

ANALISIS PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI KEAGAMAAN PADA KOMUNITAS ONE DAY ONE JUZ (ODOJ) DI SURABAYA

Koko Srimulyo¹, Amalia Ayu Alifiana²

^{1,2}Program Studi Ilmu Informasi dan Perpustakaan,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga
Email: koko.srimulyo@fisip.unair.ac.id, amalia.ayu.alifiana-2015@fisip.unair.ac.id

(Naskah diterima: 13-04-2023, direvisi: 10-07-2023, disetujui: 02-08-2023)

DOI: <https://doi.org/10.14421/fhrs.2023.181.1-38>

Abstrak

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui kondisi kognitif antara sebelum dan sesudah pemenuhan kebutuhan informasi keagamaan sebagai kesenjangan (*gap*) dalam komunitas One Day One Juz (ODOJ), serta untuk mengetahui cara yang ditempuh para ODOJer guna mengurangi atau menghilangkan kesenjangan kognitif (*cognitive gap*) informasi. Stratifikasi sampel adalah 100 ODOJer yang berada di wilayah Surabaya dengan kualifikasi mengikuti kegiatan NGAOS/KOMINEX minimal 4 kali dalam sebulan, mengikuti kajian online ODOJ minimal 4 kali, dan telah berumur 15 tahun. Kesimpulannya adalah adanya kebingungan di antara para ODOJer sebelum terjadinya pemenuhan informasi yang disebabkan oleh banyak dan beragamnya informasi. Hal tersebut segera teratasi setelah adanya pemenuhan informasi yang dibutuhkan (bermanfaat) dan disebarkan ke orang lain. Ada kepuasan yang dicapai setelah adanya pemenuhan kebutuhan informasi keagamaan.

Kata Kunci: kebutuhan informasi, ODOJ, informasi keagamaan, kesenjangan komunikasi, kesenjangan kognitif

Abstract

This study aims to determine cognitive conditions before and after fulfilling religious information needs as a concern (gap) in the One Day One Juz (ODOJ) community, as well as to find out the ways ODOJers achieve to reduce or eliminate cognitive anxiety (cognitive gap) information. Subjects and methods: The sample stratification is 100 ODOJers in the Surabaya area with qualifications to participate in NGAOS/KOMINEX activities at least 4 times a month, take part in ODOJ online studies at least 4 times, and they are 15 years old. The conclusion is, there is confusion among ODOJers before the fulfillment of information occurs due to the large and varied data. This was immediately resolved after the fulfillment of the information needed (applicable) and disseminated to others. There is satisfaction that is achieved after the fulfillment of religious information needs.

Keywords: information needs, ODOJ, religious information, communication hatred, cognitive

A. PENDAHULUAN

Era informasi dimulai sejak ditemukannya komputer dan dibukanya akses terhadap internet untuk masyarakat yang lebih luas, yaitu sejak tahun 1960an ketika awal dicetuskan istilah masyarakat informasi (Lupač, 2018). Sejak itu pula perkembangan teknologi informasi menjadi semakin pesat. Internet menyediakan ruang-ruang tanpa sekat untuk pertukaran informasi, khususnya ketika media sosial juga semakin beragam dan sangat mudah diakses oleh siapa pun yang memiliki gadget. Arus informasi yang melimpah-ruah tersebut hadir sebagai konsekuensi dari kebutuhan manusia akan informasi yang terus meningkat. Hal ini tidak diimbangi dengan kemampuan orang untuk menerima atau mengolah informasi yang beragam tersebut (Skarpa & Garoufallou, 2021).

Kebutuhan manusia untuk saling terhubung dengan manusia lainnya, baik itu keluarga, teman, sahabat, dan lainnya dikatakan berkembang di era informasi. Hal ini tidak lepas dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat, yang juga mendorong kebutuhan kognitif manusia. Kebutuhan kognitif dan kebutuhan integrasi sosial sebagaimana yang dituliskan sebelumnya, inilah yang mendorong individu melakukan upaya untuk memenuhi kebutuhannya, yakni dengan melakukan pencarian informasi guna memenuhi kebutuhannya akan informasi yang dituju, baik itu mengenai pendidikan, ekonomi, politik, keagamaan, dan banyak lainnya. Untuk itu, sebagai makhluk sosial, kebanyakan dari mereka memilih untuk bergabung dalam kelompok-kelompok tertentu guna mendapatkan informasi yang lebih spesifik atau terarah. Dorongan inilah yang menyebabkan individu bergabung pada kelompok sosial atau bahkan membentuknya sendiri. Untuk itu dapat dengan mudah ditemukan kelompok, forum, atau komunitas di berbagai media sosial, seperti komunitas otomotif, komunitas pecinta hewan tertentu, forum peduli lingkungan, sampai dengan forum-forum serius yang membahas tentang politik, ekonomi, sains, dan tidak terkecuali agama.

Kelompok-kelompok berbasis keagamaan juga banyak muncul sebagai wadah untuk memenuhi kebutuhan akan informasi agama. Di media sosial

dapat dengan mudah ditemui komunitas kajian keislaman dengan berbagai bahasan yang spesifik, komunitas santri pada pondok atau aliran tertentu, hingga jaringan pendukung ulama. Salah satu komunitas berbasis keagamaan yang sedang menjadi tren sosial adalah One Day One Juz (ODOJ). Komunitas tersebut memanfaatkan media sosial seperti Blackberry Messenger, WhatsApp, Facebook, dan Twitter (Akbar, 2016; Nurfaiqah et al., 2022).

ODOJ menjadi menarik diteliti di antara banyak kelompok berbasis keagamaan lainnya karena lebih masif. Dikatakan demikian karena selain memanfaatkan beragam sosial media, ODOJ juga menyediakan beragam wadah untuk beragam kebutuhan anggotanya. Permasalahan yang ditemui di sini adalah kesenjangan informasi di antara anggota ODOJ. Luasnya jangkauan sosial media memang menjangkau lebih banyak peminat, tetapi yang tidak terelakkan adalah *diversity* atau keragaman pengguna sosial, baik dari latar belakang usia, pendidikan, kelas sosial, dan banyak lainnya. Ini menyebabkan banyaknya pula perbedaan informasi yang dibutuhkan antara satu individu di dalam ODOJ dengan individu lainnya. Itu sebabnya pula ada banyak program yang dibuat oleh pengurus untuk anggota, seperti kajian grup silaturahmi Fasil dan OSM (ODOJ Spirit Message) yang dapat ditemukan di grup aplikasi WhatsApp atau berbasis online saja, dan juga Kalqulus (Kajian Al-Qur'an ala ustaz), Tahsin, serta Ngaos (Ngaji on The Street) yang berbasis *offline* (Nurfaiqah et al., 2022).

Di dalam penelitian ini, penulis mengajukan dua pertanyaan masalah untuk diteliti. Pertama adalah mengenai kondisi kognitif antara sebelum dan sesudah adanya pemenuhan kebutuhan informasi keagamaan. Ini diajukan untuk menjawab masalah kesenjangan (*gap*) dalam komunitas One Day One Juz (ODOJ). Masalah kedua yang diajukan adalah berkaitan dengan cara masing-masing anggota dalam mengikis *gap* yang telah disebutkan dalam permasalahan sebelumnya. Dalam kata lain, yang dicari di dalam penelitian ini adalah cara yang dilakukan oleh para ODOJer dalam komunitas One Day One Juz (ODOJ) untuk mengurangi atau menghilangkan kesenjangan kognitif (*cognitive gap*) mengenai informasi keagamaan.

Dari dua permasalahan yang diajukan tersebut kemudian dapat dilakukan analisis mengenai pemenuhan kebutuhan akan informasi dalam komunitas One Day One Juz (ODOJ). Dari sini pula kemudian dapat dilakukan analisis permasalahan untuk kemudian dilakukan pencarian solusi yang membantu komunitas One Day One Juz (ODOJ) dalam menangani permasalahan yang ada.

B. LANDASAN TEORI

Adanya kesenjangan informasi ataupun pengetahuan yang dimiliki oleh individu dapat menyebabkan rasa cemas, lalu timbullah keraguan, kebingungan terhadapnya, sehingga menyebabkan seseorang membutuhkan informasi untuk memenuhi kebutuhannya. Kulthau dalam Kundu mengatakan bahwa kesenjangan yang ada dalam diri seseorang menyebabkan adanya kebutuhan informasi, kesenjangan tersebut berhubungan dengan perbedaan antara pengetahuan yang dimiliki dengan pengetahuan yang dibutuhkan (Johnson & Tawfik, 2022; Kundu, 2017).

Informasi memiliki aspek yang kontekstual sehingga ada pembatasan definisi dari kata informasi, sehingga definisi kata informasi ini sangat bergantung dengan aspek bidang yang menggarapnya. Para ahli maupun beberapa peneliti pun mengusulkan dan berusaha menerjemahkan beberapa definisi informasi, akan tetapi tak ada satu pun yang didalamnya mengandung aspek-aspek umum, hal ini dikarenakan definisi yang telah dikemukakan tersebut kurang komprehensif. Seperti pendapat Yusup & Subekti (2010) bahwa penjelasan mengenai informasi sangat sulit apabila ada pembatasan konsep serta aspek yang tegas dan juga menyeluruh. Meskipun para ahli telah banyak menjelaskan dan mendeskripsikan istilah dari informasi, namun penulis sendiri berusaha untuk memahami dan menyimpulkan pengertian informasi secara umum berdasarkan dengan perbandingan para ahli dan juga peneliti terdahulu, bahwa informasi merupakan suatu peristiwa, kejadian, pengalaman, pengetahuan, rekaman data, gambar, grafik, tabel, serta suatu dokumen yang dikomunikasikan secara lisan, tertulis ataupun dalam bentuk rekaman, sehingga dapat dijadikan

sebagai bahan referensi dan juga sebagai alat untuk mengambil keputusan atau kesepakatan bersama.

Shanon dan Weaver dalam Laloo mengatakan bahwa suatu stimulus yang mampu menghilangkan rasa kecemasan dan ketidakpastian adalah informasi (Khazaal et al., 2021; Laloo, 2002). Ketidakpastian yang dimaksud merupakan rasa yang dimiliki oleh seseorang yang telah memperoleh suatu informasi, yang mana seseorang tersebut tidak memahami isi dari informasi yang telah didapatkan, oleh karena itu timbullah ketidakyakinan dan juga rasa ketidakpastian. Menurut Chi-Chi dalam Laloo menjelaskan bahwa informasi merupakan keseluruhan dari ide, pengetahuan, fakta ataupun imajinatif dari pikiran manusia yang dikomunikasikan secara formal dan non formal dalam berbagai macam bentuk (Laloo, 2002; Polizzi, 2021). Karena adanya rasa ketidakpastian, dan timbullah rasa keingintahuan mengenai informasi tersebut, maka seseorang akan membutuhkan informasi yang lain untuk memperkuat keyakinannya, atau bisa dibilang mencari informasi lain agar kebutuhannya dapat terpenuhi.

Seiring berjalannya waktu, tingkat kebutuhan setiap individu semakin meningkat, ditambah lagi dengan adanya keinginan untuk memenuhi kebutuhan informasinya, jadi sudah pasti bahwa kebutuhan informasi setiap individu pun juga meningkat. Line dalam Laloo berpendapat bahwa kadang-kadang seseorang merasakan keinginan untuk memenuhi suatu kebutuhan, padahal hal tersebut merupakan sesuatu yang tidak dibutuhkan, akan tetapi seseorang tersebut tidak merasakan keinginan untuk memenuhi kebutuhan yang penting misalnya saja tentang belajar ataupun mengerjakan tugas (Fronzetti Colladon et al., 2019; Jiang & Jiang, 2020; Laloo, 2002). Contoh dari pendapat Line juga dapat diaplikasikan lagi dalam kehidupan sehari-hari, misalkan saja setiap orang pasti menyukai makanan yang bisa dikatakan kurang bagus untuk kesehatan tubuh, akan tetapi itu akan menimbulkan efek yang buruk untuk kesehatan manusia. Jadi manusia tidak meminta apa yang sedang diinginkan, karena mereka tidak berharap untuk mendapatkannya. Menurut Brenda Dervin dalam Laloo menyatakan bahwa

kebutuhan informasi merupakan suatu keadaan atau kondisi yang tidak menentu karena adanya suatu kesenjangan (*gap*) pada pengetahuan yang dimiliki oleh seorang individu dengan suatu kebutuhan yang dibutuhkan (Hadjipanayis et al., 2019; Laloo, 2002; Soleymani et al., 2021)

Seseorang akan melakukan pencarian informasi apabila ingin mencari jawaban atas suatu pertanyaan, memecahkan suatu permasalahan, mencari fakta, mencari kebenaran atas keraguannya, ataupun dalam mengambil suatu keputusan (Brashier & Schacter, 2020; Kelton et al., 2019; Laloo, 2002). Adanya pencarian informasi tersebut, maka lambat laun akan berubah menjadi suatu kebutuhan. Kebutuhan tersebut muncul karena adanya kondisi tidak menentu atau situasi kesenjangan (*gap*) antara pengetahuan yang dimiliki oleh individu dengan pengetahuan tambahan yang didapatkan, sehingga akan menghasilkan hasil (*outcome*) yang sesuai dengan kebutuhan informasi yang dibutuhkan (Kundu, 2017; Monsees, 2023).

Menurut Rajesh et al. (2018) perilaku penemuan informasi merupakan perilaku manusia yang terus berjalan melalui lintas ruang dan waktu, selalu mencari-cari informasi untuk menentukan fakta, kebenarannya, memahami permasalahan, memecahkan permasalahan dan membuat sebuah keputusan (Amaravathi, 2021; Rajesh et al., 2018). Dervin (1998) mendeskripsikan bahwa perilaku penemuan informasi yang dilakukan oleh seseorang itu melalui perjalanan pencarian informasi, yang mana seseorang tersebut akan melewati empat aspek, yakni sebagai berikut:

1. Situasi (*Situation*)

Situasi memiliki pengertian yang berhubungan dengan suatu kondisi yang dialami oleh seseorang, yang mana berkaitan dengan rentang ruang dan waktu dimana seseorang itu berada. Situasi dimana seseorang akan dihadapkan pada pengetahuan ataupun pengalaman di masa lalu dan di masa sekarang. Dervin dalam Lipkova et al. (2017) menjelaskan bahwa manusia akan terus bergerak melintasi ruang dan waktu, agar dunia dan sekelilingnya menjadi bermakna.

2. Kesenjangan Kognitif

Kesenjangan kognitif merupakan suatu kondisi dalam diri seseorang akibat adanya perbedaan antara pengetahuan yang dimiliki dengan pengetahuan yang diterima dari luar, yang mana seseorang akan merasa cemas, kebingungan, serta kondisi tidak stabil yang melahirkan banyak pertanyaan. Hal tersebut terjadi akibat adanya kesenjangan (*gap*), karena adanya suatu perbedaan antara situasi yang ada dengan situasi yang diinginkan (Abrar, 2020; Brashier & Schacter, 2020; Markwei & Rasmussen, 2015). Yang menyebabkan seseorang bertanya-tanya karena mengalami kebingungan, kecemasan, keraguan, teka-teki, kekacauan, dan beberapa pertanyaan yang masih mengganjal dalam pikiran manusia. Dervin juga menjabarkan bahwa seseorang yang sedang mencari informasi akan selalu bergerak melalui situasi tertentu, yang mana seseorang tersebut akan merasakan adanya kesenjangan (*gap*) ataupun kekurangan didalam informasi yang didupatkannya (Dervin, 1998). Untuk itu setiap manusia akan selalu berusaha untuk mengatasi adanya kesenjangan (*gap*).

3. Jembatan Kognisi

Jembatan kognisi adalah suatu upaya ataupun suatu cara yang dilakukan oleh manusia untuk mengatasi kesenjangan (*gap*) informasi, yakni dengan cara mengurangi maupun menghilangkannya. Menurut Lipkova et al. (2017) kegiatan yang dilakukan untuk menyelesaikan suatu masalah yakni dengan cara memperoleh informasi dari orang lain, melakukan suatu eksperimen, ataupun dengan cara yang lainnya.

4. Hasil (*Outcome*)

Hasil (*Outcome*) adalah hasil dari suatu usaha yang dilakukan manusia dalam menemukan informasi yang diinginkan, yang mana usaha tersebut dinamakan jembatan kognisi. Hasil (*outcome*) yang didapatkan bisa berupa sukses/berhasil ataupun gagal. Disaat menuju hasil, seseorang akan dihadapkan oleh rintangan, dan seseorang ini akan meminta bantuan untuk menyelesaikan rintangan tersebut. Bantuan tersebut bisa berasal dari pengetahuan, wawasan, ataupun informasi yang dimilikinya, yang dimiliki oleh orang lain, dan mendapatkan bantuan dari sumber-sumber informasi lainnya. Dalam memperoleh hasil yang

dituju, seseorang tersebut harus menerima konsekuensi, dampak, maupun efek dari bantuan-bantuan tersebut, yakni berupa keberhasilan atau kegagalan.

C. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe deskriptif yang oleh Bugin (2001) dan Unaradjan & Sihotang (2019) dikatakan metode dalam meneliti sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, dan suatu sistem pemikiran pada masa sekarang. Ini dipilih karena dapat memberi gambaran dari adanya perilaku penemuan informasi yang berhubungan dengan One Day One Juz (ODOJ) untuk memenuhi kebutuhan informasi keagamaan, tanpa menggunakan pengujian hipotesis. Data penelitian yang didapat dari hasil survey responden diselidiki dengan menghubungkan antar fenomena.

Surabaya menjadi lokasi yang dipilih untuk penelitian, karena dianggap mewakili Jawa Timur sebagai provinsi dengan basis agama islam terkuat di Indonesia dan salah satu basis kelompok Nahdlatul Ulama (NU). Tak hanya itu, mayoritas masyarakat di Surabaya menganut Agama Islam. Hal ini didukung oleh data demografi Kota Surabaya, yakni masyarakat yang menganut agama Islam sebanyak 85,1% dari jumlah populasi, diikuti agama Kristen dengan populasi 9,1%, agama Katolik dengan populasi 4,0%, agama Budha dengan populasi 1,5%, dan agama Hindu dengan populasi 0,3%. Di samping itu, Surabaya juga lebih beragam dibanding dengan beberapa daerah lain di Jawa Timur, sehingga lebih memudahkan penelitian untuk melakukan sampling dan mendapat hasil yang beragam.

Di Surabaya sendiri terdapat 400 ODOJer (Mukaromah, 2015) yang menjadi populasi penelitian, maka perlu diambil sampel. Teknik sampling yang dipilih dalam penelitian ini adalah teknik sampel acak sistematis (*Systematic Random Sample*). Teknik sampling ini merupakan teknik sampling yang dilakukan dengan memberikan peluang atau kesempatan kepada seluruh anggota populasi untuk menjadi sampel, tanpa memandang sampel atas dasar strata atau status

sosial dari segi apapun. Ini digunakan dengan harapan sampel yang diperoleh merupakan sampel representatif (Sugiyono, 2017).

