



PENGARUH Pencarian Informasi Keagamaan Terhadap Aktivitas Religius di Kanal Facebook Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah

Asya Ahsani Taqwim¹ ; Galuh Indah Zatadini¹ ;
¹ Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung

Paper Type :
Research Paper

Article History

Received : 16 – 07 - 2025

Revised : 05 – 12 - 2025

Accepted : 11 – 12 - 2025

ABSTRACT

Background of the Study: The emergence of social media has influenced various aspects of daily life, including how individuals seek religious knowledge and engage in spiritual practices. Facebook groups such as @Kami Bangsa Menjadi Warga NU and @Warga Muhammadiyah have become digital platforms that facilitate religious learning and expression among followers.

Objectives: This research was aimed to examine the influence of information-seeking patterns on religious activities among followers of the Facebook channels @Kami Bangsa Menjadi Warga NU and @Warga Muhammadiyah.

Method: The sample was conducted by purposive sampling method involving 83 respondents, determined using the Slovin formula and stratified proportional sampling. Collecting data was conducted by a questionnaire distributed directly to participants, supported by non-participant observation and documentation. The statistical method used was multiple linear regression analysis, with hypotheses testing of statistical t-tests and classical assumption tests.

Finding: The result of this research showed that active and selective information-seeking behavior significantly enhanced religious engagement, with a regression coefficient of 1.058 ($p = 0.000$) and an explanatory power of 86.6% ($R^2 = 0.866$). Followers of @Warga Muhammadiyah scored higher in ideological and consequential dimensions, while @Kami Bangsa Menjadi Warga NU followers scored higher in intellectual dimensions. The “Formulation” and “Presentation” stages of Kuhlthau’s model were the most frequently practiced stages of information-seeking behavior.

Conclusion: The study concludes that information-seeking behavior through Facebook significantly affects multiple dimensions of religiosity. Facebook functions not only as a communication platform but also as a means of shaping religious understanding and practice in the digital age.

Keywords:

Information-Seeking Behavior; Religiosity; Social Media; Facebook; Nahdlatul Ulama; Muhammadiyah; Kuhlthau Model

Please Cite this Article in APA Style:

Taqwim, A. A., & Zatadini, G. I. (2024). Pengaruh pencarian informasi keagamaan terhadap aktivitas religius di kanal Facebook Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah. *Shaut Al-Maktabah: Jurnal Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi*, 17(2), 123–132. <https://doi.org/10.37108/shaut.v17i2.2358>

Please Cite this Article in MLA :

Taqwim, Asya Ahsani, dan Galuh Indah Zatadini. “Pengaruh Pencarian Informasi Keagamaan terhadap Aktivitas Religius di Kanal Facebook Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah.” *Shaut Al-Maktabah: Jurnal Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi*, vol. 17, no. 2, 2024, hlm. 123–132. <https://doi.org/10.37108/shaut.v17i2.2358>

Please Cite this Article in Chicago Style:

Taqwim, Asya Ahsani, dan Galuh Indah Zatadini. 2024. “Pengaruh Pencarian Informasi Keagamaan terhadap Aktivitas Religius di Kanal Facebook Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah.” *Shaut Al-Maktabah: Jurnal Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi* 17, no. 2: 123–132. <https://doi.org/10.37108/shaut.v17i2.2358>

Author Correspondence : Asya Ahsani Taqwim (asyaahsani@gmail.com)

Copyright © 2025 | Available online at : <https://www.rjfahuinib.org/index.php/shaut>



PENDAHULUAN

Pencarian informasi telah menjadi bagian integral dalam kehidupan masyarakat modern, termasuk dalam ranah keagamaan. Perkembangan teknologi informasi, khususnya media sosial, telah mengubah cara individu mengakses, memproses, dan menyebarkan informasi keagamaan. Media sosial seperti Facebook kini tidak hanya berfungsi sebagai platform komunikasi sosial, tetapi juga telah berkembang menjadi media dakwah digital yang efektif. Studi terbaru menunjukkan bahwa 65,4% remaja masjid mengaku bahwa media sosial berpengaruh signifikan terhadap keyakinan dan praktik keagamaan mereka (Nasution, 2023). Fenomena ini menguatkan temuan Utari (2024) tentang peran ganda media sosial sebagai sarana edukasi sekaligus dokumentasi aktivitas keagamaan.

Dalam konteks keislaman di Indonesia, dua organisasi besar yakni Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah telah memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan nilai-nilai dan ajaran Islam kepada publik secara lebih luas. Kanal-kanal seperti *@Kami Bangga Menjadi Warga NU* dan *@Warga Muhammadiyah* di Facebook menjadi contoh konkret dari upaya dakwah yang dilakukan secara daring oleh masing-masing organisasi. Studi terbaru Analisis komparatif mengungkapkan perbedaan strategi: NU lebih efektif memanfaatkan media online sementara Muhammadiyah masih bertumpu pada media cetak (Slamet & Laila, 2018).

Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran budaya beragama dari ruang-ruang fisik ke ruang digital. Individu tidak hanya mendengarkan ceramah langsung di masjid, tetapi juga aktif mengakses konten religius melalui layar gawai mereka. Kegiatan ini tidak dapat dilepaskan dari proses pencarian informasi, di mana setiap individu melewati tahapan tertentu sebelum menemukan dan memahami informasi yang mereka butuhkan. Dalam kerangka tersebut, model pencarian informasi yang dikembangkan oleh Carol Kuhlthau menjadi relevan untuk dianalisis. Menurut Kuhlthau (1991) membagi proses pencarian informasi ke dalam enam tahap, yaitu inisiasi, seleksi, formulasi, eksplorasi, koleksi, dan presentasi. Model ini menekankan bahwa pencarian informasi merupakan proses yang kompleks, melibatkan aspek kognitif, afektif, dan perilaku.

Di sisi lain, keterlibatan seseorang dalam aktivitas keagamaan dapat dianalisis melalui lima dimensi religiusitas yang dikemukakan oleh Glock dan Stark (1965), yaitu dimensi ideologis (kepercayaan terhadap ajaran agama), praktis (pelaksanaan ritual), intelektual (pengetahuan agama), pengalaman (penghayatan spiritual), dan konsekuensial (penerapan nilai agama dalam kehidupan sehari-hari). Keduanya, baik model Kuhlthau maupun konsep religiusitas Glock & Stark, menawarkan kerangka teoretis yang memungkinkan untuk memahami hubungan antara pencarian informasi dan praktik keagamaan seseorang.

Namun demikian, sejauh ini belum banyak kajian yang secara spesifik membandingkan pola pencarian informasi keagamaan dan dampaknya terhadap aktivitas keagamaan pada dua komunitas digital keislaman yang berbeda orientasi ideologis, seperti NU dan Muhammadiyah. Padahal, memahami bagaimana komunitas pengguna Facebook dari dua kanal tersebut mencari informasi dan mengamalkannya dapat memberikan wawasan penting mengenai peran media sosial dalam transformasi praktik beragama masyarakat Muslim Indonesia.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pola pencarian informasi keagamaan berpengaruh terhadap aktivitas kegiatan keagamaan pengguna kanal *@Kami Bangga Menjadi Warga NU* dan *@Warga Muhammadiyah* di platform Facebook. Penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi tahapan pencarian informasi yang dominan dilakukan oleh para pengguna, serta mengukur dimensi religiusitas yang paling menonjol di antara mereka.

TINJAUAN PUSTAKA

Syahfitri (2020) mengkaji proses pencarian informasi mahasiswa menggunakan model Kuhlthau dalam konteks perpustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun secara umum mengikuti tahapan Kuhlthau, proses pencarian informasi cenderung dilakukan secara spontan dan berbasis daring.

Hendrik (2023) juga menggunakan pendekatan model Kuhlthau dalam mengamati perilaku pencarian informasi mahasiswa S1 Ilmu Perpustakaan. Penelitian ini menguatkan temuan bahwa tahapan-tahapan seperti eksplorasi dan formulasi fokus tidak selalu dijalankan secara sistematis. Nasution (2023) meneliti pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku keagamaan remaja masjid dan menemukan bahwa intensitas penggunaan media sosial secara signifikan berhubungan negatif dengan kinerja keagamaan remaja, yakni sebesar 65,4%.

Dalam penelitian ini digunakan teori Religiusitas mencakup lima dimensi (Glock & Stark, 1965). yang terdiri atas lima dimensi, yaitu: ideologis, praktis, intelektual, pengalaman, dan konsekuensial. Teori ini juga menjelaskan bahwa dimensi religiusitas dapat mengukur tingkat keterlibatan religius seseorang dari berbagai sisi.

