

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Khotbah merupakan sarana yang diciptakan oleh Allah sendiri untuk mengomunikasikan kehendak-Nya bagi umat-Nya. Sebagaimana manfaat firman Allah yang tertulis, yakni untuk mengajar, menyatakan kesalahan, memperbaiki kelakuan, dan mendidik orang dalam kebenaran,<sup>1</sup> demikian juga khotbah. Untuk menunaikan tugas ini, Allah memanggil dan mengkhususkan orang-orang tertentu untuk menjadi pengkhotbah. Dalam mempersiapkan dan menyampaikan khotbahnya, seorang pengkhotbah perlu memerhatikan dua hal dasar, yaitu firman dan pendengar yang mendengarkannya.<sup>2</sup> Dengan kata lain, setiap pengkhotbah harus memberikan banyak waktu dan pikiran untuk menyajikan kebenaran dengan akurat dan mendaratkan kebenaran itu di dalam hati para pendengar.<sup>3</sup> Kebenaran yang mendarat itu pada akhirnya diharapkan mengubah hidup mereka. Hal inilah yang menjadi tujuan utama dari khotbah, yaitu mengubah kehidupan pendengar.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup>2 Timotius 3:16.

<sup>2</sup>Timothy Keller, *Preaching: Communicating Faith in an Age of Scepticism* (London: Hodder and Stoughton, 2015), 14.

<sup>3</sup>Ibid.

<sup>4</sup>Benny Solihin, *7 Langkah Menyusun Khotbah yang Mengubah Kehidupan: Khotbah Ekspositori* (Malang: SAAT, 2009), 1.

Perubahan hidup seseorang tidak hanya berbicara tentang perubahan pikiran, tetapi juga harus mencakup perubahan di dalam hal perasaan, di mana kedua perubahan ini akhirnya akan memimpin kepada perubahan perilaku.<sup>5</sup> Dengan menstimulasi baik aspek intelektual maupun aspek emosi para pendengar, maka tujuan utama dari khotbah, yaitu untuk mengubah kehidupan jemaat, dapat tercapai. Namun sayangnya, ada cukup banyak pengkhotbah di berbagai gereja, khususnya gereja-gereja injili, meskipun sangat baik di dalam menstimulasi aspek intelektual pendengar, tetapi sering kali kurang memberikan perhatian terhadap aspek emosi dalam khotbah-khotbah mereka. Grant Lovejoy mencermati secara khusus masalah ini dengan pernyataannya yang bernada suram: “*Passionless intellectualism tragically caricatures Christian preaching.*”<sup>6</sup> Lovejoy menyatakan kalimat ini di dalam konteks tulisan bahwa keseimbangan aspek emosi dan aspek intelektual merupakan sesuatu yang sangat penting di dalam khotbah.<sup>7</sup> Walaupun ia mengakui bahwa ada sebagian pengkhotbah yang menyalahgunakan aspek emosi di dalam khotbahnya, ia menyatakan bahwa jika seorang pengkhotbah memberitakan Injil dengan emosi yang kecil atau tanpa emosi, maka di dalam diri pendengar akan timbul kesan bahwa Injil itu tidak penting.<sup>8</sup> Di dalam konteks inilah Lovejoy kemudian menyatakan bahwa khotbah-khotbah Kristen cenderung bersifat *passionless intellectualism*.<sup>9</sup> Apa yang

---

<sup>5</sup>Howard G. Hendricks, *Mengajar untuk Mengubah Hidup*, terj. Okdriati S. Handoyo (Yogyakarta: Yayasan Gloria, 2011), 109.

<sup>6</sup>Grant Lovejoy, “Emotion in Preaching,” dalam *Leadership Handbook of Preaching and Worship: Practical Insight from a Cross Section of Ministry Leaders*, ed. James D. Berkley (Metro Manila: Christian Literature Crusade, 2002), 131.

<sup>7</sup>Ibid., 130–131.

<sup>8</sup>Ibid., 131.

<sup>9</sup>Ibid.

dinyatakan oleh Lovejoy ini sesuai dengan apa yang diamati secara pribadi oleh penulis, meskipun di dalam lingkup pengamatan penulis yang terbatas.

Untuk membuktikan bahwa permasalahan ini merupakan sesuatu yang objektif, penulis mengadakan survei kepada 128 orang responden dan meminta pendapat mereka tentang keadaan khotbah di gereja asal mereka.<sup>10</sup> Dari survei ini, ditemukan bahwa 4,7% (6 orang) menjawab bahwa khotbah-khotbah dalam ibadah Minggu di gereja mereka *sangat* menekankan aspek intelektual, dan 71,9% (92 orang) menjawab bahwa khotbah-khotbah dalam ibadah hari Minggu di gereja mereka *cenderung* menekankan aspek intelektual. Sementara itu, 21,1% (27 orang) menjawab bahwa khotbah-khotbah dalam ibadah Minggu di gereja mereka *cenderung* menekankan aspek emosi, dan 2,3% (3 orang) menjawab bahwa khotbah-khotbah dalam ibadah Minggu di gereja mereka *sangat* menekankan aspek emosi. Dari hasil survei ini dapat disimpulkan bahwa 76,6% dari responden berpendapat bahwa khotbah-khotbah di gereja mereka cenderung atau sangat menekankan aspek intelektual, sementara 23,4% responden berpendapat bahwa khotbah-khotbah di gereja mereka cenderung atau sangat menekankan aspek emosi. Lebih lanjut dapat disimpulkan (secara gambaran yang kasar), hasil survei ini mengimplikasikan bahwa tiga dari empat gereja injili di Indonesia mempunyai tradisi khotbah yang cenderung menekankan aspek intelektual atau sangat menekankan aspek intelektual. Dengan kata lain, bisa dikatakan bahwa tiga dari empat khotbah di gereja-gereja injili cenderung menekankan aspek

---

<sup>10</sup>Survei dilakukan oleh penulis pada tanggal 2-4 Oktober 2017 dengan metode *convenience sampling* kepada 128 responden yang terdiri dari para mahasiswa dan para alumni STT Seminari Alkitab Asia Tenggara (SAAT), serta sejumlah jemaat di gereja di mana penulis pernah melayani, baik gereja asal penulis, maupun gereja-gereja tempat penulis melayani selama menempuh studi di STT SAAT. Penulis mengasumsikan bahwa para responden mewakili gereja-gereja injili yang ada di berbagai daerah di Indonesia. Pertanyaan dari survei adalah sebagai berikut: “Berkaitan dengan aspek intelektual dan emosi, bagaimana isi/*content* khotbah-khotbah dalam ibadah hari Minggu di gereja Saudara?” Pilihan jawaban yang ada adalah: (1) sangat menekankan aspek intelektual, (2) cenderung menekankan aspek intelektual, (3) cenderung menekankan aspek perasaan/emosi, (4) sangat menekankan aspek perasaan/emosi.

intelektual atau sangat menekankan aspek intelektual, dalam istilah Lovejoy, *passionless intellectualism*.

Khotbah-khotbah yang cenderung *passionless intellectualism* perlu mendapatkan perhatian serius, mengingat setiap pengkhotbah seharusnya berusaha keras untuk memikirkan dan menyusun khotbahnya supaya dapat dengan efektif menembus pikiran dan hati pendengar.<sup>11</sup> Hal senada ditegaskan juga oleh Lovejoy: “*If sermons are to move the whole person, they must necessarily touch the emotions as well as the intellect. The best sermons aim not only to present something for the hearers to know and do, but something for them to feel as well.*”<sup>12</sup> Perhatian terhadap aspek emosi dari para pendengar khotbah masa kini jauh lebih mendesak daripada beberapa dekade yang lalu, karena saat ini para pengkhotbah sedang menghadapi masyarakat pascamodern yang sangat mengutamakan aspek emosi. Robertson McQuilkin menegaskan bahwa bagi kaum pascamodern, apa yang seseorang rasakan lebih penting daripada apa yang seseorang pikirkan.<sup>13</sup> Karena itu, perhatian yang cukup terhadap aspek emosi di dalam khotbah merupakan hal yang sangat penting, mengingat di dalam diri setiap pendengar khotbah terdapat dua aspek, yaitu aspek intelektual dan aspek emosi.<sup>14</sup>

Bagian dari khotbah yang menyentuh aspek intelektual bersifat menantang pikiran pendengar dan hal ini tidak bisa diabaikan, tetapi aspek emosi dari pendengar

---

<sup>11</sup>Solihin, *7 Langkah Menyusun Khotbah*, 1.

