menyesatkan) dan "hoaks" (informasi palsu). Clickbait didefinisikan sebagai "link jebakan pada judul konten yang dibuat untuk menarik perhatian pembaca".²³ Praktik ini dapat merusak reputasi, menciptakan rasa ketidakpastian, menurunkan pendapatan, dan meningkatkan *bounce rate* (tingkat pentalan) pembaca.²³ Untuk menghindarinya, penting untuk memvalidasi situs yang dikunjungi dan memperhatikan awal serta akhir artikel.²³

Wartawan Kristen harus memprioritaskan kebenaran dan keterlibatan yang tulus, bukan sekadar menarik klik. Ini berarti judul harus akurat dan relevan dengan isi, tanpa melebih-lebihkan atau menyesatkan.²⁵ Kualitas dan integritas konten harus diutamakan di atas daya tarik sesaat yang menyesatkan.

Penyajian Informasi yang Membangun Tubuh Kristus

Penyajian informasi dalam jurnalisme Kristen harus selalu bertujuan untuk membangun dan menguatkan tubuh Kristus. Media digital, termasuk media sosial, memiliki peran besar dalam pembentukan iman dan pembangunan komunitas.²⁸ Gereja dituntut untuk menjalankan panggilannya dalam memelihara dan menjaga iman jemaatnya di tengah situasi yang tidak baik.²⁸

Ini berarti bahwa konten yang disajikan harus relevan dengan kehidupan iman, mendorong pertumbuhan rohani, dan mempromosikan persatuan di antara umat percaya. Gereja perlu selektif dalam memilih berita yang ingin disampaikan dan berani menyampaikan kepenuhan kebenaran tanpa bersembunyi di balik pernyataan yang ambigu.²⁹ Pemanfaatan teknologi harus sejalan dengan nilai-nilai Kristiani, dan gereja harus mampu mengkontekstualisasikan perubahan sosial tanpa menolak nilai-nilai hakiki iman.²⁹ Melalui konten yang positif dan inspiratif, jurnalisme gerejawi dapat berkontribusi pada kematangan iman jemaat dan menjadi terang di tengah dunia.

BAB 4: MEDIA SOSIAL VS JURNALISTIK

Era digital telah membawa media sosial ke garis depan komunikasi, menciptakan lanskap yang kompleks di mana batas antara konten jurnalistik dan non-jurnalistik seringkali kabur. Bagi wartawan gereja, memahami perbedaan mendasar antara media sosial dan jurnalistik adalah kunci untuk praktik yang bertanggung jawab dan efektif.

Perbandingan Tujuan, Sumber, Konten, Verifikasi, Regulasi

Meskipun media sosial seringkali menjadi mitra kerja wartawan³⁰, terdapat perbedaan fundamental antara keduanya:

- **Tujuan:**
 - **Media Sosial:** Tujuan utamanya adalah komunikasi pribadi, berbagi informasi, dan promosi diri atau produk. Wartawan sering menggunakannya untuk berkomunikasi dan sebagai ajang promosi.³⁰
 - **Jurnalistik:** Tujuan utamanya adalah menyampaikan informasi faktual, berimbang, dan relevan kepada publik demi kepentingan umum.
- **Sumber:**
 - **Media Sosial:** Sumber informasi di media sosial seringkali bersifat *user-generated content* (konten buatan pengguna) yang bervariasi dalam keandalannya. Siapa pun bisa mempublikasikan apa pun.
 - **Jurnalistik:** Sumber informasi dalam jurnalistik haruslah terverifikasi dan dapat dipertanggungjawabkan, seringkali dengan atribusi yang jelas.³¹
- **Konten:**
 - **Media Sosial:** Konten sangat beragam, mulai dari opini pribadi, hiburan, hingga berita. Kualitas dan keakuratan seringkali tidak terjamin.
 - **Jurnalistik:** Konten berfokus pada fakta dan data aktual, disajikan dalam struktur yang baku (judul, teras, tubuh berita).³²

- **Verifikasi:**

- **Media Sosial:** Tidak ada aturan atau kaidah formal dalam penulisannya, alias bebas.³³ Verifikasi informasi seringkali tidak dilakukan atau menjadi tanggung jawab pembaca.
- **Jurnalistik:** Memiliki proses verifikasi yang ketat dan mendalam untuk memastikan kebenaran data dan informasi sebelum dipublikasikan.³² Wartawan Kota Bandung, misalnya, menggunakan media sosial sebagai data awal dan bahan konfirmasi, namun tetap menguji kualitas informasi yang bersumber dari sana untuk memastikan tidak mengandung hoaks.³⁰

- **Regulasi:**

- **Media Sosial:** Regulasi terhadap konten di media sosial cenderung lebih longgar dibandingkan media massa tradisional.³³
- **Jurnalistik:** Diatur oleh undang-undang pers dan kode etik jurnalistik yang ketat, yang mengatur prinsip, ketentuan, hak, dan kewajiban perusahaan pers serta wartawan.³

Kekuatan dan Bahaya Media Sosial bagi Wartawan Gereja

Media sosial menawarkan kekuatan besar sekaligus potensi bahaya bagi wartawan gereja:

- **Kekuatan:**

- **Jangkauan Luas:** Media sosial memungkinkan pesan Injil dan informasi gerejawi menjangkau audiens yang sangat luas, termasuk generasi digital yang mungkin tidak terpapar media tradisional.³⁵
- **Komunikasi Langsung dan Interaktif:** Memfasilitasi komunikasi dua arah antara gereja dan jemaat, memungkinkan umpan balik yang cepat dan pembangunan komunitas yang lebih besar tanpa harus menuntut kedekatan fisik.²⁸
- **Sarana Evangelisasi dan Pemuridan:** Dapat digunakan untuk menyampaikan pesan Injil, materi pelajaran Alkitab, dan pengumuman gerejawi, serta membangun ikatan komunitas yang kuat.³⁵

- **Bahaya:**

- **Penyebaran Misinformasi dan Hoaks:** Media sosial adalah lahan subur bagi penyebaran informasi palsu, yang dapat merusak reputasi gereja atau menyebarkan ajaran yang tidak benar.²⁹
- **Narasi Anti-Kristen:** Dunia media kadang sangat anti terhadap ajaran iman dan moral Kristiani.²⁹ Wartawan gereja harus siap menghadapi dan menanggapi narasi negatif ini dengan bijak.
- **Kehilangan Kredibilitas:** Jika wartawan gereja tidak menjaga integritas dan konsistensi dalam menyampaikan informasi, kredibilitas mereka dapat terancam di tengah banjir informasi media sosial.³⁸

Prinsip Pengelolaan Akun Media Gereja

Untuk memaksimalkan kekuatan dan meminimalkan bahaya media sosial, pengelolaan akun media gereja harus didasarkan pada prinsip-prinsip berikut:

- **Transparansi dan Etika Digital:** Gereja harus transparan dalam penggunaan teknologi dan data jemaat, serta mempertimbangkan dampak teknologi terhadap komunitas yang lebih luas, termasuk etika penggunaan media sosial, keamanan siber, dan perlindungan dari penyalahgunaan.³⁹
- **Literasi Media:** Penting untuk membekali individu dengan kemampuan berpikir kritis agar memiliki kesadaran dalam memahami makna setiap konten di media sosial. Ini mendorong penggunaan media sosial yang lebih bijak, evaluasi informasi, dan verifikasi terhadap informasi yang ada.⁴⁰ Gereja memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan pengajaran dan pembinaan literasi media kepada generasi berikutnya, termasuk Gen-Z.⁴⁰
- **Kolaborasi dan Konsistensi Konten:** Kolaborasi antarpihak dapat meringankan investasi waktu, tenaga, dan infrastruktur yang dibutuhkan gereja dalam mengelola media sosial.⁴⁰ Konten harus selalu mengikuti tren yang sedang viral namun tetap disesuaikan dengan ciri khas dan nilai-nilai gereja.⁴¹
- **Menjaga Nilai-nilai Hakiki Iman:** Meskipun beradaptasi dengan perubahan bentuk sosial di dunia digital, gereja tidak boleh menolak nilai-nilai hakiki iman.²⁹ Pesan harus disajikan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami di platform digital, namun pola komunikasi Kristen yang telah terbentuk harus tetap diterapkan dalam menyampaikan pesan kebenaran firman Tuhan.³⁶

BAB 5: ETIKA JURNALISTIK & "OFF THE RECORD"

Etika jurnalistik adalah pilar utama yang menjaga kepercayaan publik terhadap media. Bagi wartawan gereja, pemahaman dan penerapan etika ini menjadi lebih kompleks karena melibatkan tanggung jawab profesional sekaligus spiritual. Salah satu konsep penting dalam etika jurnalistik adalah "off the record."

Definisi dan Ruang Lingkup "Off the Record"

"Off the record" merujuk pada informasi yang dibagikan oleh seorang sumber yang tidak dimaksudkan untuk dipublikasikan dan tidak dapat diatribusikan kepada sumber tersebut.⁴² Konsep ini sangat penting dalam membangun kepercayaan antara jurnalis dan sumber, memungkinkan diskusi yang jujur yang dapat memberikan konteks atau latar belakang tanpa risiko pengungkapan publik.⁴² Dalam bahasa Indonesia, padanan istilah "off the record" adalah "cegah siar".⁴⁴

Penting untuk dicatat bahwa kesepakatan "off the record" harus ditetapkan secara jelas di awal wawancara untuk menghindari kesalahpahaman di kemudian hari.⁴² Informasi "off the record" tidak dapat dipublikasikan, namun dapat memperkaya pemahaman jurnalis dan membentuk pertanyaan selama wawancara.⁴² Melanggar kesepakatan ini dapat merusak reputasi jurnalis dan hubungannya dengan sumber, yang pada akhirnya mengurangi kepercayaan.⁴² Ruang lingkup "off the record" sangat erat kaitannya dengan dunia jurnalistik dan merupakan ketentuan yang diatur dalam Kode Etik Jurnalistik.⁴⁴

Perlindungan Sumber dan Tanggung Jawab Moral

Perlindungan sumber informasi adalah salah satu prinsip etika jurnalistik yang paling fundamental. Wartawan memiliki "hak tolak" untuk melindungi sumber informasi mereka.⁴⁶ Hak ini krusial untuk mendorong sumber agar mau berbagi informasi sensitif tanpa takut akan konsekuensi negatif.