Tabel 1. Dimensi Religiusitas Menurut Glock & Stark

Dimensi	Penjelasan Singkat
Ideologis	Keyakinan terhadap prinsip-prinsip agama yang fundamental.
Praktis	Pelaksanaan ibadah dan ritual keagamaan.
Intelektual	Pemahaman dan pengetahuan tentang ajaran agama.
Pengalaman	Pengalaman spiritual atau emosional yang bersifat religius.
Konsekuensial	Pengaruh ajaran agama terhadap perilaku sehari-hari.

Penelitian ini juga menggunakan model pencarian informasi dari Kuhlthau (1991) yang membagi proses pencarian informasi menjadi enam tahap: (1) inisiasi, (2) seleksi, (3) formulasi, (4) eksplorasi, (5) koleksi, dan (6) presentasi. Kuhlthau menekankan bahwa pencarian informasi merupakan proses yang bersifat emosional dan kognitif (Hendrik dkk., 2023). Model ini sangat relevan untuk memahami perilaku pengguna media sosial dalam mengakses informasi keagamaan karena: (1) Mempertimbangkan aspek afektif (emosional) dalam proses pencarian, (2) Mengakui peran kognitif dalam pemrosesan informasi, (3) Mampu menjelaskan perilaku kompleks dalam konteks digital.



Gambar 1. Model Tahapan Pencarian Informasi Menurut Kuhlthau

Hubungan antara pola pencarian informasi dan aktivitas keagamaan dalam penelitian ini dirangkum dalam model teoretis berikut, yang mengintegrasikan teori Kuhlthau (1991) dan Glock & Stark (1965):



Gambar 2. Model Teoretis Penelitian (Deskriptif Naratif)

Model teoretis dalam penelitian ini menggambarkan hubungan antara pola pencarian informasi keagamaan yang merujuk pada model Kuhlthau sebagai variabel independen, intermediasi digital melalui platform Facebook sebagai variabel mediasi, dan aktivitas keagamaan yang diukur berdasarkan konsep Glock dan Stark (1965) sebagai variabel dependen. Pola pencarian informasi keagamaan diasumsikan memengaruhi bagaimana pengguna memanfaatkan Facebook sebagai media perantara dalam mengakses, memaknai, dan menyebarkan informasi keagamaan, yang selanjutnya berdampak pada peningkatan atau perubahan aktivitas keagamaan mereka. Selain melalui mekanisme mediasi tersebut, penelitian ini juga menganalisis hubungan langsung antara pola pencarian informasi keagamaan dan aktivitas keagamaan tanpa melibatkan variabel intermediasi, yang diuji menggunakan analisis regresi sederhana. Berdasarkan kerangka teori dan permasalahan penelitian yang telah diuraikan, hipotesis yang diajukan adalah bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pola pencarian informasi keagamaan terhadap aktivitas kegiatan keagamaan pengguna kanal Facebook dari dua organisasi Islam yang menjadi objek penelitian.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif (Sugiyono, 2023). Populasi penelitian adalah pengikut akun Facebook @Kami Bangga Menjadi Warga NU dan @Warga Muhammadiyah. Jumlah populasi sebanyak 489.878, dan sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin (Sugiyono, 2023) dengan margin of error 10%, sehingga diperoleh 83 responden. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui beberapa teknik, yaitu kuesioner tertutup dengan skala Likert untuk mengetahui pendapat dan kebiasaan responden, observasi non-partisipatif (Sugiyono, 2023) untuk melihat aktivitas secara langsung tanpa ikut terlibat, serta dokumentasi sebagai pelengkap data visual dan arsip yang relevan.

Setelah data terkumpul, tahap analisis dilakukan dengan beberapa langkah. Pertama, dilakukan uji validitas dan reliabilitas (Sugiyono, 2023) untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan memang sah dan konsisten. Selanjutnya, digunakan analisis regresi linier sederhana untuk melihat sejauh mana pola pencarian informasi memengaruhi aktivitas keagamaan. Untuk memperkuat hasil, juga dilakukan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas guna memastikan bahwa data memenuhi syarat untuk dianalisis secara statistik.