<sup>12</sup>Lovejoy, “Emotion in Preaching,” 130.

<sup>13</sup>Robertson McQuilkin, “Berhubungan dengan Kaum Posmodern: Apa yang Harus Diadopsi, Apa yang Harus Disesuaikan, Apa yang Harus Ditentang dalam Posmodernisme,” dalam *The Art and Craft of Biblical Preaching: Sumber Lengkap untuk Komunikator Masa Kini*, ed. Haddon Robinson dan Craig Brian Larson, terj. Ina Elia (Malang: SAAT, 2012), 341.

<sup>14</sup>John Killinger, *Fundamentals of Preaching* (Minneapolis: Fortress, 1996), 121.

juga harus diperhatikan.<sup>15</sup> Seperti yang dinyatakan oleh Bryan Chapell, bahwa “*people do not make decisions simply because they are intellectually informed.*”<sup>16</sup> Di dalam hal ini, John Piper (yang mengutip pandangan Jonathan Edwards) sependapat dengan Chapell, bahwa tujuan khotbah adalah perubahan perilaku, dengan cara mentransformasi sumber perilaku, yaitu afeksi.<sup>17</sup> Hal ini juga selaras dengan pernyataan dari Scott A. Wenig, “*If preaching is to be transformational, it must address the needs, hurts, temptations, and trials of listeners,*”<sup>18</sup> sehingga jika khotbah hanya menekankan pada perubahan pikiran tanpa memerhatikan perubahan perasaan, maka khotbah akan sangat sulit untuk membawa perubahan pada perilaku.

Berkaitan dengan hal ini, Alkitab juga menyiratkan hal yang senada. Alkitab adalah firman Allah dan pembacanya adalah manusia ciptaan Allah yang diciptakan dengan aspek intelektual, emosi, dan kehendak.<sup>19</sup> Tuhan yang berfirman mengetahui cara terbaik untuk mengubah hidup dari pembaca firman-Nya, dan cara itu tecermin dari bagaimana firman-Nya dituliskan. Sebagai contoh, sekitar 40% dari isi Perjanjian Lama ditulis di dalam genre narasi.<sup>20</sup> Sehubungan dengan hal itu, Richard Pratt menyatakan: “Penulis Perjanjian Lama mengatur teksnya sedemikian rupa

---

<sup>15</sup>Ibid.

<sup>16</sup>Bryan Chapell, *Using Illustrations to Preach with Power* (Wheaton: Crossway, 2001), 62.

<sup>17</sup>John Piper, *Supremasi Allah dalam Khotbah*, terj. Andri Kosasih (Surabaya: Momentum, 2008), 81–82. Di bagian ini, Piper menyimpulkan dari Jonathan Edwards, “Some Thoughts Concerning the Revival,” dalam *The Great Awakening*, dalam *The Works of Jonathan Edwards*, vol. 4, ed. C. C. Goen (New Haven: Yale University Press, 1972), 387.

<sup>18</sup>Scott A. Wenig, “Biblical Preaching That Adapts and Contextualizes,” dalam *The Big Idea of Biblical Preaching*, ed. Keith Willhite dan Scott M. Gibson (Grand Rapids: Baker, 1998), 26. Wenig mengutip kalimat ini dari Haddon Robinson, *Biblical Preaching: The Development and Delivery of Expository Messages* (Grand Rapids: Baker, 1980), 27-28.

<sup>19</sup>Wayne A. Grudem, *Systematic Theology: An Introduction to Biblical Doctrine* (Grand Rapids: Zondervan, 1994), 241.

<sup>20</sup>Gordon D. Fee dan Douglas K. Stuart, *How to Read the Bible for All Its Worth* (Grand Rapids: Zondervan, 1993), 89.



sehingga menyentuh emosi pembacanya. Kisah-kisah mereka menimbulkan perasaan suka dan duka, semangat dan putus asa, serta serentetan perasaan lainnya.”<sup>21</sup> Dengan mencermati cara Tuhan mengubah hidup umat-Nya melalui firman-Nya yang tertulis, demikian jugalah seorang pengkhotbah selayaknya mengupayakan perubahan hidup pada jemaat melalui penyusunan dan penyampaian khotbahnya yang memerhatikan aspek emosi.

Di bagian lain di dalam Alkitab, hukum yang terutama dan yang pertama adalah “Kasihilah Tuhan, Allahmu, dengan segenap hatimu dan dengan segenap jiwamu dan dengan segenap akal budimu” (Mat. 22:37). Umat Tuhan diperintahkan untuk mengasihi Tuhan tidak hanya dengan segenap akal budi, tetapi juga dengan segenap hati dan dengan segenap jiwa. Ini berarti loyalitas dan pelayanan kita kepada Tuhan dan sesama manusia melibatkan komitmen-komitmen emosional yang terdalam.<sup>22</sup>

Di sisi lain, khotbah juga merupakan suatu bentuk komunikasi,<sup>23</sup> dan Agustinus meyakini bahwa para pengkhotbah Kristen dapat belajar dari ilmu retorika.<sup>24</sup> Istilah dari bahasa Yunani, *rhetoric* (retorika) pertama kali muncul di dalam karya Plato, “Gorgias,” yang berarti “*the work of persuasion*” atau sebuah usaha untuk meyakinkan orang lain.<sup>25</sup> Retorika merupakan fenomena di dalam semua budaya manusia, karena sebagian besar tindakan komunikasi bukan hanya bertujuan

---

<sup>21</sup>Richard Pratt, *Ia Berikan Kita Kisah-Nya: Panduan bagi Siswa Alkitab untuk Menafsirkan Narasi Perjanjian Lama*, terj. Hartati Mulyani Notoprodjo (Surabaya: Momentum, 2005), 357.

<sup>22</sup>Ibid., 58.

<sup>23</sup>Hasan Sutanto, *Homiletik: Prinsip dan Metode Berkhotbah* (Jakarta: Gunung Mulia, 2004), 114.

<sup>24</sup>Keller, *Preaching: Communicating Faith*, 13.

<sup>25</sup>Ibid.

untuk mengekspresikan informasi tetapi juga diharapkan berdampak pada keyakinan, tindakan, dan emosi dari orang yang menerimanya.<sup>26</sup> Pada taraf tertentu, semua orang menggunakan retorika di dalam tindakan komunikasinya, baik di dalam pemilihan kata-kata, cara-cara verbal maupun nonverbal untuk memperoleh dan mempertahankan perhatian pendengar, atau untuk menekankan hal-hal tertentu.<sup>27</sup> Demikian juga, khotbah dan retorika mempunyai hubungan yang sangat dekat, bahkan dari abad ke abad, banyak pengkhotbah yang belajar dari para ahli retorika.<sup>28</sup>

Di dalam studi tentang retorika, Aristoteles merupakan salah satu tokoh penting yang meletakkan dasar teori di bidang ini. Melalui salah satu karya yang merupakan bahan pengajarannya kepada murid-muridnya, yang berjudul *Rhetoric*, Aristoteles mendefinisikan retorika sebagai “*a faculty for discovering the available means of persuasion*” dan lebih lanjut ia menguraikan alat-alat persuasi dengan beberapa macam *pisteis*, atau cara-cara untuk melakukan persuasi (*modes of persuasion*).<sup>29</sup> Di sini Aristoteles membagi retorika menjadi dua bagian, yaitu *non-artistic (external) modes* dan *artistic (internal) modes*.<sup>30</sup> *Non-artistic modes* adalah kalimat-kalimat berupa pembuktian yang bersifat eksternal, karena didapatkan dari saksi-saksi, budak yang sedang menjalani hukuman, kontrak-kontrak tertulis, dan bukti-bukti langsung lainnya.<sup>31</sup> Sedangkan *artistic modes* adalah seni di dalam orasi

---

<sup>26</sup>Ibid.

<sup>27</sup>Ibid.

<sup>28</sup>David G. Buttrick, “Foreword,” dalam *Preaching Sermons that Connect: Effective Communication Through Identification*, oleh Craig A. Loscalzo (Downers Grove: InterVarsity, 1992), 10.

<sup>29</sup>George A. Kennedy, *Classical Rhetoric and Its Christian and Secular Tradition from Ancient to Modern Times* (Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 1980), 68.

<sup>30</sup>Ibid.

<sup>31</sup>Ibid.

yang dapat dibangun oleh sang pembicara itu sendiri dan bersifat internal. *Artistic modes* ini terdiri dari tiga bagian, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*.<sup>32</sup> Ketiga bagian ini berkaitan dengan tiga unsur di dalam tindakan orasi, yaitu pembicara (*ethos*), pendengar (*pathos*), dan isi pembicaraan (*logos*).<sup>33</sup> *Ethos* adalah “*the personal character of the speaker as seen in the speech.*”<sup>34</sup> Dengan kata lain, ketika seorang pembicara sedang berbicara, maka ia haruslah seseorang yang nampak sebagai orang yang baik dan dapat dipercaya.<sup>35</sup> Sementara *logos* adalah “*mode of proof found in the argument,*”<sup>36</sup> atau bukti-bukti yang diungkapkan di dalam isi pembicaraan, yang bersifat melayani aspek kognitif dari pendengar. Sedangkan *pathos* adalah “*a mode of artistic proof when the souls of the audience are moved to emotion.*”<sup>37</sup> Secara khusus, *pathos* adalah *mode* atau alat yang dapat menggugah emosi pendengar, dan ini adalah unsur yang sangat penting di dalam komunikasi yang efektif. Jika *pathos* merupakan bagian yang sangat penting di dalam komunikasi yang efektif, maka dapat disimpulkan bahwa *pathos* juga merupakan bagian yang sangat penting di dalam khotbah yang efektif.

Berbicara tentang komunikasi yang efektif, di dalam salah satu karyanya, Cicero menuliskan: “*The whole theory of speaking is dependent on three sources of persuasion: that we prove our case to be true; that we win over those who are*

---

<sup>32</sup>Ibid.

<sup>33</sup>Ibid.

<sup>34</sup>Ibid.

<sup>35</sup>Ibid.

<sup>36</sup>Ibid.

<sup>37</sup>Ibid.



*listening; that we call their hearts to what emotion the case demands.*”<sup>38</sup> Pemikiran Cicero ini mirip dengan pemikiran Aristoteles tentang *ethos*, *pathos*, dan *logos*, tetapi Cicero lebih berfokus pada diri sang pembicara daripada Aristoteles. Lebih jauh, Cicero menyatakan tugas dari seorang orator, atau dikenal dengan istilah *officia oratoris*, adalah *probare/to teach* (mengajar), *delectare/to charm* (menarik perhatian), dan *flectere/to move* (menggerakkan).<sup>39</sup> Tiga tugas orator ini kemudian diidentifikasi ke dalam tiga gaya: *plain for proof* (kejelasan dalam pembuktian/penjelasan), *middle for pleasure* (dapat membuat orang senang/nyaman ketika mendengarkannya), dan *grand for emotion* (sangat menyentuh perasaan).<sup>40</sup> Ini berarti isi dari orasi yang baik harus mencakup pembuktian atau argumentasi yang jelas, memikat pendengar (memiliki unsur *entertainment*), dan juga harus menyentuh emosi pendengar. Di kemudian hari, *officia oratoris* ini disebutkan kembali oleh Quintilian dan kemudian menjadi konsep yang penting di dalam pemikiran Agustinus di dalam salah satu bukunya, *De Doctrina Christiana*.<sup>41</sup> Selaras dengan ini, Agustinus juga menyatakan bahwa tugas dari seorang pengkhotbah mencakup *probare* (memberikan instruksi dan melakukan pembuktian), *delectare* (menarik perhatian dan memikat para pendengar), dan *flectere* (menggerakkan orang-orang untuk melakukan suatu tindakan).<sup>42</sup> Suatu komunikasi yang dapat menggugah emosi pendengar disebut Cicero dengan komunikasi yang agung. Demikian juga khotbah yang dapat menggugah emosi pendengar dapat disebut dengan khotbah yang agung (*grand*). Namun sayangnya,

---

<sup>38</sup>Ibid., 100.

<sup>39</sup>Ibid., 81.

<sup>40</sup>Ibid., 100.

<sup>41</sup>Ibid.

<sup>42</sup>Keller, *Preaching: Communicating Faith*, 13.

penulis mengamati bahwa hal ini kurang mendapatkan perhatian di dalam khotbah-khotbah di banyak mimbar gereja injili.

Dengan meyakini bahwa khotbah yang membawa perubahan hidup adalah khotbah yang menyentuh baik aspek intelektual maupun aspek emosi, maka masalah dari penelitian ini sangatlah penting dan mendesak untuk diangkat. Jika khotbah-khotbah di banyak mimbar gereja injili hanya mampu menyentuh aspek intelektual dan kurang menyentuh aspek emosi, maka tujuan khotbah, yaitu perubahan hidup dalam diri pendengar, sangat sulit untuk tercapai. Dampak dari keadaan ini di dalam skala kecil (gereja lokal) adalah kecil kemungkinan adanya perubahan di dalam hidup jemaat itu. Apabila keadaan ini terus terjadi di banyak tempat dan selama jangka waktu yang panjang, maka di dalam skala luas, yaitu negara Indonesia dan dunia, hampir dapat dipastikan bahwa kekristenan injili sangat sulit untuk bertumbuh dan kecil kemungkinan untuk menjadi saksi di tengah dunia, karena tidak banyak perubahan hidup yang terjadi di dalam diri banyak orang Kristen injili.

### **Rumusan Masalah dan Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki dua pertanyaan utama. *Pertama*, pemahaman seperti apa yang perlu ada di dalam diri setiap pengkhotbah agar di dalam khotbahnya dapat lebih memerhatikan unsur *pathos*? *Kedua*, bagaimana cara agar khotbah dapat memberikan perhatian dan ruang yang lebih pada unsur *pathos*, sehingga tujuan khotbah dapat tercapai? Untuk dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan utama itu, maka dibutuhkan pertanyaan-pertanyaan pendukung yang dapat mengarahkan kepada jawaban dari pertanyaan-pertanyaan utama, yaitu: Apakah yang disebut dengan unsur *pathos* itu? Bagaimanakah unsur *pathos* dapat diterapkan di dalam khotbah?

Bagaimana cara menggunakan *pathos* dengan efektif di dalam khotbah? Di dalam bagian mana sajakah di dalam khotbah yang dapat dipengaruhi oleh unsur *pathos*?

Melalui pertanyaan-pertanyaan di atas, diharapkan penelitian ini dapat mencapai tujuan, yaitu pertama-tama memberikan pemahaman terhadap peran dan efektivitas *pathos* dalam sebuah khotbah. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan memberikan penjelasan cara penggunaan *pathos* di dalam khotbah, supaya khotbah dapat memberikan perhatian dan ruang yang lebih pada unsur *pathos*, dan diharapkan pada akhirnya khotbah lebih dapat efektif dalam mencapai tujuan khotbah, yaitu perubahan hidup pendengar.

#### **Batasan Penelitian**

Di dalam penelitian ini, penulis membatasi masalah di dalam dua aspek. Aspek yang pertama adalah khotbah. Di dalamnya terdapat tujuan khotbah, yaitu perubahan hidup pendengarnya. Selain itu di dalam khotbah juga terdapat penyusunan dan penyampaian khotbah. *Penyusunan khotbah* yang dimaksudkan adalah proses pengembangan struktur khotbah, termasuk di dalamnya pembuatan pendahuluan dan penutup khotbah.<sup>43</sup> Proses pengembangan struktur khotbah ini dilakukan secara tertulis. Sementara *penyampaian khotbah* yang dimaksudkan di sini adalah proses komunikasi khotbah secara lisan yang di dalamnya terdapat aspek suara, gerak tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, penampilan, nada suara, penekanan, tempo,