Seorang wartawan yang melaksanakan profesinya tanpa moralitas atau dengan standar moral yang rendah berarti mengingkari jati dirinya sendiri.²⁰ Tanggung jawab moral wartawan mencakup berbagai aspek, seperti tidak beritikad buruk, tidak membuat berita cabul dan sadis, tidak menyebutkan identitas korban kesusilaan atau anak sebagai pelaku kejahatan, tidak berprasangka dan diskriminatif, tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, dan sakit, serta tidak menerima suap.²⁰

Dalam konteks "off the record," tanggung jawab moral berarti menjaga kerahasiaan informasi yang telah disepakati untuk tidak dipublikasikan, bahkan jika informasi tersebut dapat memberikan keuntungan berita yang besar. Jika media tetap mempublikasikan informasi "off the record," hal itu dapat dikategorikan sebagai informasi bohong atau fitnah, dengan sumber dibebaskan dari tuntutan hukum dan etika, sementara media yang mempublikasikan bertanggung jawab penuh atas beban etika dan hukum yang ada.⁴³

Kode Etik Jurnalistik dan Relevansinya dalam Pelayanan Gereja

Kode Etik Jurnalistik (KEJ) adalah pedoman perilaku bagi wartawan, mulai dari proses peliputan hingga penulisan berita.⁴⁷ KEJ ditetapkan oleh Dewan Pers untuk menjamin kemerdekaan pers dan memenuhi hak publik untuk memperoleh informasi yang benar.³⁴ Beberapa pasal penting dalam KEJ meliputi:

- **Independensi dan Akurasi:** Wartawan Indonesia harus bersikap independen, menghasilkan berita yang akurat, berimbang, dan tidak beritikad buruk.³⁴
- **Profesionalisme:** Menempuh cara-cara yang profesional dalam melaksanakan tugas jurnalistik.³⁴

- **Verifikasi dan Keseimbangan:** Selalu menguji informasi, memberitakan secara berimbang, tidak mencampurkan fakta dan opini yang menghakimi, serta menerapkan asas praduga tak bersalah.³⁴
- **Larangan Konten Negatif:** Tidak membuat berita bohong, fitnah, sadis, dan cabul.³⁴
- **Perlindungan Identitas:** Tidak menyebutkan dan menyiarkan identitas korban kejahatan susila dan identitas anak yang menjadi pelaku kejahatan.³⁴
- **Integritas Profesi:** Tidak menyalahgunakan profesi dan tidak menerima suap.³⁴
- **Penghormatan Privasi:** Menghormati hak narasumber tentang kehidupan pribadinya, kecuali untuk kepentingan publik.³⁴
- **Koreksi dan Hak Jawab:** Segera mencabut, meralat, dan memperbaiki berita yang keliru dan tidak akurat disertai permintaan maaf, serta melayani hak jawab dan hak koreksi secara proporsional.³⁴

Relevansi Kode Etik Jurnalistik dalam pelayanan gereja sangatlah besar. Meskipun KEJ dirancang untuk jurnalisme sekuler, prinsip-prinsip moralitas yang terkandung di dalamnya sangat sesuai dengan nilai-nilai Kristiani. Seorang pelayan jemaat, seperti pendeta, juga memerlukan kode etik untuk memastikan pelayanan yang baik, yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan pribadi yang berintegritas.⁴⁸ Ini termasuk menjaga kerahasiaan jemaat, tidak menyebarkan gosip atau fitnah, serta jujur dalam setiap penjelasan.⁴⁸

Bagi wartawan gereja, KEJ menyediakan kerangka kerja yang kuat untuk komunikasi yang etis. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip ini dengan tanggung jawab spiritual untukewartakan kebenaran dan membangun tubuh Kristus, wartawan gereja dapat memastikan bahwa setiap pemberitaan mereka tidak hanya profesional, tetapi juga mencerminkan karakter Kristus dan memuliakan nama-Nya.

BAB 6: SYARAT DAN GAYA BAHASA JURNALISTIK

Bahasa adalah alat utama seorang wartawan. Dalam jurnalistik, penggunaan bahasa memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari gaya penulisan lain, seperti khotbah atau karya sastra. Memahami syarat dan gaya bahasa jurnalistik adalah esensial untuk menyampaikan informasi secara efektif dan efisien kepada publik.

Syarat Bahasa: Singkat, Padat, Jelas, Aktif, Non-Teknis

Bahasa jurnalistik dirancang untuk komunikasi massa, sehingga harus mudah ditangkap maknanya dan dipahami isinya oleh khalayak luas.⁵⁰ Beberapa karakteristik utamanya meliputi:

- **Sederhana:** Mengutamakan dan memilih kata atau kalimat yang maknanya paling banyak diketahui masyarakat umum.⁵¹
- **Singkat:** Langsung pada inti permasalahan, tidak bertele-tele, dan tidak memboroskan waktu pembaca.⁵¹ Judul berita yang baik, misalnya, umumnya terdiri dari 5-10 kata.²⁵
- **Padat:** Setiap kalimat dan paragraf memuat informasi penting dan menarik.⁵¹
- **Lugas:** Tegas, tidak ambigu, dan menghindari eufemisme atau penghalusan kata yang bisa membingungkan.⁵¹
- **Jernih/Jelas:** Transparan, bening, jujur, tulus, dan tidak menyembunyikan hal negatif seperti prasangka atau fitnah.⁵¹ Kalimat dan kata harus mudah ditangkap dan dipahami maksudnya.⁵¹
- **Menarik:** Mampu membangkitkan minat, perhatian, dan memicu selera khalayak.⁵¹
- **Populis:** Kata, istilah, atau kalimat harus akrab di telinga dan mata khalayak.⁵¹
- **Logis:** Apa pun yang ada dalam kata, istilah, kalimat harus bisa diterima akal sehat.⁵¹
- **Demokratis:** Tidak mengenal tingkatan, pangkat, kasta, atau perbedaan antara yang menyapa dan yang disapa.⁵¹

- **Gramatikal:** Penggunaan kata, kalimat, atau istilah harus sesuai kaidah tata bahasa baku.⁵¹
- **Menghindari kata tutur dan istilah asing:** Hendaknya menghindari penggunaan kata sehari-hari yang sifatnya informal dan istilah asing agar khalayak dapat memahami makna setiap kata.⁵¹
- **Pilihan diksi yang tepat:** Ketepatan pemilihan diksi sangat ditekankan untuk efektivitas.⁵¹
- **Mengutamakan kalimat aktif:** Kalimat aktif lebih mudah dipahami, dimengerti, dan disukai khalayak dibandingkan kalimat pasif.⁵⁰
- **Non-teknis:** Karena ditujukan untuk umum, bahasa jurnalistik harus sederhana, mudah dipahami, ringan dibaca, dan tidak membuat bingung khalayak dengan istilah teknis.⁵⁰
- **Tunduk pada kaidah etika:** Penggunaan kata, kalimat, dan bahasa harus ditujukan untuk memenuhi fungsi edukasi atau mendidik.⁵¹

Contoh Perbandingan Antara Kalimat Jurnalistik vs Kalimat Khotbah

Perbedaan gaya bahasa antara jurnalistik dan khotbah sangat mencolok karena perbedaan tujuan dan audiens.

- **Kalimat Khotbah (Contoh):**
 - "Saudara-saudari yang terkasih dalam Tuhan, marilah kita merenungkan betapa agungnya kasih karunia Allah yang telah dicurahkan bagi kita melalui pengorbanan Kristus di kayu salib. Kasih ini adalah fondasi iman kita, yang memampukan kita untuk hidup dalam kekudusan dan menjadi berkat bagi sesama, sebagaimana tertulis dalam 1 Petrus 1:15-16, 'hendaklah kamu menjadi kudus di dalam seluruh hidupmu sama seperti Dia yang kudus, yang telah memanggil kamu, sebab ada tertulis: Kuduslah kamu, sebab Aku kudus'.⁵⁴ Ini adalah panggilan untuk transformasi dari dalam ke luar, dibersihkan oleh Roh Kudus, agar hidup kita memancarkan kemuliaan-Nya."
 - **Analisis:** Gaya bahasa khotbah cenderung persuasif, naratif, dan teologis. Kalimatnya bisa lebih panjang, penuh dengan retorika, pengulangan, dan

penekanan emosional untuk menginspirasi dan mendorong pendengar pada tindakan iman. Fokusnya adalah pada interpretasi Alkitab, aplikasi spiritual, dan pembentukan karakter.

- **Kalimat Jurnalistik (Contoh):**

- "Gereja XYZ menggelar ibadah Minggu khusus yang menekankan pentingnya hidup kudus dan transformasi rohani. Dalam khotbahnya, Pendeta [Nama Pendeta] mengajak jemaat untuk merefleksikan panggilan kekudusan yang berlandaskan pada 1 Petrus 1:15-16. Beliau menyoroti bahwa perubahan hidup sejati berasal dari Roh Kudus, mendorong jemaat untuk menjadi cermin kemuliaan Tuhan."
- **Analisis:** Gaya bahasa jurnalistik lebih ringkas, padat, dan faktual. Kalimatnya cenderung pendek (SPOK), langsung pada inti informasi, dan menghindari bahasa yang bertele-tele atau emosional berlebihan.⁵⁵ Tujuannya adalah menyampaikan 'apa, siapa, kapan, di mana, mengapa, bagaimana' secara efisien.

