

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan yang menjawab rumusan masalah penelitian, yaitu:

1. **Kualitas Media Sosial Instagram @nextgen.surabaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Jemaat NextGen Surabaya.** Hal ini dibuktikan dari nilai koefisien regresi (B) positif sebesar 0,846 dan nilai probabilitas dari X terhadap Y adalah $0,000 < 0,05$. Nilai uji t sebesar 33,428 dengan signifikansi 0,000, yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. **Semakin baik Kualitas Media Sosial Instagram, maka semakin tinggi tingkat Kepuasan Jemaat Gereja Gosyen Blessing.** Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,849 menunjukkan bahwa 84,9% Kepuasan Jemaat dapat dijelaskan oleh Kualitas Media Sosial Instagram, sedangkan 15,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. **Hubungan antara Kualitas Media Sosial Instagram dan Kepuasan Jemaat tergolong sangat kuat, dengan nilai korelasi sebesar 0,922 yang bertanda positif, menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki hubungan searah.**

5.2. Saran

Dari hasil penelitian didapatkan beberapa saran penelitian yaitu:

Saran bagi Manajemen Gereja Gosyen Blessing dan Pengelola Akun Instagram @nextgen.surabaya

1. Meningkatkan Kualitas Konten Visual dan Informasi

Gereja disarankan untuk secara konsisten menyajikan konten yang informatif, inspiratif, edukatif, dan relevan dengan kebutuhan generasi muda, seperti:

Renungan singkat harian yang dapat diunggah setiap pagi.

Informasi jadwal ibadah dan kegiatan gereja yang diperbarui secara berkala.

Dokumentasi kegiatan gereja dalam bentuk foto dan video pendek (Reels).

Kesaksian jemaat dan konten interaktif seperti polling atau kuis untuk mendorong keterlibatan.

2. Meningkatkan Interaktivitas dan Responsivitas

Pengelola akun disarankan untuk lebih responsif dalam menanggapi pertanyaan, komentar, atau masukan dari jemaat melalui fitur *Direct Message* dan kolom komentar. Waktu respons idealnya kurang dari 24 jam untuk menjaga kepuasan jemaat.

3. Mengoptimalkan Fitur Instagram

Memanfaatkan fitur *Highlights* untuk mengelompokkan informasi penting seperti jadwal ibadah, acara spesial, dan materi renungan agar mudah diakses.

- Menggunakan *Instagram Stories* untuk pengumuman singkat dan *countdown* untuk acara mendatang.
- Membuat konten *Reels* yang kreatif dan menarik untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

4. Menyusun Strategi Konten Terjadwal

Membuat kalender konten bulanan yang mencakup berbagai tema, seperti:

Minggu 1: Informasi ibadah dan jadwal kegiatan.

Minggu 2: Renungan dan motivasi rohani.

Minggu 3: Dokumentasi dan testimoni kegiatan gereja.

Minggu 4: Interaksi dengan jemaat (kuis, polling, atau sesi tanya jawab).

5. Mengukur dan Evaluasi Secara Berkala

Melakukan evaluasi rutin setiap bulan terhadap performa akun Instagram dengan menganalisis metrik seperti *engagement rate*, jumlah tayangan, dan tingkat interaksi jemaat.

Mengadakan survei kepuasan jemaat secara periodik untuk mengetahui harapan dan kebutuhan informasi jemaat terhadap media sosial gereja.

Saran bagi Jemaat NextGen Surabaya

1. Memanfaatkan Media Sosial Instagram dengan Optimal

Jemaat disarankan untuk menggunakan Instagram @nextgen.surabaya sebagai sarana memperoleh informasi terkait kegiatan gereja, memperdalam kehidupan rohani, serta membangun komunikasi yang lebih baik dengan gereja.

2. Berpartisipasi Aktif

Jemaat diharapkan untuk berpartisipasi aktif dengan memberikan tanggapan, membagikan konten yang bermanfaat, mengikuti berbagai kegiatan yang dipublikasikan melalui Instagram, serta memberikan kritik dan saran yang membangun demi peningkatan kualitas pelayanan digital gereja.