Dari populasi ODOJer yang berjumlah 400, peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden yang diperoleh melalui rumus Yamane (Sugiyono, 2017) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1} \qquad n = \frac{400}{400(10\%)^2 + 1}$$
$$n = \frac{400}{400(0,1)^2 + 1} \qquad n = 80$$

Keterangan:

n = jumlah sampel
N = jumlah populasi

Dari hasil perhitungan di atas, maka didapat bahwa responden minimal yang dibutuhkan adalah 80 orang dari total 400 populasi. Dalam penelitian ini, responden yang digunakan berjumlah 100. Ini guna mengantisipasi adanya ketidaklengkapan data kuesioner yang diisi oleh responden. Di sisi lain, Cohen dkk (2007) menyebutkan bahwa semakin besar jumlah sampel yang digunakan dari keseluruhan besarnya populasi, maka akan semakin baik. Untuk itu, angka 100 ditetapkan untuk mencapai data yang lebih presisi.

Beberapa kriteria diterapkan dalam pencarian responden guna mendapatkan sampel populasi yang memenuhi kriteria penelitian. Aspek-aspek tersebut di antaranya adalah:

1. ODOJer berdomisili di daerah Surabaya;
2. mengikuti kegiatan NGAOS / KOMINEX minimal 4 kali dalam sebulan;
3. mengikuti kajian online ODOJ minimal 4 kali;
4. berumur 15 tahun ke atas.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perilaku Penemuan Informasi

Penemuan informasi sangat dipengaruhi oleh adanya kebutuhan informasi. Semakin tinggi kebutuhan informasi yang diinginkan, maka semakin tinggi pula penemuan informasi yang dilakukan oleh seseorang. Kebutuhan akan informasi ini adalah keadaan bahwa apa yang dimiliki ternyata tidak cukup untuk memuaskan tujuan yang dimiliki (Rubin & Rubin, 2020). Hal ini didukung oleh Rojas et al. (2023) yang menjelaskan teori Maslow dimana kebutuhan merupakan sebuah aktualisasi diri seseorang yang menginginkan informasi-informasi tertentu untuk pemenuhan diri sendiri. Pada saat semua kebutuhan lain sudah terpenuhi, seseorang akan menginginkan hal yang lebih untuk mencapai kebutuhan informasi lainnya.

Perilaku penemuan informasi keagamaan bagi ODOJer Surabaya merupakan bagian yang penting, yang mana dibutuhkan sebagai bahan pertimbangan dan bahan berdiskusi untuk memenuhi kebutuhan informasinya dan menjadikannya sebagai pembuat keputusan. Yakni informasi keagamaan yang berhubungan dengan One Day One Juz (ODOJ), Al-Qur'an dan cara membaca yang baik dan benar, kehidupan sehari-hari berdasarkan ajaran agama Islam, serta dakwah-dakwah umum maupun kajian online yang berhubungan dengan keagamaan.

2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden terdiri dari 4 macam, yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan jabatan di komunitas One Day One Juz (ODOJ). Berdasarkan grafik di samping, dapat dilihat bahwa terdapat 51 responden (51%) berjenis kelamin perempuan, dan 49 responden (49%) berjenis kelamin laki-laki.

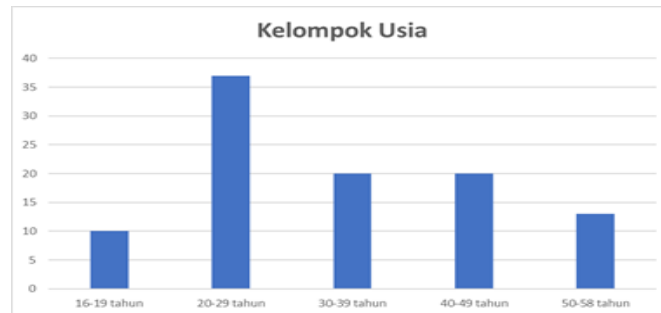
Gambar 1. Jenis Kelamin Responden



Sumber: hasil olahan peneliti

Data selanjutnya menunjukkan variasi usia responden, yaitu ada 37 responden berusia 20 – 29 tahun (37%), ada 20 responden berusia 30 – 39 tahun (20%), ada 20 responden berusia 40 – 49 tahun (20%), ada 13 responden berusia 50 – 58 tahun (13%), dan ada 10 responden berusia 16 – 19 tahun (10%).

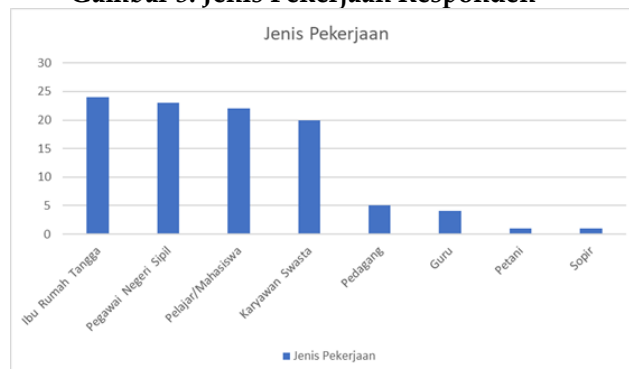
Gambar 2. Kelompok Usia Responden



Sumber: hasil olahan peneliti

Selain jenis kelamin dan juga rentang usia, karakteristik juga dipetakan dengan membagi responden berdasarkan pekerjaan. Pada grafik di bawah, dapat diketahui bahwa 24% responden merupakan ibu rumah tangga, 23% lagi berstatus sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS), 23% merupakan pelajar/mahasiswa, 20% merupakan karyawan swasta, 5% merupakan pedagang, 4% bekerja sebagai guru dan masing-masing 1% yang bekerja sebagai supir dan petani.

Gambar 3. Jenis Pekerjaan Responden



Sumber: hasil olahan peneliti

3. Situasi Permasalahan (*A Problem Situation*) Responden

Lipkova et al. (2017) menjelaskan bahwa awal mula seorang individu mencari informasi yakni ketika ia sedang membutuhkan informasi tersebut untuk menyelesaikan suatu masalah maupun membuat sebuah keputusan. Kebutuhan

informasi dalam hal ini berhubungan dengan keagamaan, yang merupakan kebutuhan yang penting pada diri seorang muslim/muslimah, khususnya bagi ODOJer. Adanya kebutuhan keagamaan menimbulkan suatu perilaku untuk mencari sebuah informasi tentang Al-Qur'an, Tajwid, Syari'at Islam (kehidupan sehari-hari, sumber hukum, budaya yang berlandaskan ajaran agama islam), dan materi dari dakwah umum ataupun dari kajian online para ulama.