Bahasa Jurnalistik untuk Pelayanan: Sederhana Namun Kuat

Dalam konteks pelayanan gereja, bahasa jurnalistik harus diadaptasi agar tetap sederhana namun memiliki dampak yang kuat. Pesan yang disampaikan harus mudah dipahami oleh audiens yang beragam, termasuk generasi muda yang cenderung lebih responsif terhadap bahasa yang langsung dan mudah dimengerti.³⁶

Gereja dan misionaris dapat memanfaatkan teknologi untuk menyediakan bahan pelajaran dan literatur keagamaan yang lebih mudah diakses dan didistribusikan.³⁶

Ini berarti bahwa khotbah, renungan, dan berita gerejawi perlu disajikan dalam format yang ringkas, padat, dan mudah dipahami, terutama di platform digital.³⁶

Pola komunikasi Kristen yang telah terbentuk harus tetap diterapkan dalam menyampaikan pesan kebenaran firman Tuhan, namun pesan tersebut harus disajikan dengan cara yang mudah diakses dan dipahami di platform digital.³⁶

Dengan demikian, bahasa jurnalistik gerejawi dapat secara efektif menyebarkan informasi dan komunikasi Kristen, menjangkau masyarakat digital melalui penginjilan dan pembinaan dalam ruang virtual.³⁶

BAB 7: TEKNIK MENULIS BERITA GEREJA

Menulis berita gereja yang efektif memerlukan pemahaman tentang struktur dasar jurnalistik dan kemampuan untuk menyesuaikannya dengan konteks pelayanan gereja. Berita gereja tidak hanya menginformasikan, tetapi juga menginspirasi dan membangun iman.

Struktur Berita (Judul, Lead, Isi, Penutup)

Setiap berita yang baik memiliki struktur yang jelas untuk memastikan informasi disampaikan secara logis dan mudah dipahami oleh pembaca. Struktur ini umumnya dikenal sebagai "piramida terbalik":

1. **Judul (Headline):** Judul adalah bagian terpenting karena berfungsi menarik minat pembaca.³² Judul harus singkat, padat, menarik, dan mencerminkan isi berita secara keseluruhan, biasanya terdiri dari 5-10 kata.³² Judul yang baik juga disusun atas kalimat aktif dan sesuai dengan kaidah bahasa baku.⁵⁷
2. **Teras Berita (Lead):** Teras berita atau *lead* adalah paragraf pembuka yang berisi intisari dari keseluruhan berita.³² *Lead* biasanya menjawab pertanyaan 5W+1H (What, Who, When, Where, Why, How) secara ringkas dan padat.³² Paragraf pembuka ini sangat penting karena menentukan apakah pembaca akan melanjutkan membaca berita atau tidak.³²
3. **Tubuh Berita (Body):** Tubuh berita merupakan bagian inti yang menguraikan detail informasi secara lebih lengkap.³² Bagian ini biasanya disusun dengan pola piramida terbalik, di mana informasi terpenting diletakkan di awal, diikuti informasi pendukung dan rincian lebih lanjut dari 5W+1H.³²
4. **Penutup (Tail/Ekor Berita):** Penutup berisi kesimpulan atau informasi tambahan yang melengkapi isi berita.³² Bagian ini bersifat opsional dan berisi informasi yang kurang penting namun tetap relevan, seperti latar belakang atau harapan.³²

Piramida Terbalik

Teknik piramida terbalik adalah struktur penulisan berita yang menekankan pada penyajian informasi paling penting di awal, diikuti dengan informasi yang semakin kurang penting. Konsep ini memungkinkan pembaca untuk dengan cepat menangkap inti berita hanya dengan membaca paragraf awal.⁵⁸

- **Lead:** Berisi komponen penting 5W+1H, menjelaskan apa, siapa, di mana, kapan, mengapa, dan bagaimana kejadian berlangsung. Informasi utama ada di bagian awal cerita.⁵⁸
- **Body:** Berisi detail penting, penjelasan lebih lanjut mengenai unsur 5W+1H yang sudah disebutkan dalam *lead*.⁵⁸
- **Tail:** Berisi informasi tambahan atau pelengkap dari berita, seperti penilaian penulis, harapan, atau informasi latar belakang sebelumnya.⁵⁷

Rumus 5W+1H+1S (Safe)

Rumus 5W+1H adalah panduan dasar dalam mengumpulkan dan menyusun informasi berita, memastikan kelengkapan dan kejelasan. Dalam konteks jurnalistik gerejawi, ditambahkan unsur '1S' (Safe) untuk menekankan dimensi spiritual dan etis.

- **What (Apa):** Peristiwa atau kejadian apa yang terjadi? Ini mencakup deskripsi peristiwa, bagaimana itu terlihat, dan apa akibat yang ditimbulkan.³¹
- **Who (Siapa):** Siapa saja yang terlibat dalam peristiwa tersebut? Ini bisa berupa individu, kelompok, atau organisasi.³¹
- **When (Kapan):** Kapan peristiwa itu terjadi? Mencakup tanggal, bulan, tahun, serta hari dan jam.³¹
- **Where (Di mana):** Di mana peristiwa itu terjadi? Mencakup lokasi spesifik.³¹
- **Why (Mengapa):** Mengapa peristiwa itu terjadi? Menjelaskan penyebab atau alasan di balik kejadian.³¹
- **How (Bagaimana):** Bagaimana kronologi peristiwa itu terjadi? Menjelaskan proses atau urutan kejadian.³¹

- **Safe (Aman/Membangun):** Ini adalah unsur tambahan yang relevan dengan jurnalistik Kristen. Informasi yang disampaikan harus "aman" secara spiritual dan etis, artinya tidak menyesatkan, tidak memicu perpecahan, dan selalu bertujuan untuk membangun iman dan komunitas, serta memuliakan Tuhan. Ini memastikan bahwa berita tidak hanya faktual tetapi juga selaras dengan nilai-nilai Kristiani.

Penyesuaian untuk Berita Ibadah, Pelayanan Sosial, dan Penginjilan

Teknik penulisan berita gereja perlu disesuaikan dengan jenis peristiwa yang dilaporkan:

- **Berita Ibadah:**
 - Fokus pada makna spiritual ibadah, tema khotbah, partisipasi jemaat, dan dampak rohani.
 - Contoh: "Jemaat Gereja XYZ Rayakan Paskah dengan Khidmat, Pesan Kebangkitan Kuatkan Iman Umat."
 - Informasi yang relevan: tanggal, waktu, lokasi, nama pemimpin ibadah/pengkhotbah, tema khotbah, jumlah jemaat, dan suasana ibadah.⁶⁰
- **Berita Pelayanan Sosial Gereja:**
 - Soroti dampak nyata pelayanan terhadap masyarakat, kisah-kisah inspiratif, dan nilai-nilai kasih Kristus yang diwujudkan.
 - Contoh: "Gereja ABC Salurkan Bantuan Kemanusiaan untuk Korban Bencana, Wujudkan Kasih Kristus dalam Aksi Nyata."
 - Informasi yang relevan: jenis bantuan, jumlah penerima, lokasi pelayanan, tantangan yang dihadapi, dan testimoni dari penerima manfaat.⁶⁰
- **Berita Penginjilan:**
 - Fokus pada pesan keselamatan, transformasi hidup, dan panggilan untuk bertindak. Jurnalisme penginjilan menyangkut berita keselamatan kepada banyak orang.⁶¹
 - Contoh: "Ratusan Pemuda Hadiri KKR di Gereja DEF, Alami Perubahan Hidup Melalui Kabar Baik Injil."
 - Informasi yang relevan: jumlah peserta, pembicara, kesaksian, dan dampak rohani dari acara tersebut. Penginjilan adalah misi gereja untuk menyebarkan Injil ke seluruh dunia, dan pertumbuhan gereja sangat bergantung pada penyebaran Injil ini.⁶²

BAB 8: MEMBUAT JUDUL BERITA YANG MENARIK

Judul berita adalah gerbang utama yang menentukan apakah pembaca akan tertarik untuk melanjutkan membaca atau tidak. Di era digital yang penuh informasi, judul yang menarik dan relevan menjadi semakin krusial.

Teknik Dasar Membuat Judul

Membuat judul yang efektif memerlukan strategi yang matang:

1. **Mulai dengan Draf Judul:** Sebelum menulis artikel, buatlah beberapa draf judul. Ini membantu memfokuskan pembahasan dan memastikan artikel tidak meluas atau kehilangan fokus.⁶³
2. **Berikan Informasi yang Akurat:** Judul harus mencerminkan isi artikel secara jujur. Hindari membuat ekspektasi yang terlalu tinggi jika tidak sesuai dengan isi, karena ini dapat mengurangi kepercayaan pembaca.⁶³
3. **Berikan Manfaat untuk Pembaca:** Judul yang baik menunjukkan manfaat atau keuntungan yang akan diperoleh pembaca dari membaca artikel tersebut. Pertimbangkan "Apa manfaatnya bagi saya?" dari sudut pandang pembaca.⁶³
4. **Poles dengan Kata Sifat dan Angka:** Gunakan kata sifat yang kuat (misalnya, "menjanjikan," "terbaik," "populer") dan angka (misalnya, "7 Tips," "10 Destinasi") untuk membuat judul lebih spesifik, terstruktur, dan menarik perhatian.⁶³ Judul dengan angka dapat menghasilkan performa yang lebih baik.⁶⁴
5. **Buat Judul yang Singkat dan Padat:** Judul yang efektif biasanya singkat, jelas, dan padat, seringkali tidak lebih dari 60 karakter atau 5-10 kata.²⁵ Judul yang terlalu panjang dapat terpotong di hasil pencarian.⁶⁴
6. **Fokus pada Pembaca, Bukan Mesin Pencari:** Meskipun optimasi SEO penting, judul harus ditulis untuk manusia. Pikirkan apa yang ingin diketahui

atau dicari pembaca dan buat judul yang membangkitkan rasa penasaran mereka.⁶³

7. **Targetkan Satu Audiens Pembaca:** Identifikasi audiens target dan sesuaikan judul agar relevan dengan minat mereka.⁶³
8. **Lakukan Brainstorming:** Mintalah pendapat dari rekan atau orang lain tentang apakah judul mudah dibaca, apa yang kurang, atau apa yang perlu ditambahkan.⁶³
9. **Letakkan Topik/Kata Kunci Strategis:** Tempatkan kata kunci penting di bagian awal atau akhir judul untuk membantu pembaca dan mesin pencari memahami konteks berita.²⁵
10. **Gunakan Kalimat Aktif:** Kalimat aktif membuat judul lebih dinamis dan menarik, serta lebih mudah dipahami.²⁵
11. **Patuhi Etika Jurnalistik:** Judul harus etis, tidak menyesatkan, dan tidak mengandung unsur hoaks atau provokasi yang tidak berdasar.²⁵