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari: (1) variabel independen (X) yaitu pola pencarian informasi, dan (2) variabel dependen (Y) yaitu aktivitas kegiatan keagamaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Rentang Usia	Jumlah Responden
17-25 Tahun	11 (13,09%)
26-30 Tahun	20 (23,81%)
31-35 Tahun	17 (20,24%)
36-40 Tahun	22 (27,38%)
41 Tahun ke atas	13 (15,47%)

Sumber: Data primer, 2025.

Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada usia produktif, dengan distribusi terbesar pada rentang usia 36–40 tahun sebanyak 22 responden (27,30%), diikuti oleh usia 26–30 tahun sebanyak 20 responden (23,81%). Kelompok usia 31–35 tahun berjumlah 17 responden (20,24%), sementara responden berusia di atas 41 tahun mencapai 13 orang (15,47%), dan yang termuda berusia 17–25 tahun sebanyak 11 responden (13,09%). Secara umum, komposisi ini mencerminkan dominasi responden dewasa muda hingga paruh baya yang aktif dalam pencarian informasi keagamaan melalui media sosial. Selain itu, sebagian besar responden adalah laki-laki (88,1%) dan lebih banyak mengikuti akun @Warga Muhammadiyah (82,1%) dibandingkan dengan akun @Kami Bangga Menjadi Warga NU.

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana antara Pola Pencarian Informasi (X) terhadap Aktivitas Kegiatan Keagamaan (Y)

Variabel	Koefisien	Signifikansi
Konstanta (a)	-15,777	-
Pola Pencarian Informasi (b)	1,058	0,000

Sumber: Data primer, 2025.

Berdasarkan analisis regresi, diperoleh persamaan $Y = -15,777 + 1,058X$ dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Artinya terdapat pengaruh signifikan antara pola pencarian informasi keagamaan terhadap aktivitas kegiatan keagamaan. Nilai $R = 0,931$ dan $R^2 = 0,866$ menunjukkan bahwa 86,6% variasi aktivitas keagamaan dapat dijelaskan oleh pola pencarian informasi.

Berdasarkan total skor aktivitas keagamaan responden, kategori aktivitas dibagi menjadi tiga: sangat aktif, cukup aktif, dan kurang aktif. Distribusi lengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4 berikut:

Tabel 4. Distribusi Skor Total Aktivitas Keagamaan

Kategori Aktivitas	Jumlah Responden	Persentase (%)
Sangat Aktif (Skor $\geq 4,0$)	22	26,2%
Cukup Aktif (Skor 3,0–3,9)	51	61,9%
Kurang Aktif (Skor $< 3,0$)	10	11,9%

Sumber: Data primer, 2025.

Tabel 5. Ringkasan Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Variabel	Jumlah Indikator	r-hitung min	r-tabel	Validitas	Alpha Cronbach	Reliabilitas
Pola Pencarian	16	0,232	0,212	Valid	0,902	Reliabel
Aktivitas Keagamaan	15	0,666	0,212	Valid	0,953	Reliabel

Sumber: Data primer, 2025.

Dari hasil pengujian validitas, semua indikator pada variabel Pola Pencarian dan Aktivitas Keagamaan terbukti valid karena nilai *r*-hitungnya lebih besar dari nilai *r*-tabel. Ini berarti pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner sudah cukup baik untuk mengukur apa yang ingin diteliti.

Sementara itu, pengujian reliabilitas dengan menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan hasil yang memuaskan, yakni 0,902 untuk Pola Pencarian dan 0,953 untuk Aktivitas Keagamaan. Nilai ini menandakan bahwa alat ukur yang digunakan konsisten dan dapat dipercaya untuk mendapatkan data yang valid dan akurat selama penelitian.

Hasil penelitian ini memperkuat temuan sebelumnya bahwa media sosial—khususnya Facebook—memiliki peran yang signifikan dalam membentuk perilaku dan keterlibatan keagamaan masyarakat Hal ini sejalan dengan penelitian Del Vicario dkk. (2016) yang menemukan bahwa platform media sosial seperti Facebook cenderung menciptakan "ruang gema" (echo chamber) dimana informasi keagamaan beredar dalam kelompok yang homogen. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai ruang komunikasi, tetapi juga menjadi medium dakwah digital yang memungkinkan internalisasi nilai-nilai keislaman serta pertukaran pemahaman keagamaan secara aktif.