---

<sup>43</sup>Di dalam buku *7 Langkah Menyusun Khotbah*, Benny Solihin membagi penyusunan khotbah menjadi tujuh langkah, yaitu: (1) Bergantung pada Roh Kudus, (2) Memilih teks, (3) Menemukan amanat teks, (4) Membuat amanat khotbah, (5) Menyusun struktur khotbah, (6) Mengembangkan struktur khotbah, dan (7) Membuat pendahuluan dan penutup khotbah. Di dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan “penyusunan khotbah” adalah tahap keenam dan ketujuh.

dan jeda.<sup>44</sup> Sementara aspek yang kedua adalah aspek *pathos* (emosi) dari pendengar. Yang dimaksudkan dengan aspek *pathos* adalah bagaimana pembicara membangkitkan dan menggerakkan emosi-emosi pendengar, yang ketika digabungkan dengan aspek *logos* (pembuktian secara logis), maka khotbah dapat dengan efektif mencapai tujuannya, yaitu perubahan perilaku dan perubahan hidup yang sesuai dengan firman Tuhan.

Dalam penelitian ini, ada beberapa istilah kunci yang dipakai dan perlu lebih dulu dijelaskan. *Pertama*, istilah “khotbah” memiliki pengertian: (1) pemberitaan kabar baik oleh seorang yang diutus oleh Allah,<sup>45</sup> (2) penyampaian kebenaran secara lisan sebagaimana disebutkan dalam Alkitab,<sup>46</sup> (3) penyampaian kebenaran Alkitab secara lisan oleh Roh Kudus melalui seorang manusia kepada hadirin tertentu dengan tujuan agar mereka memberikan tanggapan positif,<sup>47</sup> (4) *the communication of truth by man to men*.<sup>48</sup> *Kedua*, istilah “penyusunan khotbah” memiliki pengertian: proses pengembangan struktur khotbah dalam bentuk tertulis. *Ketiga*, istilah “penyampaian khotbah” memiliki pengertian: proses komunikasi khotbah secara lisan yang di dalamnya terdapat aspek suara, gerak tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, penampilan, nada suara, penekanan, tempo, dan jeda.<sup>49</sup> *Keempat*, istilah “*pathos*”: (1) *the appeal*

---

<sup>44</sup>Haddon W. Robinson, *Cara Berkhotbah yang Baik: Pedoman untuk Mengembangkan dan Menyampaikan Khotbah Ekspositori*, terj. Basuki, Suryadi, dan Xavier Q.P. (Yogyakarta: Andi, 2002), 221–240. Hal ini juga ditegaskan dalam Sutanto, *Homiletik*, 347.

<sup>45</sup>Piper, *Supremasi Allah dalam Khotbah*, 9.

<sup>46</sup>Jerry Vines dan Jim Shaddix, *Homiletika: Kuasa dalam Berkhotbah*, terj. Endah E. Handoko (Malang: Gandum Mas, 1999), 32. Definisi ini dikutip dari Al Fasol, *Essentials for Biblical Preaching* (Grand Rapids: Baker, 1989), 16.

<sup>47</sup>*Ibid.*, 36.

<sup>48</sup>Phillips Brooks, *The Joy of Preaching* (Grand Rapids: Kregel, 1989), 25.

<sup>49</sup>Robinson, *Cara Berkhotbah yang Baik*, 221–240. Hal ini juga ditegaskan di dalam Sutanto, *Homiletik*, 347.

*to the emotions,*<sup>50</sup> (2) berkaitan dengan bagaimana pembicara membangkitkan semangat dan menggerakkan emosi-emosi pendengar.<sup>51</sup> Kelima, istilah “retorika”: (1) *the art of using words effectively in speaking to influence or persuade others,*<sup>52</sup> (2) *“the work of persuasion,”*<sup>53</sup> (3) *“a faculty for discovering the available means of persuasion.”*<sup>54</sup>