Gambar 4. Permasalahan Responden



Sumber: hasil olahan peneliti

Setiap responden pasti memiliki yang namanya permasalahan informasi pada situasi tertentu. Dervin (1998) mendeskripsikan bahwa situasi ini melibatkan pengalaman atau pengetahuan yang dimiliki oleh responden (baik di masa lalu maupun sekarang), yang membuat informasi itu semata-mata hanyalah gambaran, bayangan, atau pikiran manusia itu sendiri, sehingga menyebabkan adanya keraguan, kebingungan, ketidakyakinan, timbul pertanyaan-pertanyaan terhadap informasi tersebut. Hal ini dapat dilihat pada diagram di atas yang memunculkan 65% responden memiliki permasalahan informasi karena banyaknya informasi keagamaan yang didapatkan. Hal tersebut mengakibatkan keraguan ataupun ketidakyakinan terhadap informasi tersebut. Informasi yang berlebihan juga dapat menambah kebingungan pada seseorang (Yusup&Subekti, 2010). Dervin (1998) juga mengatakan bahwa informasi yang membludak dapat menghambat pemenuhan kebutuhan informasi seseorang.

Pendit (2012) menyatakan bahwa kebutuhan informasi didorong oleh apa yang dinamakan sebagai "A problem situation", yakni situasi yang terjadi dalam diri manusia (pada lingkungan internalnya) yang dirasakan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan. Banyaknya informasi yang tidak bermanfaat juga

mengakibatkan sulitnya menjangkau informasi yang relevan sesuai dengan kebutuhan mereka (Bordonaro, 2020; Markwei & Rasmussen, 2015)

Gambar 5. Kesulitan Responden dalam Mencari Informasi Keagamaan yang di Butuhkan di Masa Lalu



Sumber: hasil olahan peneliti

Perhatikan diagram di atas. Dari hasil penelitian didapat bahwa 44% masalah yang dialami responden dalam mencari informasi keagamaan yang di butuhkan di masa lalu yakni 44 responden adalah kesulitan dalam menentukan informasi yang tepat karena banyaknya informasi yang diperoleh sehingga menimbulkan keraguan terhadap kebenarannya. Hal ini menyebabkan seseorang merasa harus memperoleh masukan dari sumber-sumber di luar dirinya maupun yang telah dimilikinya.

Gambar 6. Kesulitan Responden dalam Mencari Informasi Keagamaan Saat Ini



Sumber: hasil olahan peneliti

Tak jauh berbeda dengan kesulitan mencari informasi di masa kini. Sebanyak 57% responden mengatakan bahwa banyaknya informasi yang diperoleh dapat menimbulkan keraguan terhadap kebenarannya dengan jumlah 57 responden. Hasil ini disusul dengan kesulitan mengakses informasi (34%). John & Sützl (2016) menjelaskan bahwa keterampilan pengguna dalam mengakses informasi akan memudahkannya untuk memenuhi kebutuhan informasinya, namun ada

saja pengguna yang gagap teknologi, yang tidak bisa mengakses informasi. Kesulitan mengakses informasi dalam dunia digital ini juga disebabkan oleh banyak hal lain: faktor umur, motivasi, akses ekonomi, dan banyak hal lain yang menyebabkan adanya ketimpangan dalam dunia digital. Efek dari itu semua juga membawa pengaruh dalam permasalahan sosial (Bach et al., 2018; van Deursen & van Dijk, 2019).

4. Kesenjangan Kognitif (*Cognitive Gap*) Responden

Pada pembahasan kesenjangan kognitif (*cognitive gap*) responden menunjukkan bahwa adanya perbedaan antara pengetahuan yang dimiliki responden dengan pengetahuan dari luar, yang mana ada kaitannya dengan situasi kontekstual dan situasi yang diharapkan. Dervin (dikutip dalam Juhaidi, 2016) mendeskripsikan bahwa kondisi ini akan menyebabkan seseorang mengalami kebingungan, muncul berbagai macam pertanyaan, dan juga kondisi yang tidak stabil, bahkan mengalami kekacauan. Menurut Kundu (2017) kesenjangan didefinisikan sebagai aspek situasi yang tidak jelas, yaitu ketika orang tersebut merasa memerlukan klarifikasi untuk memperoleh apa yang diinginkan (Kundu, 2017; Schenkel et al., 2021). Dengan demikian, responden melakukan tindakan untuk mengurangi atau bahkan menghilangkan kesenjangan kognitif (*cognitive gap*) tersebut, misalnya mencari bantuan, membangun komunikasi dengan orang lain, membangun motivasi, menciptakan ide atau gagasan baru, mempelajari keterampilan informasi, mencari petunjuk yang lainnya, dan menetapkan tujuan yang akan dicapai (Abrar, 2020; Godbold, 2006).

Gambar 7. Informasi Responden Lebih dari Satu



Sumber: hasil olahan peneliti

Kesenjangan kognitif (*cognitive gap*) responden pada penelitian ini terdiri atas 2 poin, yaitu perbedaan informasi dan memahami adanya perbedaan informasi. Pada diagram di atas dapat diketahui bahwa 84% responden mengatasi kesenjangan tersebut dengan cara membandingkan dan menganalisis informasi-informasi keagamaan yang ditemukan. Hal yang dilakukan ketika responden mendapatkan informasi lebih dari satu, maka perlu adanya proses evaluasi informasi atau memilih informasi yang tepat. Dewi & Istiqomah (2019) mendeskripsikan teori *behavioural model of seeking strategies* bahwa evaluasi informasi tidak hanya pada saat informasi terkelompokkan saja, akan tetapi evaluasi informasi dapat juga berupa membandingkan informasi satu dengan informasi lainnya mengenai isi dan kebenaran informasi yang didapatkan. Informasi bisa langsung dimanfaatkan tanpa adanya proses evaluasi atau pemilihan informasi (D. Ellis, 1989; J. R. Ellis, 2023).

Gambar 8. Perbandingan Beberapa Informasi Keagamaan yang Telah Terkumpul



Sumber: hasil olahan peneliti

Responden memiliki perbedaan tersendiri dalam memahami adanya perbedaan informasi keagamaan juga terlihat pada pertanyaan lain tentang kebiasaan membandingkan informasi yang sudah dimiliki. Pada diagram diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden (71%) membandingkan situs informasi *online* dengan informasi media cetak. 23% responden lainnya membandingkan situs informasi *online* yang ditemukan dengan informasi dari orang lain, dan sisanya memilih untuk membandingkan situs informasi *online* dengan informasi media massa (televisi maupun radio). J. R. Ellis (2023) mengungkapkan bahwa proses evaluasi informasi merupakan proses

perbandingan informasi yang telah terevaluasi dengan informasi lain yang ditemukan pada media online dengan informasi dari media lainnya.