Lebih lanjut, jika dibandingkan berdasarkan kanal Facebook yang diikuti, ditemukan perbedaan tingkat skor rata-rata religiusitas antara pengikut @Warga Muhammadiyah dan @Kami Bangsa Menjadi Warga NU. Perbedaan ini dirinci dalam Tabel 1 berikut:

Tabel 6. Rata-rata Aktivitas Keagamaan per Channel

Dimensi Religiusitas	@Warga Muhammadiyah	@Kami Bangsa Menjadi Warga NU	Karakteristik Utama
Ideologis	Tinggi (berbasis tradisi)	Tinggi (berbasis rasionalitas)	Keyakinan pada doktrin agama
Intelektual	Sedang	Tinggi	Pemahaman terhadap ajaran agama
Praktik	Tinggi (ritual kolektif)	Cukup (personal)	Aktivitas ibadah nyata
Pengalaman	Tinggi (emosional, spiritual)	Sedang	Penghayatan batin dan ruhani
Konsekuensial	Tinggi	Tinggi	Dampak terhadap perilaku

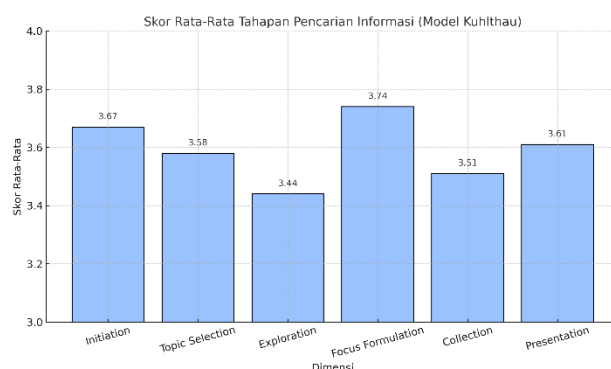
Sumber: Data primer, 2025.

Pola pencarian informasi yang dilakukan oleh responden mencerminkan bahwa proses tersebut tidak sekadar teknis, melainkan juga melibatkan aspek kognitif dan emosional, sebagaimana dijelaskan dalam model Kuhlthau. Untuk menggambarkan intensitas pencarian informasi keagamaan, digunakan enam tahap dalam model tersebut.

Pola Pencarian Informasi Keagamaan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pola pencarian informasi keagamaan pada pengguna kanal Facebook @Kami Bangsa Menjadi Warga NU dan @Warga Muhammadiyah cenderung bersifat aktif dan berulang. Responden tidak hanya membaca konten keagamaan yang muncul di beranda, tetapi juga secara sengaja mencari informasi yang dibutuhkan melalui fitur pencarian, mengikuti halaman tertentu, serta menyimak posting dan diskusi keagamaan yang relevan. Pengguna lebih sering mengakses konten berupa ceramah singkat, kutipan ayat atau hadis, konten edukatif keagamaan, serta penjelasan masalah. Fikih yang praktis. Pola pencarian seperti ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana pasif penerima informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi dan klarifikasi ajaran agama. Intensitas pencarian yang cukup tinggi menggambarkan kebutuhan informasi yang kuat sekaligus kemampuan pengguna untuk memilih konten-konten yang dianggap kredibel.

Berikut Hasil rata-rata setiap tahap disajikan dalam Gambar 1.



Gambar 3. Grafik Intensitas Pencarian Informasi Keagamaan

Sumber: Data primer, 2025.

Gambar 1 menunjukkan bahwa responden paling intens melakukan Formulasi Fokus (3,74) dan Presentasi (3,61). Artinya, mereka tidak hanya menjelajahi dan mengumpulkan informasi (Eksplorasi: 3,44; Koleksi: 3,51), tetapi juga aktif menyaring, mengevaluasi, dan membagikan kembali konten keagamaan yang dianggap relevan.

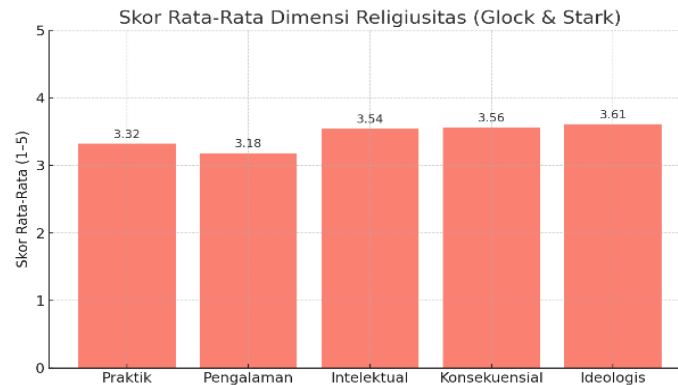
Tingginya skor pada Formulasi Fokus mencerminkan keterlibatan intelektual yang mendalam—responden mencari sumber tambahan dan menilai keabsahan informasi, meski kadang menimbulkan kebingungan atau keraguan. Sementara itu, skor Presentasi yang relatif tinggi (meski lebih rendah dibanding Formulasi Fokus) menunjukkan bahwa sebagian besar responden secara proaktif menyebarkan temuan mereka, misalnya lewat posting, komentar, atau diskusi kelompok.

Tahapan Pencarian Informasi (Model Kuhlthau)

Analisis enam tahapan pencarian informasi menurut Kuhlthau menunjukkan hasil yang bervariasi pada kedua kelompok pengguna. Tahap Formulasi menjadi tahap dengan skor tertinggi, menandakan bahwa sebagian besar responden telah mampu memperjelas fokus kebutuhan informasi dan menyaring sumber yang paling relevan. Hal ini terlihat dari kecenderungan pengguna untuk membandingkan beberapa posting dan memilih sumber yang paling mudah dipahami.

Tahap Presentasi juga menunjukkan skor tinggi, yang mengindikasikan bahwa responden tidak hanya berhenti pada proses pencarian, tetapi juga membagikan kembali informasi yang ditemukan melalui fitur komentar, unggahan ulang (share), atau diskusi di grup. Ini menunjukkan adanya peran aktif pengguna dalam menyebarkan informasi keagamaan. Sementara itu, tahap Inisiasi dan Seleksi memiliki skor lebih rendah, menandakan bahwa responden sudah cukup familiar dengan isu yang dicari sehingga proses identifikasi masalah dan pemilihan sumber berlangsung cepat. Tahap Eksplorasi dan Koleksi berada pada kategori sedang, menunjukkan bahwa pengguna masih mencari pemahaman lebih luas melalui berbagai sumber sebelum menentukan informasi yang dianggap paling valid.

Secara keseluruhan, pola tahapan ini menunjukkan bahwa pengguna media sosial dari kedua organisasi lebih dominan pada tahap-tahap akhir pencarian informasi, mencerminkan interaksi yang cukup matang dengan konten keagamaan digital. Sementara itu, keterlibatan keagamaan responden dianalisis menggunakan lima dimensi religiusitas menurut Glock dan Stark. Hasil skor rata-rata tiap dimensi dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 4. Grafik Skor Dimensi Religiusitas Glock dan Stark

Sumber: Data primer, 2025.

Gambar 2 memperlihatkan bahwa dimensi ideologis merupakan yang paling dominan, diikuti oleh konsekuensial, intelektual, praktik, dan terakhir pengalaman. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki keyakinan yang kuat terhadap ajaran agama yang mereka anut (ideologis), dan hal tersebut juga tampak dari penerapan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari (konsekuensial). Dimensi intelektual yang cukup tinggi menandakan adanya ketertarikan terhadap pemahaman keilmuan agama, sementara dimensi praktik menunjukkan bahwa sebagian besar responden tetap konsisten dalam pelaksanaan ibadah formal. Dimensi pengalaman religius memiliki skor terendah, yang dapat diartikan bahwa penghayatan emosional terhadap agama tidak selalu menonjol atau diekspresikan secara eksplisit.

Secara keseluruhan, temuan ini memperkuat bahwa Pola Pencarian Informasi Keagamaan melalui media sosial berkontribusi terhadap penguatan aspek-aspek Religiusitas, terutama dalam ranah keyakinan, pemahaman, dan perilaku. Media sosial berperan sebagai ruang digital yang tidak hanya menyediakan informasi, tetapi juga membentuk identitas dan ekspresi keberagaman di era modern.

Pembahasan Dimensi Religiusitas (Model Glock & Stark)

Pengukuran dimensi religiusitas menunjukkan bahwa dimensi Ideologis merupakan yang paling menonjol pada kedua kelompok pengguna. Hal ini menggambarkan bahwa keyakinan terhadap ajaran agama memiliki posisi sentral dalam perilaku keagamaan mereka. Tingginya dimensi ideologis menunjukkan bahwa responden memandang agama sebagai pedoman penting dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas bermedia sosial.

Dimensi Konsekuensial juga menunjukkan skor yang cukup tinggi, yang berarti bahwa ajaran agama tidak hanya dipahami secara teoritis, tetapi juga diwujudkan dalam perilaku sosial keagamaan, seperti berbagi konten positif, menghindari debat negatif, dan mengikuti komunitas yang sesuai dengan keyakinan. Sementara itu, dimensi Intelektual terlihat lebih dominan pada pengguna kanal NU, yang menunjukkan kecenderungan untuk mencari pengetahuan keagamaan melalui berbagai referensi dan penjelasan dari tokoh-tokoh ulama. Sebaliknya, pengguna kanal Muhammadiyah cenderung lebih tinggi pada dimensi Ideologis dan Konsekuensial, selaras dengan pendekatan organisasi yang menekankan ajaran yang murni dan aplikatif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua kelompok pengguna menunjukkan religiusitas yang cukup kuat, namun memiliki karakteristik yang berbeda dalam aspek-aspek tertentu sesuai tradisi keagamaannya.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pola pencarian informasi keagamaan di Facebook berpengaruh positif dan signifikan terhadap aktivitas keagamaan pengguna kanal @Kami Bangga Menjadi Warga NU dan @Warga Muhammadiyah, di mana setiap peningkatan pencarian informasi meningkatkan aktivitas keagamaan sebesar 1,058 poin dengan kontribusi variabel sebesar 86,6%. Pola pencarian informasi yang dominan terlihat pada tahap Formulasi Fokus dan Presentasi, menunjukkan bahwa pengguna tidak hanya mengumpulkan informasi tetapi juga aktif mengevaluasi, memilih, dan membagikan kembali konten keagamaan yang relevan. Perbedaan orientasi keagamaan juga tampak di antara dua komunitas, dengan pengguna Muhammadiyah lebih menonjol pada dimensi ideologis dan konsekuensial, sedangkan pengguna NU lebih tinggi pada dimensi intelektual. Secara keseluruhan, Facebook berperan sebagai ruang dakwah digital yang efektif dalam mendukung proses pencarian dan penguatan pemahaman keagamaan. Temuan ini mengindikasikan pentingnya optimalisasi konten yang relevan, interaktif, dan menyesuaikan karakter audiens, serta membuka peluang penelitian lanjutan dengan memperluas sampel, menambah variabel mediator, dan mengeksplorasi platform digital lainnya..

DAFTAR PUSTAKA

- Del Vicario, M., Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G., & Quattrociocchi, W. (2016). Echo chambers: Emotional contagion and group polarization on Facebook. *Scientific Reports*, 6, 37825. <https://doi.org/10.1038/srep37825>
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1965). *Religion and society in tension*. Rand McNally.
- Hendrik, A., Latuperissa, R., & Narendra, A. P. (2023). Perilaku pencarian informasi mahasiswa Program Studi S1 Perpustakaan dan Sains Informasi UKSW menggunakan model Kuhlthau. *Journal Papyrus*, 2(4), 17.
- Kuhlthau, C. C. (1991). Inside the search process: Information seeking from the user's perspective. *Journal of the American Society for Information Science*, 42(5), 361–371.
- Nasution, A. S. (2023). *Pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku keagamaan remaja masjid* [[Undergraduate thesis,]. UIN Sultan Syarif Kasim Riau]. UIN Sultan Syarif Kasim Riau Repository.
- Slamet, A., & Laila, A. F. (2018). Strategi dakwah Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah dalam pemanfaatan media massa. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 10(1), 67–78. <https://doi.org/10.34001/an-nida.v10i1.867>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Ed., Ed.). Alfabeta.
- Syahfitri, S. (2020). *Perilaku pencarian informasi mahasiswa Prodi S1 Ilmu Perpustakaan Angkatan 2017 dengan menggunakan model Kuhlthau di Taman Baca Fakultas Adab dan Humaniora UIN Ar-Raniry* [Skripsi. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh]. Ar-Raniry Repository.

Utari, W. (2024). *Pemanfaatan media sosial dalam memberikan pemahaman keagamaan remaja masjid Abu Bakar Sari di Kelurahan Buluran Kenali Kota Jambi (Skripsi)*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.