Hindari Clickbait, Tetap Menarik dan Relevan

Menghindari clickbait adalah keharusan untuk menjaga kredibilitas, terutama dalam jurnalisme gerejawi yang berlandaskan kebenaran. Clickbait, yang menggunakan judul sensasional dan bombastis yang menjanjikan secara berlebihan, dapat merusak reputasi dan menurunkan kepercayaan pembaca.²³

Untuk tetap menarik tanpa clickbait:

- **Fokus pada Fakta Utama:** Pilih informasi paling penting atau menarik dari berita untuk dijadikan fokus utama dalam judul, hindari terlalu banyak detail yang membingungkan.²⁵
- **Aktual dan Relevan:** Judul harus mencerminkan peristiwa terkini dan memiliki relevansi dengan apa yang sedang terjadi atau penting bagi audiens.²⁵
- **Unik dan Menarik:** Judul harus mampu menarik perhatian pembaca di tengah banyaknya berita lain. Judul yang unik atau provokatif (dalam arti positif, membangkitkan minat) lebih efektif.²⁵
- **Tidak Menyesatkan:** Judul harus tetap mencerminkan kenyataan yang ada dalam artikel, tidak berlebihan atau tidak sesuai dengan isi berita.²⁵

Studi Kasus Judul: Sebelum & Sesudah Disunting

Berikut adalah contoh bagaimana judul berita dapat disunting untuk menjadi lebih menarik, relevan, dan efektif, sambil tetap menghindari clickbait dan menjaga integritas.

Studi Kasus 1: Berita Ibadah

- **Judul Sebelum Disunting:** "Ibadah Minggu di Gereja Kami Berjalan Lancar"
 - **Analisis:** Terlalu umum, tidak spesifik, tidak menarik, dan tidak memberikan informasi penting.
- **Judul Sesudah Disunting:** "Pesan Kasih dan Persatuan Menggema dalam Ibadah Minggu Raya Gereja Bethel Indonesia"
 - **Analisis:** Lebih spesifik (pesan, nama gereja), menggunakan kata sifat yang membangun ("menggema," "persatuan," "raya"), dan memberikan gambaran inti dari ibadah tersebut.

Studi Kasus 2: Berita Pelayanan Sosial

- **Judul Sebelum Disunting:** "Gereja Salurkan Bantuan ke Warga Terdampak Banjir"
 - **Analisis:** Kurang detail, tidak menonjolkan dampak atau nilai humanis.
- **Judul Sesudah Disunting:** "Sentuhan Kasih Kristus: Gereja Kristen Indonesia Salurkan 5 Ton Bantuan ke 200 Keluarga Korban Banjir Jakarta"
 - **Analisis:** Lebih spesifik (jumlah bantuan, jumlah keluarga, lokasi, nama gereja), menggunakan frasa yang menyentuh emosi ("Sentuhan Kasih Kristus"), dan memberikan detail kuantitatif yang relevan.

Studi Kasus 3: Berita Penginjilan

- **Judul Sebelum Disunting:** "Acara KKR Sukses Dilaksanakan di Kota Ini"
 - **Analisis:** Sangat umum, tidak ada daya tarik, tidak menyebutkan siapa atau apa yang terjadi.
- **Judul Sesudah Disunting:** "Ribuan Pemuda Terinspirasi dalam KKR 'Hidup Baru dalam Kristus' di Bandung"
 - **Analisis:** Lebih spesifik (jumlah peserta, tema KKR, lokasi), menggunakan kata yang membangkitkan minat ("Terinspirasi"), dan langsung mengacu pada inti pesan penginjilan.

Penyuntingan judul seperti ini memastikan bahwa berita tidak hanya informatif tetapi juga menarik perhatian pembaca, tanpa mengorbankan kebenaran atau integritas.

BAB 9: JENIS TERAS BERITA

Teras berita atau *lead* adalah paragraf pembuka yang krusial dalam sebuah berita. Fungsinya adalah untuk meringkas inti cerita dan menarik perhatian pembaca agar melanjutkan membaca seluruh artikel.³² Berbagai jenis *lead* dapat digunakan tergantung pada fokus utama berita dan efek yang ingin dicapai.

7 Jenis Lead: Langsung, Tidak Langsung, Deskriptif, Pertanyaan, Kutipan, Statistik, Anekdote

Berikut adalah tujuh jenis *lead* utama yang sering digunakan dalam jurnalistik, beserta contoh penerapannya dalam konteks gerejawi:

1. Lead Langsung (Summary Lead):

- Jenis ini langsung menyajikan intisari berita, menjawab 5W+1H secara ringkas di awal.⁶⁵
- **Contoh Terapan pada Berita Gerejawi:** "Gereja Protestan di Indonesia bagian Barat (GPIB) Immanuel Jakarta menggalang dana sebesar Rp 50 juta untuk membantu korban gempa Cianjur dalam ibadah khusus Minggu (12/5) pagi ini."
- **Latihan:** Dari peristiwa "Peringatan Hari Lingkungan Hidup Sedunia di Gereja Katedral Jakarta pada 5 Juni 2024, dihadiri oleh Uskup Agung dan 300 jemaat, menghasilkan komitmen penanaman 1.000 pohon," *lead* langsungnya bisa: "Uskup Agung Jakarta dan 300 jemaat Gereja Katedral Jakarta berkomitmen menanam 1.000 pohon dalam peringatan Hari Lingkungan Hidup Sedunia, Rabu (5/6)."

2. Lead Tidak Langsung (Delayed Lead):

- *Lead* ini membangun suasana atau konteks terlebih dahulu sebelum masuk ke inti berita, sering digunakan dalam *feature* atau berita ringan.⁶⁶
- **Contoh Terapan pada Berita Gerejawi:** "Di tengah hiruk pikuk kota, sebuah sudut kecil di Gereja Katedral Jakarta menjadi saksi bisu komitmen

baru. Pagi ini, ratusan jemaat bersama Uskup Agung memulai gerakan penanaman pohon, menandai peringatan Hari Lingkungan Hidup Sedunia."

- **Latihan:** Dari peristiwa yang sama, *lead* tidak langsungnya bisa: "Udara pagi yang sejuk menyelimuti halaman Gereja Katedral Jakarta, di mana semangat kepedulian lingkungan berkobar. Ratusan jemaat dan Uskup Agung berkumpul untuk memulai aksi nyata, menandai peringatan Hari Lingkungan Hidup Sedunia."

3. **Lead Deskriptif (Descriptive Lead):**

- Menggunakan gambaran yang hidup dan detail sensorik untuk menciptakan suasana atau kesan, membuat pembaca dapat membayangkan kejadian secara jelas.⁶⁵
- **Contoh Terapan pada Berita Gerejawi:** "Aroma tanah basah dan bibit pohon memenuhi udara pagi di Gereja Katedral Jakarta. Di bawah bimbingan Uskup Agung, tangan-tangan jemaat dengan semangat menancapkan bibit-bibit harapan, sebuah pemandangan yang menginspirasi dalam peringatan Hari Lingkungan Hidup Sedunia."
- **Latihan:** Dari peristiwa yang sama, *lead* deskriptifnya bisa: "Hijau dedaunan muda dan senyum sumringah terpancar dari wajah ratusan jemaat Gereja Katedral Jakarta, yang bersama Uskup Agung, bahu-membahu menanam pohon dalam rangka Hari Lingkungan Hidup Sedunia."

4. **Lead Pertanyaan (Question Lead):**

- Dimulai dengan pertanyaan yang dirancang untuk membangkitkan rasa ingin tahu pembaca, mendorong mereka mencari jawaban dalam isi berita.⁶⁵
- **Contoh Terapan pada Berita Gerejawi:** "Bagaimana gereja dapat berperan aktif dalam menjaga kelestarian lingkungan? Pertanyaan itu dijawab dengan aksi nyata penanaman 1.000 pohon oleh Uskup Agung dan 300 jemaat Gereja Katedral Jakarta dalam peringatan Hari Lingkungan Hidup Sedunia hari ini."
- **Latihan:** Dari peristiwa yang sama, *lead* pertanyaan bisa: "Apakah gereja memiliki peran dalam mengatasi krisis iklim? Aksi penanaman 1.000 pohon oleh Gereja Katedral Jakarta hari ini memberikan jawaban yang jelas."

5. **Lead Kutipan (Quotation Lead):**

- Dimulai dengan kutipan langsung yang kuat atau menarik, biasanya dari sumber utama berita.⁶⁶
- **Contoh Terapan pada Berita Gerejawi:** "Ini adalah langkah nyata iman

kami untuk merawat ciptaan Tuhan,' ujar Uskup Agung Jakarta saat memimpin penanaman pohon di Gereja Katedral Jakarta dalam peringatan Hari Lingkungan Hidup Sedunia."