Berdasarkan penjelasan tersebut menunjukkan suatu kondisi kesenjangan antara pengetahuan yang dimiliki seseorang dengan informasi yang dibutuhkan tidak memadai saat itu. Untuk mengatasi kondisi kesenjangan tersebut, seseorang akan berusaha mencari informasi agar pengetahuan yang dibutuhkan segera terpenuhi, tentunya untuk membuat suatu keputusan permasalahan (Ingwersen, 1992; Leonardi, 2017; Rowlands et al., 2008). Wilson (1994) mengatakan bahwa ada beberapa kriteria orang dalam memperlakukan dan mengetahui informasi dalam dirinya. Ada yang mengetahui lalu memilih untuk mengatasi. Ada pula yang bahkan tidak menyadari adanya kesenjangan tersebut.

5. Jembatan Kognisi Responden

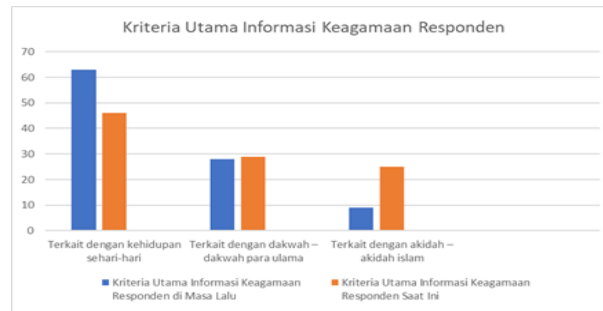
Jembatan kognisi merupakan suatu cara atau tindakan yang dilakukan untuk mengurangi atau menghilangkan kesenjangan kognitif (*cognitive gap*) antara informasi yang dimiliki dan informasi yang diinginkan, dan bisa untuk menyelesaikan suatu masalah, digambarkan seperti seseorang yang mulai mencari informasi melalui media yang digunakan seperti media internet untuk melakukan penemuan mengenai informasi yang dibutuhkan. Menurut Lipkova et al. (2017), kegiatan yang dilakukan untuk menyelesaikan suatu masalah yakni dengan cara memperoleh informasi dari orang lain, melakukan suatu eksperimen, ataupun dengan cara yang lainnya. Responden memiliki berbagai macam cara untuk mengatasi kesenjangan kognitif (*cognitive gap*) informasi, di antaranya yakni dengan membangun ide-ide, memanfaatkan sumber-sumber informasi, mencari informasi keagamaan yang relevan, serta mengikuti berbagai macam kajian atau pengajian yang diadakan oleh komunitas One Day One Juz (ODOJ) ataupun majelis-majelis islam lainnya (Akbar, 2016; Nurfaiah et al., 2022).

6. Informasi Keagamaan yang Dicari

Menurut Chowdhury & Chowdhury (1999) kebutuhan informasi muncul saat seseorang menyadari bahwa pengetahuan/wawasan yang dimilikinya tidak

cukup untuk mengatasi permasalahan mengenai subyek tertentu. Setiap orang tentu memiliki kriteria kebutuhan informasi yang berbeda-beda. Berikut ini merupakan beberapa kriteria informasi keagamaan yang dibutuhkan oleh responden.

Gambar 9. Kriteria Informasi Keagamaan Responden



Sumber: hasil olahan peneliti

Grafik di atas menjelaskan tentang kriteria utama informasi keagamaan responden, baik di masa lalu maupun saat ini. Kriteria utama informasi keagamaan, baik di masa lalu maupun saat ini, lebih banyak berfokus pada permasalahan kehidupan sehari-hari. Jawaban ini dipilih karena relevansi agama dengan pengaplikasiannya dalam kehidupan sehari-hari. Permasalahan mengenai akidah hanya dianggap penting oleh 9% responden, hasil ini tidak signifikan. Meski begitu, ada kenaikan pada kriteria utama informasi terkait dengan akidah, yang dulunya hanya sebesar 9% menjadi 25%.

Gambar 10. Kebutuhan Informasi Responden di One Day One Juz (ODOJ)



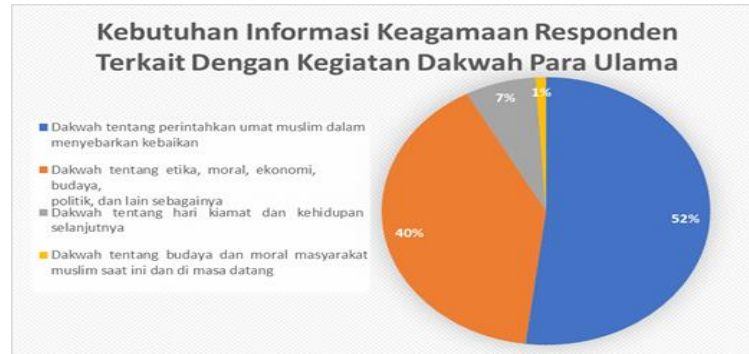
Sumber: hasil olahan peneliti

Untuk kebutuhan informasi responden, hampir keseluruhan mengatakan bahwa mereka membutuhkan informasi tentang makna Al-Qur'an dan cara membaca dengan baik dan benar di dalam komunitas One Day One Juz (ODOJ).

Hal ini ditujukan agar bisa lebih beristiqomah dan lebih memahami apa yang terkandung di dalam Al-Qur'an. Kebutuhan informasi seseorang didorong oleh keadaan dalam diri seseorang dan perannya dalam lingkungannya (Kundu, 2017). Ada kesadaran di antara mereka bahwa pengetahuan yang dimilikinya masih kurang. Hal inilah yang mendorong mereka untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi. Belkin (1978) mengatakan bahwa kebutuhan dan perilaku penemuan informasi dapat dipengaruhi oleh bermacam-macam sebab, antara lain latar belakang sosial, budaya, pendidikan, tujuan yang ada dalam diri manusia tersebut serta lingkungan sosialnya. Menurut Dervin (1998) perilaku penemuan informasi merupakan perilaku yang selalu terus bergerak berdasarkan lintas ruang dan waktu, mencari informasi untuk menjawab segala tantangan yang dihadapi, menentukan fakta, memahami suatu masalah, memecahkan masalah dan membuat keputusan.

