

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini berupaya untuk dapat memahami pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh komunitas gereja Impact Youth melalui platform Instagram @impactyouth.id. Impact Youth memanfaatkan penggunaan platform Instagram sebagai media utama dalam membagikan publikasi konten-konten informatif infomrasi dalam bentuk visual berupa: *feed*, *story*, dan *reels*. Secara umum strategi pemanfaatan media sosial yang diterapkan oleh Impact Youth telah berhasil meningkatkan *engagement* dengan para jemaat, khususnya dalam kalangan generasi muda. Strategi ini diterapkan dengan berlandaskan konsep *The Networked Nonprofit* (Kanter & Fine, 2010) serta *Social Brand Engagement* (Kozinets, 2014), yang diimplementasikan melalui pemanfaatan pengelolaan konten interaktif melalui sosial media Instagram

Impact Youth berhasil membangun kedekatan dengan jemaat melalui strategi konten-konten interaktif yang bersifat emosional dan spiritual, dengan memanfaatkan dokumentasi kegiatan ibadah, publikasi konten interaktif, serta penguatan budaya komunitas yang bersifat dua arah. Dalam praktiknya, pendekatan seperti *building trust through transparency*, *creating a social culture*, serta *governing through networks* telah diterapkan dalam operasional tim sosial media. Selain itu, strategi pelayanan-nya dalam merepon setiap pesan-pesan yang masuk secara langsung (DM), *repost story mention* jemaat, serta penggunaan fitur *add collaboration* menjadi bagian dari upaya memperkuat komunikasi dua arah dan memperluas jangkauan konten yang dipublikasinya.

Pada periode Februari hingga Mei 2025, Impact Youth mengalami peningkatan dengan jumlah total *views* mencapai 246.711, *account reached* sebesar 46.482 (naik 164,8%), dan total interaksi sebesar 5.325 dari 1.478 akun *engaged*. Selain itu, terdapat kenaikan jumlah pengikut dari 1.615 menjadi 1.701 akun. Data ini menunjukkan efektivitas konten interaktif yang disusun secara sistematis oleh tim sosial media Impact Youth.

Namun demikian, hasil penelitian juga menemukan adanya kesenjangan (gap) antara perencanaan strategi dan implementasi di lapangan. Salah satu tantangan utama yang diidentifikasi adalah belum optimalnya partisipasi jemaat secara aktif dalam proses penciptaan konten, serta kurangnya perluasan jejaring kolaboratif di luar tim internal. Selain itu, sistem koordinasi dan manajemen waktu yang berbasis kepercayaan belum sepenuhnya efektif dalam mendukung ritme produksi konten yang konsisten dan adaptif.

Sebagai bagian dari refleksi strategis, penelitian ini juga membandingkan pendekatan Impact Youth dengan strategi media sosial yang diterapkan oleh komunitas NDC Youth. Hasil perbandingan menunjukkan bahwa NDC Youth lebih proaktif dalam mengadopsi tren digital melalui prinsip “**Amati, Tiru, Modifikasi**”, serta secara aktif mendorong *user-generated content* melalui *repost story* jemaat, pelibatan dalam konten POV pelayanan, dan pendekatan komunikasi yang bersifat inklusif. Di sisi lain, NDC Youth secara strategis mengintegrasikan data *insight* sebagai landasan penyusunan dan evaluasi konten, yang belum sepenuhnya dioptimalkan oleh Impact Youth.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Impact Youth telah berhasil dalam menginternalisasi prinsip-prinsip pelayanan digital berbasis jejaring dan relasi komunitas, namun perlu melakukan penguatan strategi pada aspek: pelibatan jemaat dalam proses kreatif konten (*co-creation*), serta penerapan sistem *monitoring* dan evaluasi secara terstruktur berdasarkan data *insight*. Secara keseluruhan, strategi media sosial Impact Youth telah menciptakan landasan yang kuat dalam membangun hubungan emosional dan spiritual dengan jemaatnya. Namun untuk mencapai keberlanjutan jangka panjang dan peningkatan kualitas engagement, dibutuhkan inovasi strategis yang lebih terbuka, inklusif, dan berbasis data.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pemanfaatan media sosial dari komunitas gereja Impact Youth Youth dalam meningkatkan *engagement*

dengan para jemaat terdapat saran akademis yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya, yaitu untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti dari segi platform sosial media Impac Youth yang lainnya, seperti melalui Youtube ataupun Tiktok agar dapat mengetahui implementasi dengan pemanfaatan media sosial yang disusun supaya dapat meningkatkan kesadaran dan keterlibatan jemaat Impact Youth Youth.

5.2.2 Saran Praktis

Selama menjalankan proses strategi media sosial pemasaran yang dilakukan oleh Impact Youth dapat dikatakan cukup sesuai dengan tahapan strategi media sosial pemasaran serta strategi dalam meningkatkan *engagement* dengan para jemaatnya. Namun, terdapat beberapa saran praktis dalam penelitian ini untuk Impact Youth, yaitu;:

1. Menggunakan *tools google docs* ataupun *google sheets* dalam menyusun perencanaan konten, sehingga *content plan* yang sudah direncanakan lebih tersusun rapi dan teratur, sehingga konten-konten yang sudah pernah dibuat sebelumnya dapat diketahui melalui penggunaan *tools* ini.
2. Mengajak jemaat terlibat secara aktif dalam memberikan inovasi ide-ide konten untuk Impact Youth kedepannya. Sebagai contoh, Impact Youth dapat menanyakan *point of view* dari sisi jemaat mengenai konten-konten interaktif seperti apa yang sesuai dengan genre anak-anak muda.