

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN
ENGAGEMENT JEMAAT GEREJA MELALUI AKUN
INSTAGRAM @IMPACTYOUTH.ID**



SKRIPSI

MICHELE GARCIA

00000055374

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN
ENGAGEMENT JEMAAT GEREJA MELALUI AKUN
INSTAGRAM @IMPACTYOUTH.ID**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

MICHELE GARCIA
00000055374

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Michele Garcia
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055374
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul:

**“PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN
ENGAGEMENT JEMAAT GEREJA MELALUI AKUN INSTAGRAM
@IMPACTYOUTH.ID”**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan karya tulis, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Skripsi yang telah saya tempuh.

Tangerang, 19 Juni 2025



Michele Garcia

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Kajian dengan judul

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN
ENGAGEMENT JEMAAT GEREJA MELALUI AKUN INSTAGRAM
@IMPACTYOUTH.ID**

Oleh

Nama : Michele Garcia
NIM : 00000055374
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 7 Juli 2025
Pukul 80.30 s.d 10.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.

**Theresia Lavietha Vivrie Lolita,
M.I.Kom.**

NIDN 0308117706

NIDN 0327019001

Pembimbing

Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si
NIDN 0320079201

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Michele Garcia
NIM : 00000055374
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : “Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Engagement Jemaat Gereja Melalui Akun Instagram @Impactyouth.id”

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
- ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 19 Juni 2025


Michele Garcia

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan skripsi ini dengan judul: **“Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Engagement Jemaat Gereja Melalui Akun Instagram @[Impactyouth.id](https://www.instagram.com/Impactyouth.id)”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

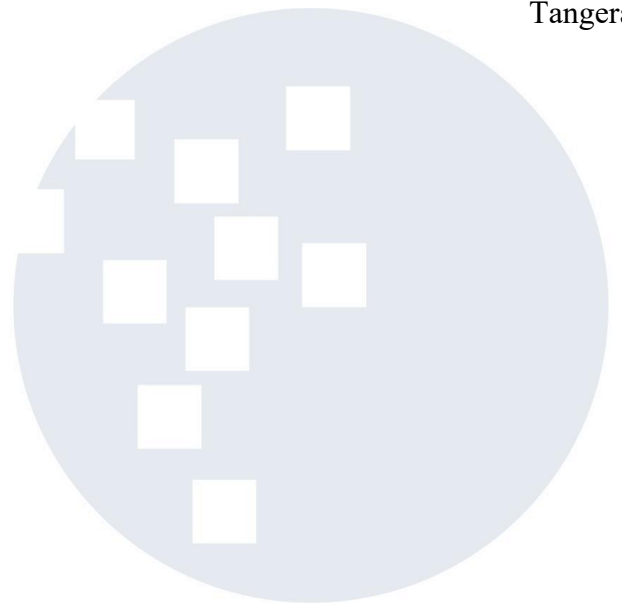
1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si, sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
5. Bapak Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si, selaku Ketua Sidang dan. Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, M.I.Kom, selaku Penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kepada Sherly Waruwu, selaku kakak mentor gereja saya yang selalu memberikan dukungan serta saran selama pengerjaan skripsi.
8. Kepada Matthew Marvel Rovenne, selaku *support system* saya yang selalu memberikan motivasi untuk mengerjakan skripsi, serta memberikan bantuan dikala mengalami kesulitan dan kebingungan dalam mengerjakan skripsi.
9. Kepada Impact Youth, selaku komunitas gereja yang membantu saya dalam memberikan data-data terakit objek penelitian yang saya teliti.

10. Terakhir untuk para teman-teman gereja serta kampus saya, Michael, Felicia, Vania, Janesse, Clarissa, Theona, serta teman-teman lain yang tidak dapat dituliskan namanya yang selalu memberikan saya semangat dalam mengerjakan penelitian skripsi ini.

Tangerang, 19 Juni 2025



Michele Garcia



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**“PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN
ENGAGEMENT JEMAAT GEREJA MELALUI AKUN INSTAGRAM
@IMPACTYOUTH.ID”**

Michele Garcia

ABSTRAK

Media sosial telah menjadi alat penting dalam membangun komunikasi dan interaksi di berbagai bidang, termasuk dalam komunitas keagamaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan media sosial yang diterapkan oleh komunitas gereja Impact Youth melalui akun Instagram @impactyouth.id dalam meningkatkan *engagement* jemaat muda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan paradigma post-positivisme dan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan tiga informan, yaitu pengelola media sosial, *volunteer*, dan pengerja pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Impact Youth mengembangkan strategi konten berbasis tiga pilar utama: pengajaran, penginjilan, dan worship, yang dikemas dalam format konten kreatif dan sesuai dengan karakteristik audiens muda. Konten yang diunggah tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga interaktif, mendorong keterlibatan jemaat melalui pembuatan konten interaktif. Selain itu, strategi *co-creation* dan konsistensi publikasi konten terbukti meningkatkan jangkauan akun dan *engagement rate*. Dengan memanfaatkan pendekatan *The Networked Nonprofit* dan *brand engagement*, Impact Youth berhasil menjadikan Instagram sebagai ruang komunikasi yang partisipatif dan membangun rasa memiliki dalam komunitas. Penelitian ini merekomendasikan optimalisasi perencanaan konten digital, misalnya dengan menggunakan *Google Sheets*, serta mendorong pelibatan jemaat secara lebih aktif dalam proses kreatif konten.