7. Subjek Informasi

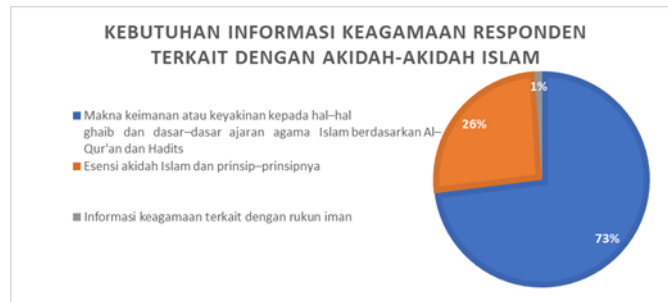
Gambar 11. Kebutuhan Informasi Keagamaan Responden Terkait dengan Kegiatan Dakwah Para Ulama



Sumber: hasil olahan peneliti

Dari diagram diatas dapat dilihat bahwa kebutuhan informasi keagamaan para ODOJer lebih banyak mengenai persoalan penyebaran kebaikan bagi umat muslim dengan persentase hasil sebanyak 52%. Hasil ini tidak jauh berbeda dengan kecenderungan untuk mengikuti dakwah yang berkaitan dengan etika, moral, ekonomi, dan budaya yang memperoleh persentase sebanyak 40%. Sisanya tidak terlalu menunjukkan hasil yang signifikan, meskipun ada sebagian kecil yang menyukai topik-topik seputar hari kiamat dan budaya serta moral di masa kini dan masa yang akan datang.

Gambar 12. Kebutuhan Informasi Keagamaan Responden Terkait dengan Akidah-Akidah Islam



Sumber: hasil olahan peneliti

Selain hal-hal yang disampaikan di atas, informasi yang dibutuhkan oleh ODOJer sebagian besar berkaitan dengan makna keimanan. Ini dibuktikan dengan persentase hasil yang mencapai 73%. Di sisi lain, 26% lainnya lebih membutuhkan informasi mengenai esensi dari akidah islam dan juga prinsip-prinsip keagamaan. Informasi terkait dengan rukun iman sendiri hampir tidak diminati, karena hanya ada 1% yang merasa membutuhkannya.

Gambar 13. Kebutuhan Informasi Keagamaan Responden Terkait dengan Kehidupan Sehari-hari



Sumber: hasil olahan peneliti

Informasi mengenai Al-Qur'an dan pemaknaannya dalam kehidupan sehari-hari masih menjadi kebutuhan mayoritas dengan persentase sebanyak 61%. Informasi mengenai akhlak dan peranannya dalam kehidupan bermasyarakat serta implementasi dalam kehidupan sehari-hari memiliki hasil yang tidak jauh berbeda, yaitu 20% dan 19%.

Individu melakukan pencarian informasi karena memang sedang membutuhkan informasi. Sebagai bagian dari pencarian untuk kepuasan kebutuhan ini, seorang individu dapat terlibat perilaku penemuan informasi (Soroya & Ameen, 2020; Wilson, 1994). Perilaku ini menggambarkan penemuan

informasi dari apa yang dibutuhkan hingga mengapa dan untuk apa itu dilakukan (Ozturk & Hill, 2020; Soroya & Ameen, 2020; Wilson, 1994). Mereka didorong oleh kesadaran akan kurangnya pengetahuan, sehingga timbul keinginan untuk menambahnya. Informasi tersebut akan berperan penting dalam pengembangan potensi mereka melalui pendidikan dan pelatihan, untuk berhasil dalam bisnis, untuk memperkaya pengalaman budaya mereka, dan untuk mengendalikan kehidupan sehari-hari mereka (Wardani et al., 2018).

8. Strategi Penemuan Informasi

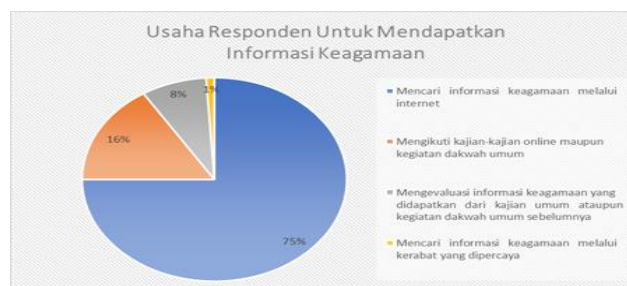
Gambar 14. Tindakan Responden Saat Sadar Sedang Membutuhkan Informasi Keagamaan



Sumber: hasil olahan peneliti

Sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya, dalam penemuan informasi, individu didorong oleh kesadaran akan kurangnya informasi yang dimiliki sehingga terjadi proses pencarian dan penemuan. Dalam hal ini, ada beberapa strategi informasi dalam penemuan informasi. Strategi paling banyak diterapkan oleh ODOJer adalah mencari informasi ke berbagai sumber informasi dengan persentase sebanyak 78%. Strategi lain yang diterapkan adalah dengan mengikuti kajian *online* keagamaan/*kajian offline* keagamaan (12%) dan bertanya ke orang lain yang dipercaya mampu memenuhi kebutuhan informasi keagamaannya (10%).

Gambar 15. Usaha Responden untuk Mendapatkan Informasi Kegiatan



Sumber: hasil olahan peneliti

Strategi lain dalam penemuan informasi dipisahkan ke dalam usaha-usaha untuk mendapatkan informasi. Di kalangan ODOJer, strategi usaha untuk mendapatkan informasi paling banyak ditemukan adalah dengan melakukan pencarian seputar keagamaan melalui internet (75%). Usaha dengan mengikuti kajian tidak begitu banyak dilakukan. Hal ini ditunjukkan dengan persentasenya yang hanya mencapai 16%. Usaha lain yang juga dilakukan, namun tidak signifikan, adalah dengan mengevaluasi informasi yang didapat selama kajian (8%) dan bertanya pada kerabat yang dipercaya (1%).

Dervin (1998) mengungkapkan bahwa hambatan-hambatan yang muncul selama usaha penemuan informasi adalah adanya kesenjangan (*gap*) antara pengetahuan yang dimiliki seseorang dengan pengetahuan yang ada di luar, maka biasanya seseorang akan melakukan strategi untuk mengatasi kesenjangan tersebut. Dervin (1998) menjelaskan bahwasannya ada beberapa strategi untuk mengatasi kesenjangan kognitif (*cognitive gap*). Strategi pertama adalah dengan menganalisis kesenjangan (apakah besar atau kecil), yang kedua adalah mempertimbangkan kesenjangan (memikirkan berbagai macam resiko yang akan terjadi, besar atau kecil), dan yang ketiga adalah mencari alternatif lain (membuat ide baru, mengubah realitas eksternal sampai sesuai dengan realitas internal), sedangkan strategi yang terakhir adalah mengabaikan kesenjangan misalnya dengan menghindari atau tidak mempercayai suatu informasi, dan tidak melakukan pencarian mendalam tentang informasi tersebut.