3. Menyebarkan Informasi Positif

Jemaat dapat menjadi agen penyebaran informasi dengan membagikan konten-konten gereja yang bermanfaat kepada teman-teman mereka di media sosial, sehingga dapat menjangkau lebih banyak orang dan memperluas dampak pelayanan gereja.

Saran bagi Penelitian Selanjutnya

1. Memperluas Konteks Penelitian

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji pengaruh kualitas media sosial terhadap kepuasan jemaat pada platform media sosial

lainnya seperti YouTube, TikTok, atau Facebook untuk memperoleh perbandingan yang lebih komprehensif.

2. Menambahkan Variabel Mediasi atau Moderasi

Penelitian mendatang dapat menambahkan variabel mediasi seperti *engagement* atau *trust* dan variabel moderasi seperti *demografi jemaat* untuk melihat pengaruh tidak langsung dan faktor-faktor yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara kualitas media sosial dan kepuasan jemaat.

3. Menggunakan Metode Campuran (Mixed Methods)

Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan campuran kuantitatif dan kualitatif, seperti wawancara mendalam atau *focus group discussion* (FGD) dengan jemaat, untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan jemaat terhadap media sosial gereja.

4. Memperluas Sampel Penelitian

Penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel penelitian tidak hanya pada satu gereja, tetapi pada beberapa gereja dengan karakteristik yang berbeda untuk melihat generalisasi hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abiyoga, Dhavin Shaaka & Ami Saptiyono. (2025). Pengaruh Kualitas Konten Instagram @seputarsemarang terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Warga Semarang. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(4), 1667–1680. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i4.5602>
- Alalwan, A. A. (2018). Investigating the impact of social media advertising features on customer purchase intention. *International Journal of Information Management*, 42(1), 65–77.
- Apriliansyah, Medya. (2024). Pengaruh Kualitas Konten Media Sosial Terhadap Brand Awareness Pada Chery Motor Indonesia. *Jurnal Serasi*, Vol. 22, No. 2, pp. 139-147
- Cikawati, N., Santoso, H., Ulya, E. D., & Pranata, R. T. H. (2026). Kualitas Konten Promosi Instagram @Atedoz.Photobooth terhadap Minat Beli Pelanggan Cabang Malabar. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, 9(1), 128-136.
- Delliana, (2021). Hubungan Kualitas Konten Channel Youtube Gadgetin Terhadap Kepuasan Viewers Konten Gadget. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 8, No. 2.
- Dewi, Puspita Sandra; Vivi Gusrini Ramadani Pohan dan Eka Danta Ginting. (2025). The Effect Of Church Image On Congregation Satisfaction With Hospitality As A Moderator Variable In The GBKP Congregation In The Medan Region. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies*, Vol. 50, No. 2, pp. 106-113
- Dyer, J. (2022). Exploring Mediated Ekklesia: How We Talk about Church in the Digital Age. In *Ecclesiology for a Digital Church: Theological Reflections on a New Normal*. SCM Press.
- Febrianti, et al. (2026). Pengaruh Kualitas Konten Youtube Channel Nadia Omara Terhadap Kepuasan Penonton pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Kotabumi. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 10, No. 1.
- Febrina, R. Ismira; Ummu Salamah; & Gina Sakinah. (2024). Pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna media sosial. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 10(1) 84-100.
- Ghalavand, Hossein & Shirshahi, Saeid & Rahimi, Alireza & Zarrinabadi, Zarrin & Amani, Fatemeh. (2024). Common data quality elements for health information systems: a systematic review. *BMC Medical Informatics and Decision Making*.
- Hidayat, A., & Prasetyo, B. (2023). Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 11(3), 201–215.

- Kelvin, K. (2025). Pengaruh Brand Content terhadap Kepuasan Konsumen di Sosial Media. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(5), 6958–6971. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i5.10339>
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1).
- Mihu, Cantemir & Pitic, Antoniu & Bayraktar, Dorin. (2023). Drivers of Digital Transformation and their Impact on Organizational Management. *Studies in Business and Economics*. 18. 149-170. 10.2478/sbe-2023-0009.
- Muflih & Muhammad. (2024). Pengaruh Kualitas Sistem dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna TikTok Shop: Peran Trust Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Sistem Informasi*, Vol. 12, No. 3.
- Naurah, N. (2023). Daftar Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan 2023, Facebook Juaranya. In Goodstats.id.
- Nugrani, S. S., Pranata, R. T. H., & Cholagi, F. F. (2025). Analisis Konten Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Engagement pada Akun Cinemagenda (@Linikini_Id). *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, 11(2), 199–214
- Nuraini, N., Aini, C. N., Lestari, K. A., & Kumala Sari, N. A. (2023). Penggunaan Media Sosial Instagram oleh Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. *JIPIS : Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi Islam*, 2(2), 99.
- Nurpitriah, Yusup, E., & Ema. (2023). Pengaruh Instagram @exploresubang terhadap Keputusan Berkunjung ke Tempat Wisata Ciater. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 9(2), 271–285.
- Perez, L. G., Cardenas, C., Blagg, T., & Wong, E. C. (2025). Partnerships Between Faith Communities and the Mental Health Sector: A Scoping Review. *Psychiatric services (Washington, D.C.)*, 76(1), 61–81. <https://doi.org/10.1176/appi.ps.20240077>
- Purba, Hendi Saputra & Rahmi Lubis. (2025). Congregation Satisfaction And Service Quality Gkps Pastors. *International Journal of Cultural and Social Science*, Vol. 6, No. 4, pp. 1253-1258
- Putri, Ayu. (2020). Analisis Kualitas Konten Dan Akurasi Terhadap Kepuasan Guru Menggunakan Aplikasi E-Rapor Di Smk Negeri 3 Pariaman. *Al Murabbi*. 5. 73-82. 10.35891/amb.v5i2.2142.

- Putriani, R. H., & Rocmaniah, A. . (2024). Quality of Instagram Vlapictura as Information Media: Kualitas Instagram Vlapictura sebagai Media Informasi. *Academia Open*, 9(1).
- Rahayu, S., Ahman, D. E., Nofriansyah, M., Romadhon, D. N. A., & Supriatna, E. (2025). Pendidikan ekonomi di era digital dan global. PT Media Pustaka Indo
- Rizki, Bintang. (2025). Analisis Pengaruh Konten Instagram Terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Perpustakaan Universitas Brawijaya. *Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan*. 14. 131. 10.24036/jiipk.v14i1.133428.
- Role, Yanuarius & Manu, Maximus & Lewar, Markus & Pito, Kostodia. (2025). Analysis of the Understanding, Experience/Appreciation, and Satisfaction Levels of the Faithful Regarding the Dialogue between the Church and Culture in the Diocese of Maumere. *Jurnal Ledalero*. 24. 152. 10.31385/jl.v24i2.606.152-172.
- Safriana, S., & Samatan, N. (2022). Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Dan Kualitas Informasi Akun Instagram @Indozone.id Terhadap Kepuasan Followers Generasi Z Dalam Memperoleh Informasi. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(1), 17–25.
- Stoumpos, A. I., Kitsios, F., & Talias, M. A. (2023). Digital Transformation in Healthcare: Technology Acceptance and Its Applications. *International journal of environmental research and public health*, 20(4), 3407. <https://doi.org/10.3390/ijerph20043407>
- Tendan, et al. (2025). Pengaruh Content Quality dan Interaction Quality terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction pada Pelanggan Shopee di Manado. *Jurnal Manajemen*, Vol. 12, No. 1.
- Wahyono. (2022). Media Sosial Dan Kualitas Layanan Meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Media Sosial Toko Buku Online Redaksi Loveable). *Jurnal Bisnis*, Vol. 8, No. 3.