- **Latihan:** Dari peristiwa yang sama, *lead* kutipan bisa: "'Kami ingin gereja menjadi teladan dalam menjaga bumi,' kata salah satu jemaat Gereja Katedral Jakarta saat menanam bibit pohon pada peringatan Hari Lingkungan Hidup Sedunia."

6. **Lead Statistik (Statistical Lead):**

- Menggunakan angka atau statistik yang mengejutkan atau signifikan untuk menarik perhatian pembaca.⁶⁶
- **Contoh Terapan pada Berita Gerejawi:** "Dengan target 1.000 pohon, Gereja Katedral Jakarta hari ini memulai kampanye lingkungan terbesar dalam sejarahnya, dipimpin langsung oleh Uskup Agung dalam peringatan Hari Lingkungan Hidup Sedunia."
- **Latihan:** Dari peristiwa yang sama, *lead* statistik bisa: "300 jemaat Gereja Katedral Jakarta, dipimpin Uskup Agung, berpartisipasi dalam penanaman 1.000 pohon, sebuah inisiatif signifikan dalam Hari Lingkungan Hidup Sedunia."

7. **Lead Anekdote (Narrative Lead):**

- Menceritakan kisah singkat atau anekdot yang relevan untuk mengilustrasikan poin utama berita, sering digunakan dalam *feature*.⁶⁶
- **Contoh Terapan pada Berita Gerejawi:** "Seorang anak kecil dengan riang menggali lubang kecil, menanam bibit pohon pertamanya di halaman Gereja Katedral. Pemandangan sederhana ini menjadi simbol harapan dalam aksi penanaman 1.000 pohon yang dipimpin Uskup Agung dalam peringatan Hari Lingkungan Hidup Sedunia."
- **Latihan:** Dari peristiwa yang sama, *lead* anekdot bisa: "Di antara kerumunan jemaat, seorang nenek berusia 70 tahun dengan gigih menanam bibit pohon, menunjukkan bahwa kepedulian lingkungan tak mengenal usia. Aksi ini menjadi bagian dari penanaman 1.000 pohon oleh Gereja Katedral Jakarta pada Hari Lingkungan Hidup Sedunia."

-

Latihan Mengembangkan Berbagai Teras dari Satu Peristiwa

Kemampuan mengembangkan berbagai jenis *lead* dari satu peristiwa menunjukkan fleksibilitas dan kreativitas seorang wartawan. Ini memungkinkan penyesuaian gaya penulisan dengan tujuan berita dan preferensi audiens.

Peristiwa: "Perayaan Natal Bersama Antar Denominasi di Balai Kota Jakarta, dihadiri oleh Gubernur, tokoh agama, dan 5.000 umat Kristen pada 20 Desember 2024, dengan pesan perdamaian dan toleransi."

- **Lead Langsung:** "Perayaan Natal Bersama antar denominasi yang dihadiri 5.000 umat Kristen dan Gubernur Jakarta di Balai Kota pada 20 Desember 2024 mengusung pesan perdamaian dan toleransi."
- **Lead Kutipan:** "'Natal adalah momentum untuk memperkuat persaudaraan dan toleransi antarumat beragama,' ujar Gubernur Jakarta dalam Perayaan Natal Bersama di Balai Kota, 20 Desember 2024."
- **Lead Deskriptif:** "Lantunan kidung Natal dan suasana kehangatan memenuhi Balai Kota Jakarta, di mana 5.000 umat Kristen dari berbagai denominasi berkumpul merayakan Natal Bersama, membawa pesan perdamaian dan toleransi."
- **Lead Statistik:** "5.000 umat Kristen dari berbagai denominasi memadati Balai Kota Jakarta untuk Perayaan Natal Bersama, sebuah acara yang menegaskan komitmen pada perdamaian dan toleransi di ibu kota."
- **Lead Pertanyaan:** "Dapatkah semangat Natal menyatukan perbedaan di tengah masyarakat? Perayaan Natal Bersama antar denominasi di Balai Kota Jakarta pada 20 Desember 2024 memberikan jawabannya dengan pesan perdamaian dan toleransi."
- **Lead Anekdote:** "Seorang anak kecil dari Gereja Protestan bergandengan tangan dengan temannya dari Gereja Katolik, menyanyikan lagu Natal bersama di Balai Kota. Pemandangan ini menjadi cerminan pesan perdamaian dan toleransi dalam Perayaan Natal Bersama antar denominasi yang dihadiri 5.000 umat."

Latihan semacam ini membantu wartawan mengidentifikasi aspek paling menarik dari suatu peristiwa dan menyajikannya dengan cara yang paling efektif untuk menarik perhatian pembaca, sekaligus memastikan semua informasi penting tersampaikan di awal berita.⁶⁹

BAB 10: MENULIS KOTBAH DAN RENUNGAN UNTUK MEDIA

Dalam era digital, konten rohani seperti khotbah dan renungan tidak lagi terbatas pada mimbar gereja, tetapi dapat menjangkau audiens yang lebih luas melalui berbagai platform media. Namun, transformasi dari format lisan ke tulisan, khususnya untuk media, memerlukan teknik dan etika khusus.

Teknik Menulis Ringkasan Khotbah

Menulis ringkasan khotbah untuk media bukanlah sekadar transkripsi, melainkan proses penyaringan dan penekanan poin-poin kunci agar pesan tetap utuh dan mudah dicerna oleh pembaca. Beberapa teknik yang dapat diterapkan meliputi:

1. **Identifikasi Ide Pokok/Tema:** Setiap khotbah memiliki ide sentral atau tema utama. Identifikasi gagasan ini terlebih dahulu. Ide ini seringkali berkembang dari kerinduan pengkhotbah untuk bergaul dengan Tuhan dan kepedulian terhadap jemaat, serta observasi kejadian sehari-hari.⁷¹
2. **Tentukan Tujuan Khotbah:** Pahami apa yang ingin dicapai oleh khotbah tersebut (misalnya, mendorong pertobatan, menguatkan iman, atau menginspirasi tindakan). Ini akan membantu dalam memilih poin-poin yang relevan untuk ringkasan.⁷²
3. **Pilih Poin-Poin Utama:** Khotbah biasanya memiliki beberapa poin atau sub-bagian. Pilih poin-poin yang paling esensial dan relevan dengan ide pokok. Hindari menyimpang dari tema saat membahas sub-bagian.⁷²
4. **Sertakan Ayat Kunci:** Cantumkan ayat-ayat Alkitab utama yang menjadi dasar khotbah. Ayat-ayat ini adalah unsur terpenting yang harus ada dalam khotbah.⁷²
5. **Gunakan Bahasa Jurnalistik:** Ubah gaya bahasa khotbah yang mungkin lebih naratif atau retorik menjadi bahasa yang singkat, padat, jelas, dan non-teknis, sesuai dengan karakteristik bahasa jurnalistik (lihat Bab 6).

6. **Fokus pada Aplikasi dan Solusi:** Khotbah yang baik selalu memiliki aplikasi praktis dalam kehidupan pendengar. Pastikan ringkasan menyoroti bagaimana pesan Alkitab dapat diterapkan dan memberikan solusi atas pergumulan hidup.⁷²
7. **Sertakan Ilustrasi Singkat (jika ada):** Jika khotbah menggunakan ilustrasi yang kuat dan relevan, sertakan secara singkat dalam ringkasan untuk memperjelas atau memperkuat pesan.⁷²
8. **Buat Struktur yang Jelas:** Ringkasan harus memiliki pembagian yang jelas dan kemajuan pemikiran yang logis, dari pendahuluan, isi, hingga penutup.⁷²

Transformasi Khotbah ke dalam Berita dan Renungan

Mengubah khotbah menjadi berita atau renungan untuk media memerlukan pendekatan yang berbeda, disesuaikan dengan tujuan masing-masing format:

1. Transformasi Khotbah ke Berita:

- **Fokus Faktual:** Ekstrak elemen faktual dari khotbah: siapa pengkhotbah, kapan dan di mana khotbah disampaikan, tema utama, dan pesan-pesan kunci.
- **Gaya Objektif:** Sajikan informasi secara objektif, seperti melaporkan sebuah peristiwa. Hindari bahasa yang terlalu persuasif atau emosional.
- **Piramida Terbalik:** Mulai dengan informasi terpenting (tema/pesan utama) di *lead*, diikuti detail pendukung di tubuh berita (misalnya, poin-poin khotbah yang relevan, reaksi jemaat, atau dampak yang diharapkan).
- **Tujuan:** Menginformasikan publik tentang apa yang disampaikan dalam khotbah, bukan untuk mengkhotbahkan kembali.

2. Transformasi Khotbah ke Renungan:

- **Fokus Aplikasi Personal:** Renungan bertujuan untuk membantu pembaca merenungkan Firman Tuhan secara pribadi dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.⁷³
- **Gaya Reflektif dan Inspiratif:** Gunakan bahasa yang lebih personal dan reflektif. Ajak pembaca untuk berdialog dengan Firman Tuhan.

- **Struktur Ringkas:** Meskipun bisa lebih naratif dari berita, renungan tetap harus ringkas dan fokus pada satu atau dua poin kunci yang dapat direnungkan.
- **Langkah Praktis:** Sertakan pertanyaan refleksi atau langkah-langkah praktis untuk mengaplikasikan pesan khotbah dalam kehidupan sehari-hari.⁷³
- **Tujuan:** Memperdalam iman, memperkuat hubungan dengan Allah, dan mendorong transformasi hidup.⁵⁴ Allah sendiri menghendaki terjadinya transformasi, yang dimulai dari percaya kepada Yesus, dan bertujuan untuk mentransformasi dunia.⁵⁴

Etika Menyadur dan Menyunting Isi Khotbah

Dalam menyadur atau menyunting isi khotbah untuk publikasi media, etika adalah hal yang paling utama:

1. **Hormati Pesan Asli:** Pastikan pesan inti dan maksud pengkhotbah tidak terdistorsi atau diubah. Penyuntingan harus mempertahankan integritas teologis dan spiritual dari khotbah asli.⁷⁵
2. **Hindari Misinterpretasi:** Berhati-hatilah dalam memilih kata dan frasa agar tidak menimbulkan salah tafsir atau menyimpang dari ajaran yang benar.
3. **Pertahankan Konteks:** Jika khotbah membahas isu-isu kontekstual, pastikan konteks tersebut tetap jelas dalam saduran.
4. **Atribusi yang Jelas:** Selalu berikan atribusi yang jelas kepada pengkhotbah asli. Sebutkan nama pengkhotbah, gereja, dan tanggal khotbah disampaikan. Ini adalah bentuk kejujuran intelektual dan penghormatan.⁴⁸
5. **Hindari Pemotongan yang Mengubah Makna:** Jika perlu memotong bagian tertentu karena keterbatasan ruang, pastikan pemotongan tersebut tidak mengubah makna atau pesan keseluruhan.
6. **Fokus pada Pembangunan:** Ingatlah tujuan jurnalistik gerejawi adalah membangun tubuh Kristus. Setiap penyuntingan harus bertujuan untuk menguatkan iman dan bukan sebaliknya.

BAB 11: PRAKTIK MENULIS & UMPAN BALIK

Bab ini berfokus pada penerapan praktis dari teori-teori yang telah dibahas sebelumnya, serta pentingnya umpan balik untuk pengembangan keterampilan jurnalistik gerejawi. Latihan langsung dan evaluasi konstruktif adalah kunci untuk mengasah kemampuan menulis dan memperkuat pemahaman.

Simulasi Menulis Berita Ibadah Minggu

Simulasi ini bertujuan untuk melatih wartawan gereja dalam mengidentifikasi elemen berita dari sebuah ibadah dan menyajikannya dalam format jurnalistik.

Skenario: Ibadah Minggu Raya Paskah di Gereja Kristen Indonesia (GKI) Pondok Indah pada tanggal 31 Maret 2024, pukul 09.00 WIB, dihadiri oleh 1.500 jemaat. Khotbah disampaikan oleh Pdt. Dr. David Susanto dengan tema "Kebangkitan Kristus: Fondasi Harapan Baru." Ibadah diwarnai dengan paduan suara gabungan dan persembahan pujian yang meriah.

Tugas: Tulis sebuah berita singkat (sekitar 200-300 kata) tentang ibadah ini, menggunakan struktur piramida terbalik dan rumus 5W+1H+1S.

- **Judul:** Buat judul yang menarik dan informatif.
- **Lead:** Ringkas inti berita, mencakup 5W+1H.
- **Isi:** Kembangkan detail khotbah, suasana ibadah, dan elemen menarik lainnya.
- **Penutup:** Berikan kesimpulan atau harapan dari ibadah tersebut.
- **Pertimbangkan 1S (Safe):** Bagaimana berita ini membangun iman atau memberikan harapan?

Latihan Menulis Berita Pelayanan Sosial Gereja

Latihan ini melatih kemampuan melaporkan kegiatan pelayanan sosial gereja dengan menonjolkan dampak dan nilai-nilai Kristiani.

Skenario: Gereja Katolik Santa Maria Tak Bercela mengadakan program "Berbagi Berkat Ramadhan" pada 20 Maret 2024, menyalurkan 1.000 paket sembako kepada masyarakat kurang mampu di sekitar lingkungan gereja. Program ini melibatkan 50 relawan dari kaum muda gereja dan bekerja sama dengan pemerintah daerah setempat.

Tugas: Tulis berita (sekitar 250-350 kata) tentang program ini, menyoroti aspek humanis dan kolaborasi.

- **Judul:** Buat judul yang inspiratif.
- **Lead:** Fokus pada dampak program.
- **Isi:** Jelaskan detail program, peran relawan, dan testimoni penerima bantuan.
- **Penutup:** Tekankan pesan kasih dan solidaritas.
- **Pertimbangkan 1S (Safe):** Bagaimana berita ini menunjukkan kasih Kristus dalam tindakan?

Menyusun Editorial atau Opini Kristen

Latihan ini mengembangkan kemampuan untuk menyuarakan pandangan gerejawi terhadap isu-isu publik dari perspektif iman.

Skenario: Isu peningkatan angka *bullying* di sekolah-sekolah menjadi perhatian nasional.

Tugas: Tulis sebuah editorial atau opini (sekitar 300-400 kata) dari perspektif Kristen mengenai isu *bullying*, menawarkan solusi atau ajakan bertindak.

- **Judul:** Buat judul yang provokatif namun konstruktif.
- **Pendahuluan:** Perkenalkan isu *bullying* dan relevansinya.

- **Isi:** Analisis isu dari sudut pandang Kristiani (misalnya, kasih, pengampunan, martabat manusia), berikan data pendukung (jika ada), dan tawarkan solusi berbasis nilai-nilai gereja.
- **Penutup:** Berikan ajakan bertindak kepada gereja, keluarga, dan masyarakat.

Review Karya Rekan dalam Tim

Umpan balik yang konstruktif adalah bagian tak terpisahkan dari proses belajar dan pengembangan profesional. Dalam konteks tim media gereja, saling mereview karya dapat meningkatkan kualitas secara kolektif.

Proses Review:

1. **Baca dengan Cermat:** Setiap anggota tim membaca berita atau tulisan rekan dengan cermat.
2. **Identifikasi Kekuatan:** Catat apa yang sudah bagus (misalnya, judul menarik, *lead* kuat, data akurat, gaya bahasa efektif).
3. **Berikan Saran Perbaikan:** Fokus pada area yang bisa ditingkatkan (misalnya, kejelasan, kelengkapan 5W+1H, objektivitas, relevansi 1S, atau kepatuhan pada etika). Berikan saran spesifik dan solutif.
4. **Gunakan Bahasa Membangun:** Umpan balik harus disampaikan dengan cara yang mendukung dan membangun, bukan menjatuhkan. Ingat prinsip "membangun tubuh Kristus."
5. **Diskusi Terbuka:** Lakukan diskusi terbuka di mana penulis dapat bertanya dan menjelaskan, serta reviewer dapat memberikan klarifikasi.
6. **Revisi:** Penulis menggunakan umpan balik untuk merevisi dan meningkatkan karyanya.

Melalui praktik menulis dan proses umpan balik yang sistematis, wartawan gereja dapat terus mengasah keterampilan mereka, menghasilkan konten yang tidak hanya informatif dan profesional, tetapi juga berdaya guna dalam pelayanan gerejawi di era digital.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Jurnalisme gerejawi di era digital adalah panggilan yang mulia dan kompleks, melampaui sekadar pelaporan berita. Ini adalah sebuah misi untuk menyuarakan kebenaran dan menjadi kesaksian Kristus di tengah derasnya arus informasi yang seringkali menyesatkan. Buku panduan ini telah menguraikan fondasi biblikal, prinsip-prinsip etis, dan teknik praktis yang esensial bagi wartawan Kristen untuk menjalankan tugas ini secara efektif dan bertanggung jawab.

Kesimpulan Utama:

1. **Jurnalisme Gerejawi adalah Misi Spiritual:** Berbeda dengan jurnalisme sekuler, jurnalisme gerejawi memiliki tujuan ganda: melaporkan fakta dengan akurat dan menjadi saluran kesaksian iman. Ini berarti bahwa setiap berita, artikel, atau konten yang diproduksi adalah bagian dari upaya gereja untuk menjalankan Amanat Agung dan mendewasakan iman umat. Pendekatan Lukas dalam Injilnya menjadi model abadi bagi komunikasi yang kredibel dan memiliki tujuan ilahi.
2. **Integritas adalah Fondasi Kredibilitas:** Di tengah "defisit integritas" yang meluas di lanskap media digital, komitmen teguh wartawan Kristen terhadap kebenaran, sebagaimana diajarkan dalam Matius 5:37, menjadi sangat krusial. Kejujuran, objektivitas, dan keadilan tidak hanya merupakan prinsip profesional, tetapi juga manifestasi dari karakter Kristus yang membangun kepercayaan publik dan memperkuat kesaksian gereja.
3. **Adaptasi Digital dengan Etika Kristiani:** Media digital, terutama media sosial, menawarkan jangkauan yang tak terbatas untuk pelayanan gerejawi. Namun, kekuatan ini datang dengan bahaya penyebaran hoaks dan misinformasi. Oleh karena itu, wartawan gereja harus mahir dalam literasi media, transparan, dan selalu mengelola akun media gereja dengan prinsip-prinsip etika Kristiani yang kuat, memastikan bahwa teknologi dimanfaatkan untuk membangun, bukan meruntuhkan.

4. **Keterampilan Teknis yang Disesuaikan:** Penguasaan teknik penulisan berita, mulai dari struktur piramida terbalik, rumus 5W+1H+1S (Safe), hingga berbagai jenis *lead*, sangat penting. Namun, keterampilan ini harus disesuaikan dengan konteks gerejawi, baik dalam pelaporan ibadah, pelayanan sosial, maupun penginjilan, agar pesan yang disampaikan relevan, inspiratif, dan membangun tubuh Kristus.
5. **Pentingnya Bahasa yang Sederhana dan Kuat:** Bahasa jurnalistik gerejawi harus komunikatif, singkat, padat, jelas, dan non-teknis, sehingga mudah dipahami oleh khalayak luas. Meskipun sederhana, bahasa ini harus memiliki kekuatan untuk menyampaikan kebenaran iman secara efektif dan menginspirasi tindakan.

Rekomendasi Aksi:

1. **Pengembangan Profesional Berkelanjutan:** Wartawan gereja dan pelayan media Kristen harus secara aktif mencari pelatihan dan pengembangan berkelanjutan dalam bidang jurnalistik dan literasi media digital. Ini mencakup tidak hanya keterampilan teknis, tetapi juga pemahaman teologis yang mendalam untuk mengintegrasikan iman dengan praktik profesional.
2. **Pembentukan Tim Media yang Terintegrasi:** Gereja-gereja didorong untuk membentuk tim media yang terintegrasi, yang tidak hanya terdiri dari wartawan, tetapi juga ahli komunikasi, teolog, dan pemimpin rohani. Kolaborasi ini akan memastikan bahwa konten yang diproduksi tidak hanya profesional tetapi juga teologis yang akurat dan relevan dengan misi gereja.
3. **Penyusunan Pedoman Etika Internal:** Setiap lembaga gerejawi atau tim media Kristen disarankan untuk menyusun pedoman etika internal yang jelas, yang mengadaptasi Kode Etik Jurnalistik umum dengan nilai-nilai dan tujuan Kristiani. Pedoman ini harus mencakup aspek-aspek seperti integritas, objektivitas yang berlandaskan iman, penanganan informasi sensitif, dan penggunaan media sosial yang bertanggung jawab.

4. **Fokus pada Konten yang Membangun dan Menginspirasi:** Prioritaskan produksi konten yang mengedukasi, menginspirasi, dan membangun iman jemaat serta masyarakat luas. Ini bisa berupa kisah-kisah kesaksian, laporan pelayanan sosial yang berdampak, atau analisis isu-isu kontemporer dari perspektif alkitabiah.
5. **Mendorong Umpan Balik dan Evaluasi Konstan:** Terapkan budaya umpan balik yang konstruktif dalam tim media. Evaluasi rutin terhadap kualitas dan dampak konten yang diproduksi akan membantu mengidentifikasi area perbaikan dan memastikan relevansi yang berkelanjutan.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip dan rekomendasi ini, jurnalisme gerejawi dapat menjadi kekuatan yang transformatif, tidak hanya dalam menyebarkan informasi, tetapi juga dalamewartakan Injil dan membangun Kerajaan Allah di era digital ini.

Karya yang dikutip

1. Gereja dan Literasi Media - Petra repository, diakses Juli 21, 2025, [https://repository.petra.ac.id/17090/1/Gereja dan Literasi, MI Feb 2015-2.pdf](https://repository.petra.ac.id/17090/1/Gereja%20dan%20Literasi,%20MI%20Feb%202015-2.pdf)
2. Peran Media Sosial dalam Katekese guna Membangun Iman di Era ..., diakses Juli 21, 2025, <https://journal.aripafi.or.id/index.php/jbpakk/article/download/371/511/2037>
3. Undang-Undang Pers - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas, diakses Juli 21, 2025, https://id.wikipedia.org/wiki/Undang-Undang_Pers
4. Jurnalistik - Ilmu Komunikasi-Program studi terbaik di Sumatera Utara, diakses Juli 21, 2025, <https://ilmukomunikasi.uma.ac.id/2022/04/19/jurnalistik/>
5. Dasar-Dasar Jurnalistik: Pengertian, Jenis, Teknik, Kode Etik | Bagian Protokol dan Komunikasi Pimpinan, diakses Juli 21, 2025, <https://prokomsetda.bulelengkab.go.id/informasi/detail/artikel/dasar-dasar-jurnalistik-pengertian-jenis-teknik-kode-etik-28>
6. analisis peran dan fungsi pers - sebelum dan sesudah reformasi politik - Neliti, diakses Juli 21, 2025, <https://media.neliti.com/media/publications/101204-ID-analisis-peran-dan-fungsi-pers-sebelum-d.pdf>
7. FUNGSI PERS SEBAGAI PENYEBARAN INFORMASI DALAM PENEGAKAN HUKUM DI INDONESIA | Syahriar | LEGALITAS - EJURNAL UNTAG SAMARINDA, diakses Juli 21, 2025, <http://ejurnal.untag-smd.ac.id/index.php/LG/article/view/4460>
8. Dosen Ilkom UWM: Mengenal Etika Jurnalistik - LLDIKTI Wilayah V, diakses Juli 21, 2025, <https://lldikti5.kemdikbud.go.id/home/detailpost/dosen-ilkom-uwm-mengenal-etika-jurnalistik>
9. 9 Prinsip Dalam Jurnalistik yang Harus Dipedomani Seorang Jurnalis - Pakar Komunikasi, diakses Juli 21, 2025, <https://pakarkomunikasi.com/prinsip-dalam-jurnalistik>
10. Peran Gereja dalam Penguatan Karakter Remaja di Era Digital | Heryanto | HARVESTER: Jurnal Teologi dan Kepemimpinan Kristen, diakses Juli 21, 2025, <https://e-journal.sttharvestsemarang.ac.id/index.php/harvester/article/view/230/0>
11. Apakah arti memberikan kesaksian?, diakses Juli 21, 2025, <https://www.churchofjesuschrist.org/study/youth/learn/ss/prophets-revelation/testimony?lang=ind>
12. Luk 1:1--3:38 (TB) - Alkitab Mobile SABDA, diakses Juli 21, 2025, <https://alkitab.mobi/?Lukas+1-3>
13. Lukas 1 | Alkitab TSI | YouVersion - Bible.com, diakses Juli 21, 2025, <https://www.bible.com/id/bible/320/LUK.1.TSI>
14. Menjaga integritas Kristen - renungan kristen, diakses Juli 21, 2025, <https://andreasnataatmadia.com/2019/11/14/menjaga-integritas-kristen/>
15. Jangan Menyebut Nama Tuhan Allahmu dengan Sembarangan - Reforming Heart, diakses Juli 21, 2025, https://pemuda.stemi.id/reforming_heart/jangan-menyebut-nama-tuhan-allahmu-dengan-sembarangan
16. Hidup sebagai Saksi-Saksi Kristus - GBI Danau Bogor Raya, diakses Juli 21, 2025, <https://dbr.gbi-bogor.org/wiki/Article:20120827/RK>

17. Menjadi Saksi Allah yang Bangkit dalam Pertolongan Allah - GKI Kota Wisata, diakses Juli 21, 2025, <https://www.gkikotawisata.org/menjadi-saksi-allah-yang-bangkit-dalam-pertolongan-allah>
18. KATEKIS SEBAGAI TELADAN HIDUP ORANG MUDA KATOLIK Berlinda S. Yunarti¹, diakses Juli 21, 2025, <https://ojs.stkyakobus.ac.id/index.php/jumpa/article/download/31/31/94>
19. TANGGUNGJAWAB SPIRITUAL ORANG KRISTEN - Paroki Serpong, diakses Juli 21, 2025, <https://parokiserpong-monika.org/blog/renungan/4832-tanggungjawab-spiritual-orang-kristen>
20. FAQ (Frequently Asked Questions) - Dewan Pers, diakses Juli 21, 2025, <https://dewanpers.or.id/kontak/faq/start/110>
21. Pemahaman Wartawan AJI Mengenai Jurnalisme Damai, diakses Juli 21, 2025, <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/annaba/article/download/36199/11570/108860>
22. Model Kepemimpinan Yesus Kristus Sebagai Pembawa Damai Bagi Resolusi Konflik di Kota Surakarta - Neliti, diakses Juli 21, 2025, <https://media.neliti.com/media/publications/349862-model-kepemimpinan-yesus-kristus-sebagai-10b380f8.pdf>
23. 3 Tips Menghindari Artikel Clickbait - RadVoice Indonesia, diakses Juli 21, 2025, <https://radvoice.id/blog/menghindari-artikel-clickbait/>
24. Siberkreasi: Hindari Clickbait Dengan Membaca Informasi Secara Lengkap - DISKOMINFOTIK - Kabupaten Lombok Barat, diakses Juli 21, 2025, <https://diskominfo.lombokbaratkab.go.id/artikel/siberkreasi-hindari-clickbait-dengan-membaca-informasi-secara-lengkap/>
25. Edukasi: Tips Judul Berita yang Menarik dan Efektif - Portal7.co.id, diakses Juli 21, 2025, <https://www.portal7.co.id/tips-judul-berita-yang-menarik-dan-efektif>
26. Kaidah Penulisan Judul Berita - EKSPOS INDONESIA, diakses Juli 21, 2025, <https://ekspos.co.id/kaidah-penulisan-judul-berita>
27. analisis keefektifan judul berita serambi indonesia, diakses Juli 21, 2025, <https://ojs.unimal.ac.id/kande/article/view/11404/4869>
28. Peranan Media Sosial Dalam Membangun Pertumbuhan Iman Jemaat Pada Masa Pandemi Covid 19, diakses Juli 21, 2025, <https://e-journal.stttransformasi-indonesia.ac.id/index.php/teleios/article/download/23/pdf>
29. Pemanfaatan Media Digital dalam Pelayanan Gerejawi, diakses Juli 21, 2025, <https://e-journal.stttransformasi-indonesia.ac.id/index.php/teleios/article/download/79/pdf>
30. Perspektif Wartawan kota Bandung Tentang Media Sosial, diakses Juli 21, 2025, <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/annaba/article/viewFile/23373/11406>
31. 5W 1H Adalah Teknik Penulisan Berita, Berikut Cara Pengaplikasiannya - Liputan6.com, diakses Juli 21, 2025, <https://www.liputan6.com/hot/read/5430716/5w-1h-adalah-teknik-penulisan-berita-berikut-cara-pengaplikasiannya>
32. Ciri-Ciri Teks Berita: Pengertian, Struktur dan Contoh Lengkap - Feeds Liputan6.com, diakses Juli 21, 2025, <https://www.liputan6.com/feeds/read/5837826/ciri-ciri-teks-berita-pengertian-struktur-dan-contoh-lengkap>
33. Media Sosial Bukanlah Produk Jurnalistik - Portal Kota Malang, diakses Juli 21, 2025, <https://malangkota.go.id/2017/01/08/media-sosial-bukanlah-produk-jurnalistik/>
34. KODE ETIK JURNALISTIK - Update IKN, diakses Juli 21, 2025, <https://updateikn.com/kode->