## Metodologi Penelitian

Untuk memecahkan masalah penelitian, penulis akan menggunakan studi kepustakaan. Hasil dari studi kepustakaan akan dipaparkan dan dikembangkan sesuai dengan topik yang dibahas. Studi kepustakaan dinilai sebagai model penelitian yang tepat untuk dapat memahami hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ini, dan untuk menemukan hal-hal yang menjadi solusi dari permasalahan penelitian. Dalam melakukan penelitian ini, penulis akan menggunakan metode deskriptif dalam memaparkan hal-hal yang diperoleh dari studi kepustakaan. Untuk menemukan relevansi, penulis akan melakukan analisis kritis terhadap konsep *pathos* dan kaitannya dengan pencapaian tujuan khotbah, dan kemudian penulis akan memberikan hasil yang diperoleh dengan metode aplikatif.

---

<sup>50</sup>Jerry Vines, *A Guide to Effective Sermon Delivery* (Chicago: Moody, 1986), 99.

<sup>51</sup>Hendricks, *Mengajar untuk Mengubah Hidup*, 106.

<sup>52</sup>Vines, *A Guide to Effective Sermon Delivery*, 83.

<sup>53</sup>Keller, *Preaching: Communicating Faith*, 13.

<sup>54</sup>Kennedy, *Classical Rhetoric*, 68.



## Sistematika Penulisan

Bab pertama merupakan pendahuluan yang terdiri dari dua bagian, yaitu masalah penelitian dan rencana penelitian, yang masing-masing terdiri dari sejumlah subbab. Subbab yang pertama menjelaskan latar belakang masalah, subbab yang kedua menguraikan rumusan masalah dan tujuan penelitian, subbab yang ketiga memaparkan batasan penelitian, subbab yang keempat menjelaskan metodologi penelitian, sementara subbab terakhir menguraikan tentang sistematika penulisan. Selanjutnya di bab kedua merupakan uraian mengenai dasar pemahaman tentang *pathos*. Bab kedua ini dibagi menjadi dua subbab, yaitu: (1) dasar teologis dari *pathos*, dan (2) dasar teori *pathos* dalam ilmu komunikasi. Penjelasan di subbab yang pertama akan dibagi menjadi tiga bagian, yaitu: natur manusia menurut Alkitab, aspek emosi pada manusia, dan *pathos* di dalam Alkitab. Bagian terakhir di bab ini yang mencermati *pathos* di dalam Alkitab dibagi menjadi dua, yaitu Perjanjian Lama dan Perjanjian Baru.

Bab ketiga menguraikan tentang karakteristik pendengar khotbah dan implikasinya terhadap khotbah masa kini. Bab ini dibagi menjadi dua subbab, yaitu: (1) karakteristik pendengar khotbah masa kini, dan (2) implikasi masyarakat dan jemaat gereja terhadap khotbah masa kini. Subbab yang pertama (karakteristik pendengar khotbah masa kini) terbagi menjadi dua bagian lagi, yaitu: (1) karakteristik masyarakat masa kini, dan (2) karakteristik jemaat gereja masa kini. Sementara subbab kedua (implikasi masyarakat dan jemaat gereja terhadap khotbah masa kini) terbagi menjadi dua bagian lagi, yaitu: (1) khotbah yang relevan dengan zaman ini, dan (2) cara-cara penggunaan *pathos* di dalam khotbah.

Bab keempat memaparkan analisis dari penelitian ini, yang dibagi menjadi tiga subbab, yaitu: (1) menyelami *pathos* di tahap persiapan khotbah, (2) penerapan *pathos* pada isi khotbah, dan (3) penerapan *pathos* secara nonverbal dalam penyampaian khotbah. Pada bagian kedua (penerapan *pathos* pada isi khotbah), penulisan dibagi menjadi lima bagian, yaitu: (1) penerapan *pathos* pada bagian pendahuluan, (2) penerapan *pathos* pada bagian penjelasan, (3) penerapan *pathos* pada bagian ilustrasi, (4) penerapan *pathos* pada bagian aplikasi, dan (5) penerapan *pathos* pada bagian penutup. Sementara bab yang terakhir, yaitu bab kelima, berisi kesimpulan dan saran. Sebagai tambahan, tesis ini dilengkapi dengan lampiran berupa contoh naskah khotbah.