Kata kunci: *Impact Youth, Instagram, Keterlibatan, Konten, Media Sosial*

**“UTILIZING SOCIAL MEDIA TO IMPROVE CHURCH
CONGREGATION ENGAGEMENT THROUGH THE INSTAGRAM
ACCOUNT @IMPACTYOUTH.ID”**

Michele Garcia

ABSTRACT

Social media has become an important tool in building communication and interaction in various fields, including within religious communities. This study aims to analyze the use of social media implemented by the Impact Youth church community through the Instagram account @impactyouth.id in increasing engagement among young congregants. This study used a descriptive qualitative approach with a post-positivism paradigm and a case study method. Data were collected through in-depth interviews with three informants: a social media manager, a volunteer, and a ministry worker. The results show that Impact Youth developed a content strategy based on three main pillars: teaching, evangelism, and worship, packaged in a creative content format and suited to the characteristics of a young audience. The uploaded content is not only informative but also interactive, encouraging congregant involvement through interactive content creation. Furthermore, the co-creation strategy and consistent content publication have been proven to increase account reach and engagement rates. By utilizing the Networked Nonprofit approach and brand engagement, Impact Youth successfully made Instagram a participatory communication space and built a sense of belonging within the community. This study recommends optimizing digital content planning using tools such as Google Sheets and more active involvement of congregants in the content creative process.

Keywords: Content, Engagement, Instagram, Impact Youth, Social Media

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5.1 Kegunaan Akademis	11
1.5.2 Kegunaan Praktis	12
1.5.3 Kegunaan Sosial.....	12
1.6 Batasan Penelitian	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori atau Konsep.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Paradigma Penelitian.....	33
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	35
3.3 Metode Penelitian.....	35
3.4 Pemilihan Informan / Unit Analisis (Analisis Isi)*	37

3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6	Keabsahan Data.....	38
3.7	Teknik Analisis Data.....	39
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1	Subjek dan Objek Penelitian	41
4.1.1.	Subjek Penelitian.....	41
4.1.2.	Objek Penelitian	42
4.2	Hasil Penelitian.....	45
4.2.1.	The Networked Non-Profit.....	45
4.2.2.	Strategi Meningkatkan Brand Engagement.....	54
4.3	Pembahasan	59
4.3.1.	Konsep The Networked Nonprofit	59
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran.....	75
5.2.1	Saran Akademis.....	75
5.2.2	Saran Praktis.....	76
DAFTAR PUSTAKA		77
LAMPIRAN.....		80



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Data Informan	37



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

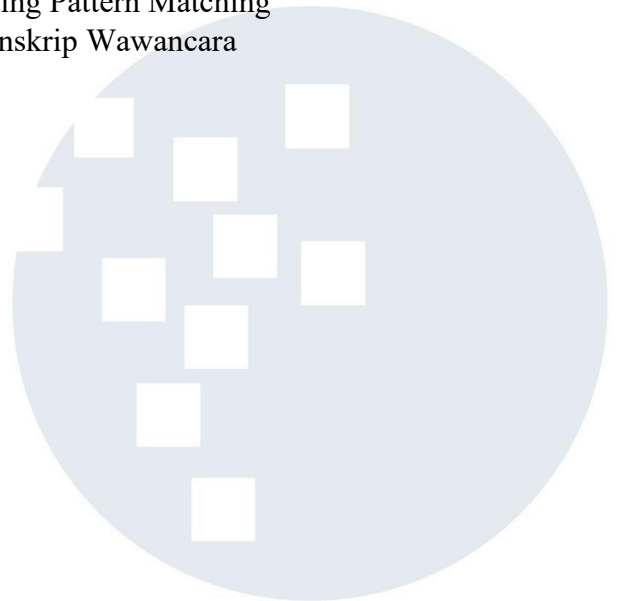
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Digital di Indonesia Tahun 2025	2
Gambar 1. 2 Gambaran Penggunaan Media Sosial	3
Gambar 1. 3 Penggunaan Sosial Media dari waktu ke waktu	3
Gambar 1. 4 Alasan Penggunaan Media Sosial	4
Gambar 1. 5 Platform Media Sosial yang Sering Digunakan	5
Gambar 1. 6 Tingkatan Rata-Rata Keterlibatan pada Instagram	6
Gambar 1. 7 Perbandingan Informasi Konten JPCC Youth dan AOG Youth	9
Gambar 2. 1 Alur Penelitian	32
Gambar 4. 1 Postingan Story Media Sosial Instagram Impact Youth	43
Gambar 4. 2 Postingan Feeds Media Sosial Instagram Impact Youth	44
Gambar 4. 3 Postingan Reels Media Sosial Instagram Impact Youth	44
Gambar 4. 4 Strategi Kolaborasi dalam Keterlibatan Jemaat melalui Konten-Konten Interaktif	60
Gambar 4. 5 Contoh Konten Interaktif dalam Membangun Hubungan Hangat	62
Gambar 4. 6 Contoh Konten Media Sosial Impact Youth yang Dikemas dalam Memberikan Informasi Kegiatan serta Meningkatkan Keterlibatan Jemaat	63
Gambar 4. 7 Konten Interaktif Call to Action	64
Gambar 4. 8 Content Pillar dalam Setiap Konsistensi Konten	65
Gambar 4. 9 Membalas Pertanyaan Jemaat pada Kolom Komentar	67
Gambar 4. 10 Restory Impact Youth	68
Gambar 4. 11 Engagement Rate Instagram Impact Youth	71
Gambar 4. 12 Followers Impact Youth	71
Gambar 4. 13 Contoh Konten Interaktif yang Memiliki Engagement Besar	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin (Wajib Ada)	80
Lampiran B Konsultasi Form (Wajib Ada)	81
Lampiran C Lembar Persetujuan dan Transkrip	82
Lampiran D Pertanyaan Wawancara dengan Informan yang bersangkutan	85
Lampiran E Coding Pattern Matching	90
Lampiran F Transkrip Wawancara	91



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA