

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pencarian informasi keagamaan kini menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern. Perkembangan teknologi informasi, khususnya media sosial, telah mengubah cara individu mengakses, memilih, dan menggunakan informasi keagamaan. Media sosial menjadi ruang yang dinamis untuk menyebarkan nilai-nilai religius, baik secara personal maupun kolektif. Menurut penelitian Nasution (2023), penggunaan media sosial memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap praktik keagamaan remaja masjid. Menurut penelitian tersebut, dampak penggunaan media sosial terhadap keyakinan beragama mencapai 65,4%, yang menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya sebagai sarana komunikasi tetapi juga sebagai alat pembentukan keyakinan beragama. Hal ini didukung oleh Utari (2024) yang menyatakan bahwa media sosial digunakan oleh remaja masjid tidak hanya untuk pendidikan agama tetapi juga sebagai alat dokumentasi, pendidikan, dan bahkan kontrol atas aktivitas keagamaan mereka. Lebih lanjut, penelitian Fauzi dan Muktarruddin (2023) menunjukkan bahwa memposting video dakwah di platform media sosial seperti TikTok dapat mendorong orang untuk lebih aktif dalam aktivitas keagamaan mereka dan memberikan pengalaman keagamaan yang positif. Dengan demikian, pola pencarian informasi keagamaan melalui media sosial turut membentuk pengalaman keagamaan pribadi atau sosial.

Dalam konteks pengumpulan informasi, model Kuhlthau merupakan kerangka teoritis yang relevan untuk menganalisis pengumpulan informasi secara metodis. Model ini menggambarkan dimensi kognitif dan afektif dari inisiasi, pemilihan topik, eksplorasi, formulasi fokus, pengumpulan informasi, dan penyajian. Menurut penelitian Syahfitri (2020) dan Hendrik et al. (2022), meskipun tidak semua langkah model Kuhlthau dilakukan secara langsung,

siswa tetap mematuhi aturan, dengan sumber informasi utama berupa eksplorasi daring. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian dari pola pencarian informasi, terutama dalam konteks keagamaan. Namun, hingga kini masih terdapat kesenjangan kajian yang membahas secara spesifik perbedaan pola pencarian informasi keagamaan antara anggota Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah melalui media sosial seperti Facebook. Padahal, kedua organisasi ini merupakan dua kekuatan besar dalam lanskap keislaman di Indonesia yang aktif menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah.

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi sarana utama dalam penyebaran informasi keagamaan. Organisasi keagamaan seperti Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah aktif memanfaatkan platform digital untuk berdakwah. Misalnya, NU melalui kanal @Kami bangga menjadi warga NU di Facebook dan Muhammadiyah melalui kanal @Warga Muhammadiyah di Facebook. Kedua organisasi ini menggunakan media sosial untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan kepada masyarakat luas

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh NU dan Muhammadiyah memiliki dampak signifikan terhadap perilaku keagamaan masyarakat. Sebuah studi oleh Ahmad Safi'i Nasution (2023) menemukan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh kuat terhadap perilaku keagamaan remaja masjid di Pekanbaru, dengan nilai korelasi sebesar 0,654. Penelitian lain oleh Slamet dan Laila (2019) menunjukkan bahwa NU lebih efektif menggunakan media online dalam dakwah, sedangkan Muhammadiyah lebih mengandalkan media cetak seperti majalah dan buletin.

Meskipun beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji peran media sosial dalam aktivitas keagamaan—baik secara umum (Nasution, 2023) maupun secara terpisah pada NU atau Muhammadiyah (Slamet & Laila, 2019)—namun hingga saat ini masih jarang ditemukan studi yang secara bersamaan membandingkan pola pencarian informasi keagamaan di **dua kanal resmi Facebook: @Kami Bangga Menjadi Warga NU dan @Warga Muhammadiyah**. Selain itu, skripsi ini juga menghadirkan integrasi dua

kerangka teoritis yang relatif langka dijumpai bersama, yaitu *Model Pemrosesan Informasi Kuhlthau* (untuk memetakan enam tahapan pola pencarian) dan *Teori Religiusitas Glock & Stark* (untuk mengukur lima dimensi aktivitas keagamaan). Dengan membandingkan kedua komunitas besar tersebut dan menyoroti tantangan literasi digital serta validitas informasi di era Facebook, penelitian ini menawarkan kontribusi baru dalam literatur dakwah digital dan ilmu informasi Islam.

Pemilihan akun @Kami Bangga Menjadi Warga NU dan @Warga Muhammadiyah sebagai objek penelitian bukan tanpa alasan. Kedua akun ini secara aktif menyebarkan konten keagamaan di Facebook dan mewakili dua organisasi Islam terbesar di Indonesia, yakni Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah. Selain memiliki jumlah pengikut yang besar dan cakupan nasional, akun-akun ini juga menampilkan pendekatan dakwah yang berbeda, yakni tradisional untuk NU dan modern untuk Muhammadiyah. Perbedaan ini menjadikan keduanya relevan untuk diteliti dan dibandingkan dalam konteks pencarian informasi keagamaan di era digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola pencarian informasi keagamaan di kalangan anggota NU dan Muhammadiyah melalui platform Facebook. Penelitian ini juga akan mengkaji pengaruh pola tersebut terhadap aktivitas keagamaan mereka. Dengan memahami pola dan tantangan pencarian informasi keagamaan di era digital, diharapkan hasil penelitian ini dapat berkontribusi dalam pengembangan strategi dakwah yang lebih efektif dan adaptif terhadap perubahan perilaku masyarakat modern.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti merumuskan permasalahan utama sebagai berikut:

1. Bagaimana Pola Pencarian Informasi Keagamaan melalui *Facebook* berpengaruh terhadap aktivitas kegiatan keagamaan pada anggota kanal @Kami Bangga Menjadi Warga NU dan @Warga Muhammadiyah?

2. Faktor apa saja dari Pola Pencarian Informasi yang paling dominan memengaruhi aktivitas keagamaan responden?
3. Bagaimana perbedaan Pola Pencarian Informasi antara anggota @Kami Bangsa Menjadi Warga NU dan @Warga Muhammadiyah dalam memengaruhi aktivitas keagamaannya?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah:

1. Mengetahui sejauh mana Pengaruh pola pencarian informasi oleh Anggota @Kami Bangsa Menjadi Warga NU dan @Warga Muhammadiyah terhadap aktivitas kegiatan keagamaan.
2. Mengidentifikasi faktor dari pola pencarian informasi yang paling dominan memengaruhi aktivitas keagamaan responden.
3. Membandingkan perbedaan pola pencarian informasi antara anggota @Kami Bangsa Menjadi Warga NU dan @Warga Muhammadiyah dalam memengaruhi aktivitas keagamaan mereka.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam (IPII), dengan memberikan pemahaman mengenai pola pencarian informasi keagamaan di media sosial. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan studi lanjut mengenai perilaku informasi dalam konteks digital dan keagamaan.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi:

Pengelola akun keagamaan di media sosial, seperti akun @Kami Bangsa Menjadi Warga NU dan @Warga Muhammadiyah, untuk memahami kebutuhan dan kecenderungan pengikut dalam mencari informasi keagamaan.

Lembaga keagamaan dan pendakwah digital, agar dapat menyusun strategi komunikasi dan penyebaran informasi yang lebih tepat sasaran di ranah media sosial.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini mencakup individu yang tergabung dalam channel Facebook @Kami Bangga Menjadi Warga NU dan @Warga Muhammadiyah **pada rentang waktu tahun 2018 hingga 2025**. Mereka merupakan anggota aktif dari organisasi Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah di Indonesia yang mengikuti aktivitas keagamaan serta memiliki akses terhadap media sosial, khususnya Facebook.

Fokus penelitian terletak pada pola pencarian informasi keagamaan yang dilakukan oleh anggota dari kedua organisasi tersebut melalui kedua channel tersebut, serta dampaknya terhadap aktivitas kegiatan keagamaan mereka.

- Batasan penelitian ini meliputi:
- Pengguna Facebook yang aktif mengikuti dan berinteraksi dengan konten keagamaan dari kedua channel.
- Jenis informasi keagamaan yang dianalisis meliputi konten edukatif, informatif, dan yang berdampak pada partisipasi kegiatan keagamaan.
- Instrumen utama adalah kuesioner berbasis skala Likert, serta didukung dengan observasi non-partisipatif dan dokumentasi.
- Analisis hanya mencakup hubungan antara pola pencarian informasi (variabel X) dengan aktivitas keagamaan (variabel Y), tanpa melibatkan faktor lain seperti latar belakang demografis.
- Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan pembagian responden yang dilakukan secara non-proporsional antara kelompok NU dan Muhammadiyah.

1.6. Penegasan Variabel

1.6.1. Variabel X (Pola Pencarian Informasi)

- **Konseptual:** Mengacu pada proses individu dalam mencari, memilih, dan mengevaluasi informasi keagamaan melalui media sosial, seperti yang dijelaskan oleh model pemrosesan informasi dari Kuhlthau.
- **Operasional:** Diukur melalui enam indikator: inisiasi, seleksi, formulasi, eksplorasi, koleksi, dan presentasi. Data diperoleh melalui pernyataan skala Likert.

1.6.2. Variabel Y (Aktivitas Kegiatan Keagamaan)

- **Konseptual:** Merupakan partisipasi seseorang dalam kegiatan keagamaan, baik yang bersifat individual maupun komunal, berdasarkan dimensi religiusitas Glock & Stark.
- **Operasional:** Diukur dengan lima indikator: praktik keagamaan, pengalaman, pengetahuan keagamaan, keyakinan, dan dampak perilaku keagamaan. Dinilai melalui kuesioner skala Likert.

1.7. Sistematika Penulisan

Skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

- **BAB I PENDAHULUAN** Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup penelitian, penegasan variabel, dan sistematika penulisan.
- **BAB II TINJAUAN PUSTAKA** Memuat landasan teori yang relevan, hasilhasil penelitian terdahulu, kerangka berpikir, serta hipotesis penelitian.
- **BAB III METODOLOGI PENELITIAN** Menguraikan pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, serta teknik analisis data.
- **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN** Menyajikan hasil

analisis data baik secara deskriptif maupun inferensial, serta pembahasan yang mengaitkan hasil dengan teori dan penelitian terdahulu.

- **BAB V PENUTUP** Berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait berdasarkan temuan yang diperoleh.
- **DAFTAR PUSTAKA DAN LAMPIRAN** Memuat referensi yang digunakan dalam penelitian serta data dan dokumen pendukung lainnya..