[etik-journalistik/](#)

35. Peran Media Sosial Bagi Karya Pewartaan Gereja di Masa Pandemi Covid-19, diakses Juli 21, 2025, <http://repository.iftkledalero.ac.id/1244/>
36. Pelayanan Misi Kontekstual di Era Masyarakat Digital Contextual Mission Services in the Era of Digital Society - Jurnal Jaffray, diakses Juli 21, 2025, https://ojs.sttjaffray.ac.id/jitpk/article/download/842/pdf_33
37. (PDF) Pemanfaatan Media Digital dalam Pelayanan Gerejawi - ResearchGate, diakses Juli 21, 2025, https://www.researchgate.net/publication/374953843_Pemanfaatan_Media_Digital_dalam_Pelayanan_Gerejawi
38. Media sosial dan jurnalisme saling melengkapi | AJI - Aliansi Jurnalis Independen, diakses Juli 21, 2025, <https://aji.or.id/berita-aji/media-sosial-dan-jurnalisme-saling-melengkapi>
39. Etika Digital dalam Penggunaan Aplikasi Gereja, diakses Juli 21, 2025, <https://www.erista.io/id/blog/etika-digital-dalam-penggunaan-aplikasi-gereja>
40. KHARISMA: JURNAL ILMIAH TEOLOGI Peran Gereja dalam Meningkatkan Literasi Media Sosial pada Generasi Z di Indonesia, diakses Juli 21, 2025, <https://jurnalsttkharisma.ac.id/index.php/Kharis/article/download/233/pdf>
41. Strategi Social Media Marketing dalam Meningkatkan Awareness dan Engagement Jemaat Gereja melalui Akun Instagram @ndcyouth - KC UMN, diakses Juli 21, 2025, <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/34367/>
42. Off-the-record - (Intro to Journalism) - Vocab, Definition, Explanations | Fiveable, diakses Juli 21, 2025, <https://library.fiveable.me/key-terms/introduction-journalism/off-the-record>
43. Arti Off the Record, On Background, dan Off the Background - RadVoice Indonesia, diakses Juli 21, 2025, <https://radvoice.id/blog/arti-off-the-record-di-media/>
44. Penggunaan Istilah Off The Record dalam Komunikasi Verbal, diakses Juli 21, 2025, <https://balaibahasaprovinsimaluku.kemdikbud.go.id/2020/04/penggunaan-istilah-off-the-record-dalam-komunikasi-verbal/>
45. What does 'off the record' mean? The latest journalism controversy - Poynter, diakses Juli 21, 2025, <https://www.poynter.org/commentary/2021/what-does-off-the-record-mean-the-latest-journalism-controversy/>
46. Perlindungan Wartawan - Akutahu.com - Sekejap Lebih Cerdas, diakses Juli 21, 2025, <https://akutahu.com/perlindungan-wartawan>
47. KODE ETIK JURNALISTIK SEBAGAI PEDOMAN ETIK WARTAWAN Misroji Abstract - E-Jurnal STAJDI Al-Hikmah, diakses Juli 21, 2025, <https://jurnal.alhikmah.ac.id/index.php/elhikmah/article/download/55/25>
48. SIGNIFIKANSI KODE ETIK PENDETA, diakses Juli 21, 2025, <https://journal-theo.ukdw.ac.id/index.php/gema/article/download/194/pdf/1000>
49. Kode etik pelayanan (Pastoral Care Handbook) - GBI Danau Bogor Raya - RAYON 7, diakses Juli 21, 2025, https://dbr.gbi-bogor.org/wiki/Diklat_COOL/PasCa/01
50. Penerapan Kaidah Bahasa Jurnalistik pada Judul Berita Media Online Ayobandung.com Edisi Juli 2022, diakses Juli 21, 2025, <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/annaba/article/view/29909/13340>
51. Mengenal Karakteristik Bahasa Jurnalistik dalam Karya Jurnalistik - Kompas.com, diakses

- Juli 21, 2025, <https://www.kompas.com/skola/read/2022/01/13/110000669/mengenal-karakteristik-bahasa-jurnalistik-dalam-karya-jurnalistik?page=all>
52. Ciri Utama Bahasa | PDF | Ilmu Sosial - Scribd, diakses Juli 21, 2025, <https://id.scribd.com/document/365238441/Ciri-Utama-Bahasa>
 53. Penerapan Kaidah Bahasa Jurnalistik pada Judul Berita Media Online Ayobandung.com Edisi Juli 2022, diakses Juli 21, 2025, <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/annaba/article/download/29909/11550/108814>
 54. Transformasi Oleh Roh Kudus - Gibeon Church, diakses Juli 21, 2025, <https://gibeon.church/sermon-series/pneuma/sermons/transformasi-oleh-roh-kudus/recap>
 55. KONTRIBUTOR - katolikana, diakses Juli 21, 2025, <https://www.katolikana.com/menulis-di-katolikana/>
 56. Struktur Teks Berita: Urutan, Contoh, dan Cara Menentukannya - CNN Indonesia, diakses Juli 21, 2025, <https://www.cnnindonesia.com/edukasi/20230329122811-569-930764/struktur-teks-berita-urutan-contoh-dan-cara-menentukannya>
 57. Struktur Penulisan Berita Piramida Terbalik Halaman 1 - Kompasiana.com, diakses Juli 21, 2025, <https://www.kompasiana.com/nabilahnanda/5f8988c69dc0296ebb5fa692/struktur-penulisan-berita-piramida-terbalik>
 58. Teknik Menulis Piramida Terbalik Untuk Pembuatan Artikel - osc.medcom.id, diakses Juli 21, 2025, <https://osc.medcom.id/community/teknik-menulis-piramida-terbalik-untuk-pembuatan-artikel-2845>
 59. Memahami Apa Itu 5W 1H Dalam Teks Berita – Gramedia Literasi, diakses Juli 21, 2025, <https://www.gramedia.com/literasi/5w-1h/>
 60. Format Berita Jemaat | PDF - Scribd, diakses Juli 21, 2025, <https://id.scribd.com/document/737667838/FORMAT-BERITA-JEMAAT>
 61. Manna Rafflesia, diakses Juli 21, 2025, https://journals.sttab.ac.id/index.php/man_raf/article/download/214/146
 62. Pentingnya Penginjilan Bagi Pertumbuhan Gereja dalam Perintisan Jemaat Baru - OSF, diakses Juli 21, 2025, <https://osf.io/2ea7c/download/?format=pdf>
 63. Cara Membuat Judul Artikel yang Menarik dan 10+ Contohnya - Jagoan Hosting, diakses Juli 21, 2025, <https://www.jagoanhosting.com/blog/cara-membuat-judul-artikel/>
 64. 14 Cara Membuat Judul Artikel yang Menarik dan Contohnya - Dibimbing.id, diakses Juli 21, 2025, <https://dibimbing.id/blog/detail/cara-membuat-judul-artikel-yang-menarik>
 65. 6 Jenis Lead Berita, Cara Membuka Tulisan - Tempo Institute, diakses Juli 21, 2025, <https://blog.tempoinstitute.com/berita/jenis-lead-berita>
 66. Lead Berita Adalah Bagian Pembuka yang Memikat Pembaca, Pelajari Teknik Menulisnya, diakses Juli 21, 2025, <https://www.liputan6.com/feeds/read/5775211/lead-berita-adalah-bagian-pembuka-yang-memikat-pembaca-pelajari-teknik-menulisnya>
 67. Teras Berita - Jenis - Pedoman - PakarKomunikasi.com, diakses Juli 21, 2025, <https://pakarkomunikasi.com/teras-berita>
 68. Pengertian Teks Anekdot: Ciri-Ciri, Tujuan, Struktur, dan Contohnya - Gramedia, diakses Juli 21, 2025, <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-teks-anekdot/>
 69. Berita, Lead Berita | PDF | Pengelolaan Keuangan & Uang - Scribd, diakses Juli 21, 2025,

- <https://id.scribd.com/document/428849000/Berita-Lead-Berita>
70. Six Rules for Writing a Straight News Lead - Ken Blake, Ph.D., diakses Juli 21, 2025, <https://drkblake.com/six-rules-for-writing-a-straight-news-lead/>
 71. Cara Penulisan Khotbah Dari Ide Sampai Garis Besar | PDF - Scribd, diakses Juli 21, 2025, <https://id.scribd.com/document/740880871/CARA-PENULISAN-KHOTBAH-DARI-IDE-SAMPAI-GARIS-BESAR>
 72. MATERI KHOTBAH PENTINGNYA MATERI DAN KERANGKA KHOTBAH - Anggiat Hutagalung - Widyasari Press, diakses Juli 21, 2025, <https://widyasari-press.com/wp-content/uploads/2023/03/14.-Anggiat-Hutagalung-Materi-Khotbah-Pentingnya-Materi-dan-Kerangka-Khotbah.pdf>
 73. Cara Mudah & Praktis Membuat Renungan Singkat Firman Tuhan - gkdi.org, diakses Juli 21, 2025, <https://gkdi.org/blog/renungan-singkat-firman-tuhan/>
 74. Iman Kristen dan Transformasi Dunia - - Perkantas, diakses Juli 21, 2025, <https://perkantas.net/renungan/iman-kristen-dan-transformasi-dunia/>
 75. Etika dan Etiket Dalam Pekerjaan (1 of 6) (Official Khotbah Philip Mantofa) - YouTube, diakses Juli 21, 2025, <https://www.youtube.com/watch?v=6R6MG1IWDno>