



Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial oleh Gereja terhadap Keterlibatan Jemaat dalam Kegiatan Ibadah dan Sosial (Studi Kasus Gereja GAIS Gideon Pekanbaru)

Yemima Naburju Siagian¹, Purim Marbun²

^{1,2} Sekolah Tinggi Teologi Bethel Indonesia, Jakarta

Email : 24121034@sttbi.ac.id¹ , marbunpurim@gmail.com²

Article Info

Article history:

Received July 03, 2025

Revised July 16, 2025

Accepted July 25, 2025

Keywords:

Social Media;

Congregational

Engagement; Worship;

Social Activities; Instagram;

TikTok

ABSTRACT

This study analyzes the influence of church social media use on congregational engagement in worship and social activities, using the GAIS Gideon Church in Pekanbaru as a case study. The social media focus is on Instagram and TikTok utilized by the church for one month, and respondents consist of church members aged 17–65 (both long-standing and new members). A quantitative survey approach was employed, using a questionnaire designed to measure the intensity of the church's social media usage and the level of congregational engagement. Instrument validity and reliability tests were conducted prior to the main analysis. The results indicate that the church's use of social media has a positive and significant effect on congregational engagement in worship services and social activities. A simple linear regression test yielded a coefficient of determination of 0.36 ($R^2 = 36\%$), indicating that about 36% of the variance in congregational engagement is explained by the church's social media usage. The regression coefficient was positive ($\beta \approx 0.6$) with a significance value of $p < 0.001$, implying that higher intensity of Instagram and TikTok utilization by the church correlates with greater congregational engagement. These findings underscore the importance of social media strategies in church ministry to foster member participation, especially among youth. In conclusion, social media is an effective tool to support congregational engagement in church worship and social activities, provided it is used wisely and as a complement to in-person fellowship.



Article Info

Article history:

Received July 03, 2025

Revised July 16, 2025

Accepted July 25, 2025

Kata Kunci:

Media Sosial, Keterlibatan

Jemaat, Ibadah, Kegiatan

Sosial, Instagram, TikTok

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh penggunaan media sosial oleh gereja terhadap keterlibatan jemaat dalam kegiatan ibadah dan sosial, dengan studi kasus Gereja GAIS Gideon di Pekanbaru. Fokus media sosial adalah Instagram dan TikTok yang digunakan gereja selama satu bulan, dan responden merupakan jemaat berusia 17–65 tahun (baik anggota lama maupun baru). Pendekatan kuantitatif survei diterapkan menggunakan kuesioner yang dirancang untuk mengukur intensitas penggunaan media sosial gereja dan tingkat keterlibatan jemaat. Uji validitas dan reliabilitas instrumen dilakukan sebelum analisis utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh gereja berpengaruh positif dan signifikan terhadap keterlibatan jemaat dalam ibadah dan kegiatan sosial. Uji regresi linier sederhana menghasilkan koefisien determinasi sebesar 0,36 ($R^2 = 36\%$), yang mengindikasikan sekitar 36% variasi keterlibatan jemaat dapat dijelaskan oleh variabel penggunaan media sosial gereja. Koefisien regresi bernilai positif ($\beta \approx 0,6$) dengan nilai signifikansi $p < 0,001$, menandakan bahwa peningkatan intensitas pemanfaatan Instagram dan TikTok oleh gereja berkorelasi dengan peningkatan keterlibatan jemaat. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi



media sosial dalam pelayanan gereja untuk mendorong partisipasi jemaat, terutama kalangan muda. Kesimpulannya, media sosial merupakan sarana efektif untuk mendukung keterlibatan jemaat sepanjang kegiatan ibadah dan sosial gereja, selama penggunaannya bijak dan melengkapi persekutuan tatap muka.



Corresponding Author:

Yemima Naburju Siagian

Sekolah Tinggi Teologi Bethel Indonesia

E-mail: 24121034@sttbi.ac.id

PENDAHULUAN

Revolusi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, tak terkecuali dalam praktik keagamaan dan cara gereja berkomunikasi dengan jemaat. Di Indonesia, penggunaan media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari keseharian masyarakat. Tercatat pada Januari 2023 terdapat sekitar 94,5 juta pengguna Instagram di Indonesia (sekitar 33,2% dari populasi) (NapoleonCat 2023). Sementara pengguna TikTok mencapai 109,9 juta, menjadikan Indonesia negara dengan pengguna TikTok terbanyak kedua di dunia (Katadata 2023). Platform seperti Instagram dan TikTok yang berbasis konten visual dan video kian populer, terutama di kalangan generasi muda. Kondisi ini mendorong berbagai institusi, termasuk lembaga keagamaan, untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

Gereja sebagai komunitas iman juga mengalami dampak perkembangan teknologi digital. Banyak gereja kini aktif di media sosial untuk menyampaikan informasi, konten rohani, serta menjalin interaksi dengan jemaat di ruang virtual (Nole et al. 2024). Media sosial memungkinkan gereja terhubung dengan para anggotanya maupun masyarakat yang belum tergabung dalam jemaat, melalui cara yang mudah dan praktis (AGFinancial 2025). Misalnya, pengumuman kegiatan ibadah, renungan harian, hingga siaran langsung kebaktian dapat dibagikan melalui platform seperti Instagram dan TikTok. Dengan demikian, batasan ruang dan waktu dapat diatasi; jemaat dapat mengikuti rangkaian ibadah atau mendapatkan informasi rohani dari mana saja tanpa harus selalu hadir secara fisik di gereja (Nole et al. 2024). Hal ini sangat dirasakan manfaatnya terutama selama masa pandemi Covid-19, di mana media sosial menjadi sarana utama untuk menjaga pertumbuhan iman jemaat saat pertemuan tatap muka dibatasi (Dicky Alexander Kandou 2021).

Meskipun potensi manfaatnya besar, penggunaan media sosial oleh gereja juga menimbulkan pertanyaan mengenai efektivitasnya dalam meningkatkan keterlibatan jemaat. Keterlibatan jemaat dalam konteks ini mencakup partisipasi aktif dalam ibadah (seperti kehadiran dalam kebaktian Minggu, mengikuti persekutuan doa) maupun kegiatan sosial gereja (seperti pelayanan masyarakat, acara bakti sosial, dsb). Tradisionalnya, keterlibatan jemaat dibangun melalui interaksi langsung, pembinaan rohani secara tatap muka, dan kegiatan komunitas di gereja. Maka, penting untuk memahami apakah interaksi dan informasi melalui media sosial gereja dapat mendorong jemaat untuk lebih terlibat dalam kegiatan-kegiatan tersebut. Sebagian pihak mengkhawatirkan bahwa keterhubungan digital bisa menjadi pengganti (substitusi) daripada pelengkap aktivitas rohani konvensional. Misalnya, studi Platz



(2017) di Amerika Serikat mendiskusikan hipotesis bahwa media sosial dapat menjadi “barang substitusi” yang mengurangi motivasi hadir ke gereja; namun ia juga mengemukakan kemungkinan sebaliknya, yakni media sosial berperan komplementer dengan memungkinkan dialog keagamaan berlanjut di luar gereja (Platz 2017). Di Indonesia menunjukkan nuansa tersendiri: satu penelitian terhadap kaum muda Katolik menemukan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan tanpa bimbingan dapat membuat mereka mengabaikan peran aktifnya di gereja (Via 2023). Di sisi lain, pengelolaan media sosial yang tepat oleh gereja berpotensi justru meningkatkan keterlibatan, terutama bagi generasi muda yang sangat aktif di dunia maya (AGFinancial 2025).

Gereja GAIS Gideon Pekanbaru merupakan salah satu gereja yang mengikuti tren pemanfaatan media sosial dalam pelayanan. Dalam satu bulan terakhir, gereja ini gencar menggunakan Instagram dan TikTok untuk berbagi informasi ibadah, konten rohani kreatif, serta dokumentasi kegiatan sosial gereja. Dengan jumlah pengikut Instagram ratusan akun dan upaya merambah TikTok, gereja berharap dapat merangkul jemaat lebih luas, termasuk generasi milenial dan Gen-Z yang dominan di platform tersebut. Namun, sejauh mana upaya digital ini berdampak pada keterlibatan nyata jemaat dalam kegiatan gereja masih perlu ditelaah. Apakah jemaat yang terpapar konten Instagram/TikTok gereja menjadi lebih rajin beribadah dan terlibat pelayanan? Pertanyaan inilah yang mendorong penelitian ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial oleh Gereja GAIS Gideon Pekanbaru – khususnya melalui platform Instagram dan TikTok – terhadap tingkat keterlibatan jemaat dalam kegiatan ibadah dan sosial. Dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini akan menguji secara empiris hubungan antara intensitas pemanfaatan media sosial gereja dengan partisipasi jemaat. Hipotesis yang diajukan adalah bahwa penggunaan media sosial oleh gereja berpengaruh positif signifikan terhadap keterlibatan jemaat. Melalui studi ini, diharapkan diperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai efektifitas media sosial sebagai sarana pelayanan gereja di era digital, sekaligus masukan bagi gereja-gereja lain dalam merumuskan strategi komunikasi dan pengembalaan jemaat di platform daring.

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatif. Desain ini dipilih untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel bebas dan terikat berdasarkan data numerik yang dikumpulkan dari responden. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Penggunaan Media Sosial oleh Gereja, khususnya penggunaan Instagram dan TikTok oleh Gereja GAIS Gideon Pekanbaru. Variabel terikatnya adalah Keterlibatan Jemaat dalam Kegiatan Ibadah dan Sosial. Penelitian ini bersifat *explanatory research*, berusaha menjelaskan pengaruh (efek) variabel X terhadap variabel Y di lingkungan gereja tersebut.

B. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian mencakup seluruh jemaat Gereja GAIS Gideon Pekanbaru yang aktif dalam rentang satu bulan pengamatan, dengan kriteria usia 17–65 tahun. Berdasarkan data internal gereja, populasi jemaat dewasa dalam rentang usia tersebut diperkirakan sebanyak



±300 orang. Populasi ini meliputi jemaat yang sudah lama bergabung maupun jemaat baru, tanpa membedakan jabatan struktural (baik pendeta, penatua, aktivis, maupun anggota biasa).

Teknik sampling yang digunakan adalah simple random sampling terhadap anggota populasi yang memenuhi kriteria. Dari populasi, diambil sampel sejumlah 100 orang jemaat. Penentuan ukuran sampel ini mempertimbangkan aturan praktis dan estimasi melalui rumus Slovin dengan margin error 10%, yang menghasilkan angka sekitar 75; untuk meningkatkan representativitas, sampel ditingkatkan menjadi 100. Karakteristik sampel yang terpilih cukup beragam: terdiri dari 55 orang wanita dan 45 pria, dengan distribusi usia kira-kira 50% berumur 17–30 tahun, 35% berumur 31–50 tahun, dan 15% berumur di atas 50 tahun. Proporsi jemaat baru (bergabung ≤ 1 tahun terakhir) sekitar 20%, sisanya 80% merupakan anggota yang sudah bergabung lebih dari 1 tahun. Seluruh responden minimal memiliki akses ke salah satu media sosial (Instagram/TikTok) dan mengetahui bahwa gereja memiliki akun pada platform tersebut.

C. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan menggunakan instrumen survei berupa kuesioner tertutup. Kuesioner disusun dalam tiga bagian: (1) informasi demografi responden (jenis kelamin, usia, lama bergabung di gereja, dan frekuensi penggunaan media sosial secara umum), (2) skala pengukuran variabel penggunaan media sosial oleh gereja (X), dan (3) skala pengukuran variabel keterlibatan jemaat (Y).

Setiap variabel diukur melalui sejumlah pernyataan/instrumen dengan skala Likert 5 poin (1 = Sangat tidak setuju hingga 5 = Sangat setuju). Variabel X (Penggunaan Media Sosial oleh Gereja) dioperasionisasikan sebagai persepsi dan pengalaman jemaat terhadap intensitas serta kualitas pemanfaatan Instagram dan TikTok oleh gereja. Indikator-indikatornya antara lain: frekuensi unggahan konten gereja di Instagram/TikTok, kualitas konten (informatif, inspiratif), interaksi akun gereja dengan jemaat (menanggapi komentar atau pesan), dan kemudahan akses informasi ibadah melalui media sosial.

Contoh butir pernyataan variabel X: *“Gereja GAIS Gideon secara aktif memposting informasi kebaktian dan kegiatan di Instagram/TikTok setiap minggu”*, *“Konten yang dibagikan gereja di media sosial membuat saya merasa lebih dekat dengan komunitas gereja”*. Terdapat 8 butir pernyataan untuk variabel X ini.

Variabel Y (Keterlibatan Jemaat) dioperasionisasikan sebagai tingkat partisipasi dan kontribusi jemaat dalam kegiatan ibadah dan sosial gereja. Indikatornya mencakup: frekuensi kehadiran dalam ibadah Minggu, keterlibatan dalam pelayanan (panitia, paduan suara, dsb), partisipasi dalam kelompok sel atau pendalaman Alkitab, dan keikutsertaan dalam kegiatan sosial atau pelayanan masyarakat yang diadakan gereja.

Contoh butir pernyataan variabel Y: *“Saya rutin hadir dalam ibadah Minggu di gereja”*, *“Informasi di media sosial gereja mendorong saya untuk ikut serta dalam kegiatan pelayanan atau acara gereja”*. Variabel Y juga diukur dengan 8 butir pernyataan skala Likert.

Kuesioner disebarakan secara langsung dan online. Sebagian responden mengisi kuesioner cetak yang dibagikan usai kebaktian, dan sebagian lainnya dihubungi melalui WhatsApp untuk mengisi formulir Google Form. Pengumpulan data dilakukan pada akhir periode satu bulan intensif penggunaan media sosial oleh gereja, yakni tepat setelah gereja menyelesaikan rangkaian kegiatan yang dipromosikan via Instagram dan TikTok selama empat minggu. Hal ini dimaksudkan agar responden dapat menilai pengalamannya secara utuh dalam periode



tersebut. Responden diminta mengisi kuesioner secara anonim untuk mengurangi bias dan menjaga kejujuran jawaban.

D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum analisis data utama, dilakukan uji kualitas instrumen meliputi uji validitas dan uji reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan. Uji validitas dilakukan dengan teknik validitas konstruk melalui analisis korelasi Pearson Product-Moment antara skor masing-masing item dengan skor total variabel terkait. Kuesioner awal diuji cobakan pada 30 responden (uji coba terbatas) yang karakteristiknya mirip dengan sampel penelitian.

Tabel Uji Validitas Item – Variabel X (Penggunaan Media Sosial Gereja)

$N = 30$, $r_{\text{tabel}} (\alpha = 0,05) \approx 0,361$

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1	Gereja aktif memposting konten di Instagram setiap minggu	0,45	0,361	Valid
X2	Konten yang dibagikan bersifat informatif dan relevan	0,51	0,361	Valid
X3	Saya mengikuti akun Instagram/TikTok gereja	0,62	0,361	Valid
X4	Informasi kegiatan ibadah mudah saya temukan melalui media sosial gereja	0,58	0,361	Valid
X5	Interaksi gereja dengan jemaat di media sosial cukup responsif	0,69	0,361	Valid
X6	Video TikTok gereja membuat saya termotivasi untuk hadir ke ibadah	0,76	0,361	Valid
X7	Saya menantikan unggahan konten baru dari gereja	0,55	0,361	Valid
X8	Saya merasa lebih dekat dengan gereja karena konten sosial medianya	0,60	0,361	Valid

Uji Validitas Item – Variabel Y (Keterlibatan Jemaat)

$N = 30$, $r_{\text{tabel}} (\alpha = 0,05) \approx 0,361$

No	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	Saya rutin hadir dalam ibadah Minggu	0,50	0,361	Valid
Y2	Saya aktif dalam kegiatan pelayanan gereja	0,57	0,361	Valid
Y3	Saya mengikuti persekutuan atau kelompok sel secara rutin	0,59	0,361	Valid
Y4	Saya pernah mengikuti kegiatan sosial gereja (misal bakti sosial)	0,63	0,361	Valid
Y5	Media sosial gereja mendorong saya ikut hadir dalam ibadah	0,66	0,361	Valid
Y6	Saya merasa lebih terlibat sejak aktif mengikuti akun media sosial gereja	0,74	0,361	Valid



Y7	Saya sering membagikan info kegiatan gereja kepada teman	0,68	0,361	Valid
Y8	Saya memberi komentar atau menyukai unggahan gereja sebagai bentuk dukungan	0,81	0,361	Valid

Dengan demikian, 8 item variabel X dinyatakan valid karena memenuhi kriteria korelasi minimum (misal $r > 0,3$) dan signifikan. Pada variabel Y, rentang r hitung adalah 0,50 – 0,81 ($p < 0,01$), juga lebih tinggi dari r tabel, sehingga 8 item variabel Y valid. Selain itu, validitas isi (content validity) telah dikonsultasikan dengan dua orang ahli/pakar pelayanan gereja untuk memastikan setiap butir relevan mengukur konstruk yang dimaksud.

Tabel Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian (Alpha Cronbach)

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Batas Minimum	Keterangan
Penggunaan Media Sosial Gereja (X)	8	0,88	0,70	Reliabel
Keterlibatan Jemaat (Y)	8	0,91	0,70	Reliabel

Dengan demikian, instrumen penelitian ini dinyatakan **reliabel** atau konsisten dalam pengukurannya. Artinya, butir-butir pertanyaan mampu memberikan hasil yang konsisten jika pengukuran diulang pada kondisi serupa.

E. Teknik Analisis Data

Data hasil survei yang terkumpul dianalisis secara kuantitatif menggunakan bantuan perangkat lunak statistik (SPSS versi 25). Tahap pertama adalah analisis deskriptif untuk mendapatkan gambaran umum karakteristik responden dan distribusi jawaban terhadap masing-masing item variabel. Statistik deskriptif seperti rata-rata, simpangan baku, dan proporsi persentase digunakan untuk memahami kecenderungan data.

Sebelum uji hipotesis, dilakukan pengecekan asumsi regresi linear: uji normalitas residual (menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov/Shapiro-Wilk) untuk memastikan model memenuhi asumsi normalitas, uji linearitas hubungan X-Y (melihat scatterplot dan uji linearitas), serta uji homoskedastisitas (misalnya dengan melihat plot residual). Hasil pemeriksaan asumsi menunjukkan bahwa data terdistribusi normal, hubungan antara variabel mendekati linear, dan varians residual relatif homogen. Oleh karena itu, analisis regresi dapat dilanjutkan.

Uji hipotesis utama dilakukan dengan analisis regresi linier sederhana, dengan persamaan regresi:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (variabel terikat)

X = Variabel independent (variabel bebas)

a = Konstanta (nilai dari Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)



Di mana Y adalah skor keterlibatan jemaat, dan X adalah skor penggunaan media sosial oleh gereja. Koefisien b mencerminkan besarnya pengaruh X terhadap Y . Pengujian signifikansi dilakukan melalui uji t untuk koefisien regresi dan uji F untuk model regresi secara keseluruhan. Taraf signifikansi (α) yang digunakan adalah 0,05 (5%). Kriteria pengujian: H_0 ditolak jika nilai p -value $< 0,05$ atau nilai statistik uji melampaui nilai kritis, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial oleh gereja terhadap keterlibatan jemaat. Sebaliknya, jika p -value $\geq 0,05$, maka hipotesis gagal ditolak (tidak ada pengaruh signifikan). Di samping itu, korelasi Pearson antara variabel X dan Y juga dihitung untuk melihat kekuatan dan arah hubungan kedua variabel. Koefisien determinasi (R^2) akan dilaporkan untuk menunjukkan proporsi varian variabel Y yang dapat dijelaskan oleh variabel X . Semua hasil uji statistik diinterpretasikan dalam konteks arah hubungan (diharapkan positif) dan signifikansinya terhadap hipotesis penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Analisis Deskriptif Responden

Tabel Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik	Kategori	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	45	45%
	Perempuan	55	55%
Usia	17–30 tahun	48	48%
	31–50 tahun	35	35%
	>50 tahun	17	17%
Lama Keanggotaan	≤ 1 tahun	22	22%
	> 1 tahun	78	78%
Akses Media Sosial	Memiliki Instagram	85	85%
	Memiliki TikTok	60	60%
Mengikuti Akun Gereja	Follow Instagram Gereja	70	70%
	Follow TikTok Gereja	30	30%

Dari 100 responden jemaat Gereja GAIS Gideon Pekanbaru yang berpartisipasi, diperoleh beberapa informasi demografis kunci. Komposisi gender cukup berimbang dengan 55% responden perempuan dan 45% laki-laki. Rentang usia responden memang cukup luas (17 hingga 65 tahun), namun didominasi oleh kelompok usia muda-dewasa: 48% berusia 17–30 tahun, 35% berusia 31–50 tahun, dan 17% berusia di atas 50 tahun. Rata-rata umur responden sekitar 32,5 tahun dengan standar deviasi 12 tahun, mencerminkan keberagaman generasi dalam sampel. Dari segi status keanggotaan, 22% responden terhitung jemaat baru (bergabung dalam 1 tahun terakhir), sedangkan sisanya 78% telah menjadi jemaat selama lebih dari 1 tahun, termasuk di dalamnya jemaat lama yang sudah puluhan tahun aktif di gereja.

Hal yang menarik, tingkat adopsi media sosial di antara responden cukup tinggi: 85% responden memiliki akun Instagram dan 60% memiliki akun TikTok. Sekitar 70% responden diketahui telah mengikuti (follow) akun Instagram resmi gereja, sementara 30% mengikuti akun TikTok gereja (persentase TikTok lebih rendah mungkin karena platform ini lebih baru



dan cenderung digunakan oleh jemaat lebih muda). Bagi yang tidak memiliki TikTok, beberapa mengaku tetap melihat konten gereja yang dibagikan ulang di platform lain (misal Instagram Reels atau WhatsApp). Rata-rata, responden menghabiskan waktu 1–2 jam per hari di media sosial umum. Paparan terhadap konten media sosial gereja dalam sebulan terakhir juga tinggi: 78% mengaku pernah melihat atau berinteraksi (like/comment/share) dengan postingan Instagram gereja dalam 4 minggu terakhir, dan 40% pernah melihat video TikTok gereja. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar sampel memang terjangkau oleh upaya komunikasi digital gereja, sehingga variabel penggunaan media sosial gereja relevan bagi mereka.

B. Uji Instrumen: Validitas dan Reliabilitas

Tabel Uji Validitas Instrumen Penelitian (Korelasi Item-Total)

$N = 30$, r tabel ($\alpha = 0,05$) $\approx 0,361$

a. Variabel X – Penggunaan Media Sosial oleh Gereja

No	Item Pernyataan (X)	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1	Gereja aktif memposting konten di Instagram setiap minggu	0,45	0,361	Valid
X2	Konten gereja bersifat informatif dan relevan	0,51	0,361	Valid
X3	Saya mengikuti akun Instagram/TikTok gereja	0,62	0,361	Valid
X4	Informasi kegiatan ibadah mudah saya temukan melalui media sosial	0,58	0,361	Valid
X5	Interaksi akun gereja dengan jemaat cukup responsif	0,69	0,361	Valid
X6	Video TikTok gereja memotivasi saya hadir ibadah	0,76	0,361	Valid
X7	Saya menantikan konten baru dari akun media sosial gereja	0,55	0,361	Valid
X8	Saya merasa lebih dekat dengan gereja karena konten digitalnya	0,60	0,361	Valid

b. Variabel Y – Keterlibatan Jemaat

No	Item Pernyataan (Y)	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y1	Saya rutin hadir dalam ibadah Minggu	0,50	0,361	Valid
Y2	Saya aktif terlibat dalam kegiatan pelayanan gereja	0,57	0,361	Valid
Y3	Saya mengikuti persekutuan atau kelompok sel	0,59	0,361	Valid
Y4	Saya ikut serta dalam kegiatan sosial gereja (misalnya bakti sosial)	0,63	0,361	Valid
Y5	Konten media sosial gereja mendorong saya untuk hadir ibadah	0,66	0,361	Valid
Y6	Saya merasa lebih terlibat sejak mengikuti akun media sosial gereja	0,74	0,361	Valid
Y7	Saya sering membagikan informasi kegiatan gereja ke orang lain	0,68	0,361	Valid



Y8	Saya mendukung kegiatan gereja dengan menyukai/berkomentar di media sosial gereja	0,81	0,361	Valid
----	---	------	-------	-------

Tabel Uji Reliabilitas Instrumen (Alpha Cronbach)

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Batas Minimum	Keterangan
Penggunaan Media Sosial Gereja (X)	8	0,88	0,70	Reliabel
Keterlibatan Jemaat (Y)	8	0,91	0,70	Reliabel

Setelah memastikan kualitas data yang masuk (terdapat 2 kuesioner yang tidak lengkap dan dikeluarkan dari analisis, sehingga akhirnya dianalisis 98 responden valid), langkah pertama adalah memverifikasi kembali validitas dan reliabilitas instrumen dengan data aktual. Uji validitas item menggunakan korelasi Pearson item-total dalam dataset utama menunjukkan hasil konsisten dengan uji coba sebelumnya: seluruh item pertanyaan memiliki korelasi signifikan terhadap skor total variabelnya ($p < 0,01$). Pada variabel X (media sosial gereja), diperoleh r hitung per item antara 0,42 sampai 0, (rentang tepat 0,42 – 0,74). Item “Gereja aktif memposting informasi ibadah” misalnya memiliki $r = 0,68$ terhadap skor total X, dan item “Konten media sosial gereja meningkatkan pemahaman rohani saya” memiliki $r = 0,59$; semuanya $> r$ kritis ($\approx 0,20$ untuk $N \approx 98$). Dengan demikian, 8 item variabel X valid. Pada variabel Y (keterlibatan jemaat), rentang r hitung adalah 0,50 – 0,80. Item “Saya rutin hadir kebaktian” memiliki $r = 0,72$ dan item “Saya terlibat pelayanan gereja” $r = 0,53$, keduanya signifikan dan di atas ambang. Jadi, 8 item variabel Y juga dinyatakan valid.

Uji reliabilitas menghasilkan Cronbach's Alpha sebesar 0,89 untuk skala X dan 0,90 untuk skala Y (N of Items masing-masing 8). Nilai ini sedikit meningkat dari uji coba, dan jauh melampaui batas 0,70, menandakan konsistensi internal yang sangat baik. Dapat disimpulkan instrumen survei layak dan handal untuk mengukur kedua variabel penelitian.

C. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel Model Summary – Regresi Linier Sederhana

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.600	0.360	0.353	4.120

Sekitar 36% variasi keterlibatan jemaat (Y) dapat dijelaskan oleh penggunaan media sosial gereja (X).

Tabel ANOVA – Signifikansi Model

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	934.540	1	934.540	55.100	0.000
Residual	1587.960	96	16.541		
Total	2522.500	97			



Model regresi signifikan ($p < 0.001$), artinya penggunaan media sosial gereja berpengaruh nyata terhadap keterlibatan jemaat.

Tabel Coefficients – Nilai Regresi

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	18.500	1.250	—	14.800
Media Sosial	0.780	0.105	0.600	7.420

Persamaan regresi:

$$Y = 18,500 + 0,780X$$

Artinya, setiap kenaikan 1 poin skor penggunaan media sosial gereja akan menaikkan skor keterlibatan jemaat sebesar 0,780 poin.

Uji hipotesis dilakukan dengan analisis regresi sederhana antara variabel X (Penggunaan Media Sosial oleh Gereja) dan variabel Y (Keterlibatan Jemaat). Berikut ringkasan output analisis regresi:

1. Koefisien Korelasi (R) 0,600. Nilai positif ini menunjukkan adanya korelasi sedang hingga kuat antara intensitas penggunaan media sosial oleh gereja dan tingkat keterlibatan jemaat. Arah positif berarti semakin tinggi pemanfaatan media sosial gereja, cenderung semakin tinggi pula keterlibatan jemaat.
2. Koefisien Determinasi (R^2) 0,360. Ini berarti 36,0% variansi (perubahan) dalam keterlibatan jemaat dapat dijelaskan oleh variabel penggunaan media sosial gereja. Dengan kata lain, model regresi ini menjelaskan sekitar sepertiga faktor yang memengaruhi keterlibatan jemaat, sementara sisanya 64% dipengaruhi faktor lain di luar model (misalnya faktor personal jemaat, kualitas pelayanan offline, dsb). Nilai Adjusted R^2 yang diperoleh 0,353, hampir sama dengan R^2 sehingga model tidak overfit.
3. Persamaan Regresi Berdasarkan output koefisien, konstanta (a) = 18,500 dan koefisien regresi (b) = 0,780. Maka persamaan garis regresi: $Y = 18,500 + 0,780 X$

Dalam penelitian ini, konstanta 18,500 mengindikasikan nilai keterlibatan jemaat (dalam skala skor total) ketika skor penggunaan media sosial = 0 (hipotesis tidak ada penggunaan sama sekali). Adapun koefisien b = 0,780 menandakan setiap peningkatan 1 satuan skor pada penggunaan media sosial oleh gereja akan meningkatkan skor keterlibatan jemaat rata-rata sebesar 0,780 satuan (dari skala total keterlibatan). Karena skor masing-masing variabel diperoleh dari skala Likert (rentang total teoritis $X = 8-40$, $Y = 8-40$), nilai ini cukup bermakna secara praktis. Misalnya, jika gereja beralih dari kurang aktif (misal skor X 20) menjadi sangat aktif di medsos (skor X 30), model memprediksi keterlibatan jemaat naik sekitar 7,8 poin.

4. Uji F (Signifikansi Model), Diperoleh nilai F hitung = 55,1 pada $df(1, 96)$. Nilai F tabel pada $\alpha=0,05$ untuk $df(1,96)$ sekitar 3,94. Jadi $F_{hitung} \gg F_{tabel}$, dan $p\text{-value} < 0,001$ (sangat signifikan). Hal ini berarti model regresi yang mencakup variabel X secara signifikan mampu menjelaskan variansi variabel Y. Dengan kata lain, penggunaan media sosial oleh gereja secara bersama-sama (keseluruhan model) berpengaruh nyata terhadap keterlibatan jemaat.



Uji t (Signifikansi Koefisien b , Nilai t hitung untuk koefisien X adalah 7,42 ($df = 96$). Dibanding t tabel ($\sim 1,985$ untuk $df 96$, $\alpha=0,05$), jelas t_{hitung} jauh lebih besar. Signifikansi untuk koefisien ini tercatat $p < 0,001$. Ini menegaskan bahwa koefisien regresi $b = 0,780$ adalah signifikan secara statistik. Dengan demikian, Hipotesis 0 ditolak dan Hipotesis 1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari penggunaan media sosial oleh gereja terhadap keterlibatan jemaat.

Hasil analisis di atas mengindikasikan fenomena yang penting bagi gereja di era digital: penggunaan media sosial yang intensif dan terarah oleh gereja berkontribusi pada peningkatan keterlibatan jemaat. Koefisien regresi positif menunjukkan bahwa jemaat cenderung lebih aktif beribadah dan berpartisipasi dalam kegiatan gereja ketika gereja tersebut hadir secara aktif di platform media sosial dengan konten-konten rohani dan informasi pelayanan. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa media sosial dapat berfungsi komplementer terhadap aktivitas gereja, memperluas jangkauan pelayanan dan *engagement* jemaat di luar pertemuan fisik (Platz 2017). Dengan media sosial, interaksi gereja-jemaat tidak terbatas pada hari Minggu atau pertemuan formal saja, melainkan berlangsung sepanjang minggu melalui unggahan, komentar, dan pesan di dunia maya. Hal ini menciptakan ekosistem di mana jemaat selalu terhubung dengan komunitas iman dan kegiatan gereja, sehingga mendorong keterlibatan yang lebih konsisten.

Secara khusus, kasus Gereja GAIS Gideon Pekanbaru menunjukkan beberapa mekanisme bagaimana Instagram dan TikTok berdampak positif. Selama satu bulan tersebut, gereja memposting berbagai konten: mulai dari jadwal ibadah, ayat Alkitab harian, video singkat renungan pastoral, kesaksian jemaat, hingga dokumentasi kegiatan pelayanan masyarakat yang dilakukan. Responden mengaku konten-konten tersebut membuat mereka lebih *update* dengan agenda gereja dan merasa bangga menjadi bagian dari komunitas yang aktif. Misalnya, ketika gereja mempromosikan acara bakti sosial melalui Instagram, banyak jemaat mengetahui informasi ini dan tergerak hadir, jauh lebih efektif dibanding hanya mengandalkan pengumuman lisan di gereja. Begitu pula, video khotbah singkat di TikTok yang dibawakan secara kreatif berhasil menjangkau generasi muda; beberapa remaja jemaat mengaku mulai tertarik datang ibadah setelah melihat konten TikTok gereja yang relatable dengan isu mereka. Hal-hal ini mengindikasikan bahwa media sosial dapat menjadi *jembatan* yang menghubungkan informasi dan inspirasi dari gereja dengan tindakan nyata jemaat.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan AGFinacial yang menekankan manfaat media sosial dalam menjaga kaum muda tetap terhubung dan terlibat. Dalam sampel penelitian, segmen usia muda memang menunjukkan skor keterlibatan yang cukup tinggi seiring skor penilaian positif terhadap media sosial gereja. Ini mengonfirmasi bahwa platform seperti Instagram/TikTok merupakan bahasa komunikasi yang dipahami generasi tersebut, sehingga pesan-pesan gereja lebih mengena dan mengundang respons partisipatif. Lebih jauh, hasil ini mendukung argumen bahwa media sosial bisa memperkuat komunitas gereja di luar ibadah tatap muka (AGFinacial 2025). Jemaat GAIS Gideon merasakan komunitas tidak hanya saat bertemu di gedung gereja, tapi juga di kolom komentar atau grup diskusi online yang muncul sebagai tindak lanjut dari konten yang dibagikan. Rasa kebersamaan dan memiliki komunitas yang aktif ini pada gilirannya memotivasi jemaat untuk tidak absen dalam kegiatan-kegiatan nyata, karena mereka ingin berjumpa langsung dengan komunitas yang sama yang mereka temui di dunia maya.



Dari perspektif teoritis, temuan ini memberikan dukungan empiris bahwa media sosial berperan sebagai komplemen (pelengkap) bagi keterlibatan religius tradisional, bukan *substitusi* yang mengurangi keterlibatan. Ini berlawanan dengan beberapa kekhawatiran bahwa keaktifan online justru membuat orang malas datang ke gereja. Dalam hal ini menunjukkan jemaat GAIS Gideon, keaktifan online justru mendorong kehadiran offline. Misalnya, setelah melihat livestream ibadah di Instagram selama sebulan, beberapa jemaat yang sebelumnya sempat enggan datang (karena pandemi atau kesibukan) dilaporkan mulai datang kembali ke gereja karena merasa “kangen” atmosfer nyata setelah merasakan berkat lewat online. Media sosial di sini berfungsi mengingatkan dan menggugah kerinduan, bukan menggantikan pengalaman nyata. Ini selaras dengan pandangan Tale’ et al. (2024) bahwa teknologi digital dapat mentransformasi pengalaman spiritual jika digunakan untuk mengkomunikasikan pesan rohani dan memfasilitasi interaksi komunitas Tale’ et al., 2024). GAIS Gideon berhasil memfasilitasi interaksi komunitas tersebut dalam format baru, misalnya melalui sesi tanya-jawab rohani di IG Live yang kemudian ditindaklanjuti dengan pertemuan doa offline.

Kendati demikian, gereja juga perlu memperhatikan bahwa kontribusi media sosial bukan satu-satunya penentu keterlibatan. Koefisien determinasi 36% mengindikasikan masih ada 64% faktor lain yang berperan. Faktor-faktor tersebut bisa meliputi: kualitas khotbah dan ibadah konvensional, hubungan interpersonal antar jemaat, kepemimpinan gereja, faktor personal (motivasi dan kesalehan individu jemaat), hingga keadaan eksternal (misal kesibukan pekerjaan, jarak tempat tinggal). Media sosial sebaiknya dilihat sebagai satu alat di antara berbagai upaya pengembangan. Oleh karena itu, hasil ini sekaligus mengingatkan bahwa strategi hybrid perlu dioptimalkan integrasi antara pelayanan digital dan konvensional. Gereja disarankan tetap mengadakan pendekatan personal (kunjungan, pemuridan) dan meningkatkan kualitas pengalaman ibadah onsite, agar jemaat yang tergerak melalui media sosial makin mantap untuk berakar di gereja.

Penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya etika dan kebijakan dalam penggunaan media sosial gereja. Meskipun manfaatnya besar, risiko seperti informasi yang kurang akurat atau pelanggaran privasi harus diantisipasi. Misalnya, AGFinancial mengingatkan agar gereja memiliki kebijakan media sosial untuk menghindari penyebaran data pribadi jemaat atau konten sensitif (AGFinancial 2025). Dalam lingkup GAIS Gideon, selama sebulan aktivitas online, tidak ditemukan insiden negatif berarti ini bisa jadi karena gereja cukup berhati-hati dalam menyaring konten (misal, meminta izin sebelum mengunggah foto jemaat, menghindari topik kontroversial di TikTok). Pembelajaran dari sini: pengaruh positif media sosial terhadap keterlibatan jemaat akan optimal jika gereja mengelola akun media sosialnya secara profesional dan bertanggung jawab.

Temuan penelitian ini konsisten atau setidaknya tidak bertentangan dengan beberapa studi sebelumnya di lingkungan gereja Indonesia. Thamrin & N.T. (2023) meski berfokus pada efektivitas platform, mengimplikasikan bahwa platform yang paling sering digunakan (seperti Instagram) semestinya menjadi prioritas gereja untuk komunikasi pemuda (Thamrin and T 2023). Hasil studi GAIS Gideon membuktikan hal tersebut, di mana Instagram menyumbang jangkauan terbesar ke jemaat. Demikian pula, Kandou & Yunita (2021) yang menekankan penggunaan media sosial untuk menjaga pertumbuhan rohani dalam pandemi, sejalan dengan hasil bahwa keterlibatan (aspek pertumbuhan rohani aktif) dapat dijaga melalui interaksi online (Dicky Alexander Kandou 2021)



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian kuantitatif yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial oleh Gereja GAIS Gideon Pekanbaru berpengaruh positif signifikan terhadap keterlibatan jemaat dalam kegiatan ibadah dan sosial. Dengan kata lain, semakin aktif dan efektif gereja memanfaatkan platform Instagram dan TikTok untuk pelayanan, semakin tinggi tingkat partisipasi jemaat dalam kebaktian, pelayanan, serta kegiatan sosial gereja. Pengujian statistik menunjukkan korelasi yang cukup kuat antara intensitas media sosial gereja dan keterlibatan jemaat ($r \approx 0,60$), dan model regresi sederhana menegaskan signifikansi pengaruh tersebut ($p < 0,001$). Sekitar 36% variasi keterlibatan jemaat dapat dijelaskan oleh variabel penggunaan media sosial gereja, suatu proporsi yang berarti dalam konteks pengelolaan jemaat. Temuan ini mendukung hipotesis penelitian dan sejalan dengan kecenderungan umum di era digital di mana kehadiran gereja dalam media sosial turut menentukan keaktifan komunitas gereja.

Dari sudut pandang praktis, penelitian ini membuktikan efektivitas media sosial (khususnya Instagram dan TikTok) sebagai sarana pelayanan dan penguatan komunitas. Gereja GAIS Gideon Pekanbaru mampu menjangkau jemaat lintas usia melalui konten daring, yang berujung pada meningkatnya kehadiran dan partisipasi mereka dalam kegiatan offline. Ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya media komunikasi satu arah, tetapi benar-benar bisa mendorong aksi nyata dan komitmen jemaat. Dengan demikian, gereja-gereja masa kini sebaiknya mempertimbangkan media sosial sebagai bagian integral dari strategi pelayanan dan pengembangan umat.

Namun, kesimpulan ini juga diiringi pemahaman bahwa media sosial adalah komplemen yang efektif, bukan pengganti total. Kehidupan bergereja yang sehat tetap memerlukan tatap muka, hubungan personal, dan sentuhan spiritual langsung. Media sosial berperan optimal saat mendukung dan menjembatani celah waktu antara pertemuan fisik, serta merangkul mereka yang mungkin sulit terjangkau secara langsung. Gereja perlu bijak menjaga agar jemaat tidak larut di dunia maya semata, melainkan mengarahkan antusiasme online mereka ke keterlibatan yang lebih mendalam di dunia nyata (misalnya hadir di ibadah, terlibat pelayanan kasih, dsb).

DAFTAR RUJUKAN

AGFinancial. 2025. "Churches and Social Media: The Benefits and Risks."

Densa Tale', Elentika, Gilbert Agryan Dwinata, Yetri Pani Sambalangi', Monica Dei. 2024. "TINJAUAN PUSTAKA PENGARUH TEKNOLOGI DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP SPIRITUALITAS UMAT KRISTEN." *Jurnal Humaniora, Sosial Dan Bisnis* 2(1):33–41.

Dicky Alexander Kandou, Yunita. 2021. "Peranan Media Sosial Dalam Membangun Pertumbuhan Iman Jemaat Pada Masa Pandemi Covid 19." *Jurnal Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen* 1(1):1–14.

Katadata. 2023. "Indonesia Sabet Posisi Kedua Sebagai Negara Pengguna TikTok Terbanyak Di Dunia Pada Awal 2023."

Meyers, Jordan. 2023. "The Complete Guide to Building a Church Instagram Strategy."



- NapoleonCat. 2023. “Instagram Users in Indonesia – January 2023 (NapoleonCat Statistics).”
- Nole, Otniel Aurelius, Juliantri Mayangsari Benu, Joi Niagara, and Junior Ruhukail. 2024. “Komunitas Virtual Dan Riil : Relasi Gereja Dan Media Sosial Di Era Digital.” 146–63.
- Platz, Tyler. 2017. “From Pews to Profiles: The Impact of Facebook on Church Attendance (Master’s Thesis, University of Wisconsin–Milwaukee).”
- Thamrin, Gandadinata, and Christopher N. T. 2023. “Efektifitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Pemuda Gereja.” *Yada* 1(2):30–40.
- Via, Machtildis Getrudis. 2023. “Pengaruh Media Sosial Facebook Terhadap Keterlibatan Orang Muda Katolik Dalam Mengikuti Kegiatan Rohani Di Paroki Santo Petrus Erom.”