9. Mencari Informasi yang Relevan

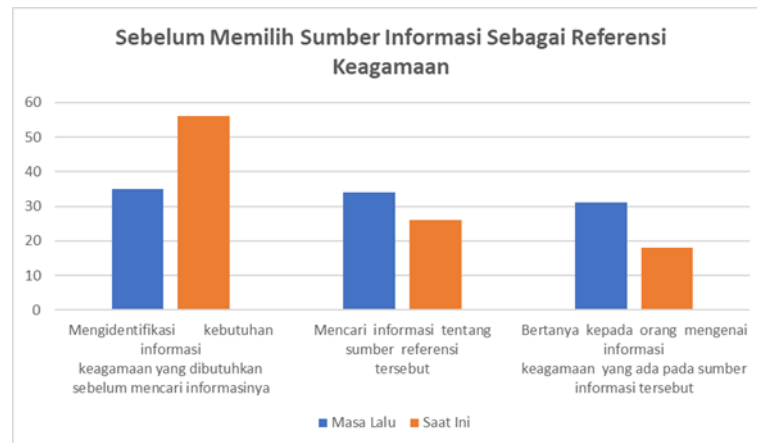
Gambar 16. Pencarian Informasi Terkait dengan Kebutuhan Keagamaan



Sumber: hasil olahan peneliti

Dalam penemuan informasi, ada semacam saringan untuk memilah mana informasi yang diperlukan atau yang tidak diperlukan. Individu memiliki cara untuk mencari informasi terkait dengan kebutuhan keagamaannya. Cara terbanyak yang dilakukan oleh ODOJer adalah dengan mengikuti kajian online atau menghadiri ceramah dari tokoh keagamaan (55%). Cara lain yang juga dilakukan oleh ODOJer adalah dengan mencari informasi melalui internet, media sosial, dan bertanya pada orang yang dipercaya mampu untuk menjelaskan. Menurut Dervin (1998) menegaskan bahwa informasi bisa dicari melalui sistem informasi maupun sumber informasi dan dari situlah akan terjadi suatu proses aktifitas pertukaran informasi antar manusia.

Gambar 17. Sebelum Memilih Sumber Informasi sebagai Referensi Keagamaan

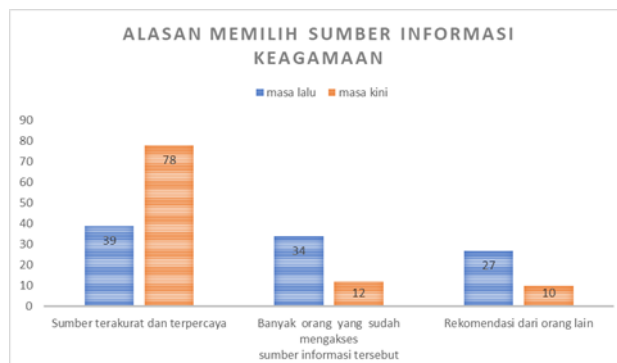


Sumber: hasil olahan peneliti

Sebelum memilih sumber informasi yang dituju, ODOJer memiliki cara tersendiri untuk menentukan sumber informasi yang dirasa relevan. Grafik di samping menunjukkan perbandingan antara cara untuk memilih sumber informasi di masa lalu dengan cara yang digunakan saat ini. Di masa lalu, ODOJer memastikan sumber informasi dengan mengidentifikasi kebutuhan informasi, mencari tahu tentang sumber referensi tersebut. Cara mengkonfirmasi sumber untuk mendapatkan informasi yang relevan tersebut memperoleh, dan bertanya kepada orang mengenai sumber referensi tersebut. Persentasi ketiganya tak jauh berbeda, yakni 35%, 34%, dan 31%. Hal yang berbeda terjadi dalam cara mengonfirmasi sumber referensi. Kebanyakan dari ODOJer memilih cara mengidentifikasi kebutuhannya akan informasi sebelum melakukan pencarian.

Cara ini paling banyak dilakukan dengan persentasenya sebanyak 56%. Cara lain, seperti mencari informasi mengenai sumber dan bertanya sudah mulai berkurang.

Gambar 18. Alasan Memilih Sumber Informasi Keagamaan



Sumber: hasil olahan peneliti

Pertanyaan mengenai alasan memilih sumber informasi keagamaan juga ditanyakan dalam kuesioner. Di masa lalu, pilihan untuk memilih sumber karena akurasi yang terpercaya (39%), banyak diakses oleh orang lain (34%), dan juga berdasarkan hasil rekomendasi (27%) memiliki hasil yang tak begitu jauh. Perilaku dalam memilih sumber informasi tersebut berbeda dengan yang terjadi saat ini. Pada saat ini, orang lebih banyak memilih karena sumber yang terpercaya akurasinya. Hal ini dibuktikan dengan hasil yang mencapai 78%. Keterbukaan informasi membuat orang dapat memperoleh informasi dari berbagai sumber dan menilai akurasinya sendiri.

Gambar 19. Alasan Responden Mempertimbangkan Pengambilan Keputusan dalam Memilih Sumber Informasi Keagamaan



Sumber: hasil olahan peneliti

Keputusan untuk memilih sumber referensi juga dipengaruhi oleh beberapa alasan. Dari hasil survei yang dilakukan, sebagian besar alasan pertimbangan dalam memilih sumber informasi keagamaan disebabkan oleh munculnya pertanyaan-pertanyaan terkait informasi tersebut (62%). Alasan lain yang menjadi dasar pertimbangan adalah adanya ketidaksesuaian dengan informasi, baik yang diterima saat mengikuti kajian online (23%) atau dengan informasi keagamaan yang telah diterima sebelumnya (15%).

Gambar 20. Alasan Tidak Memperhatikan Sumber Informasi Keagamaan



Sumber: hasil olahan peneliti

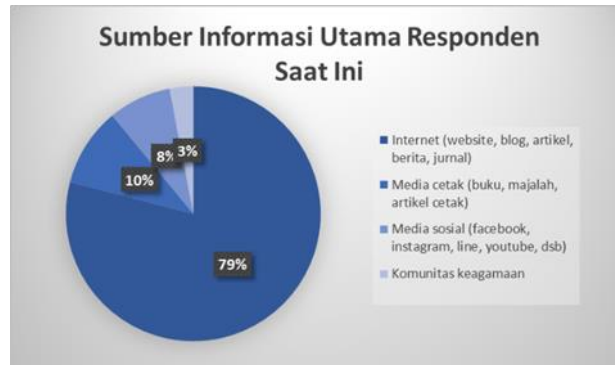
Beberapa hal lain yang menjadi alasan ODOJer tidak lagi mempertanyakan akurasi atau ketepatan sumber informasi paling banyak dikarenakan oleh informasi yang diberikan oleh sumber baru tersebut sama dengan yang diterima sebelumnya (49). Alasan lain untuk tidak mempertimbangkan informasi dari sumber baru adalah kesesuaian informasi dengan yang diterima selama mengikuti kajian dan informasi tersebut telah dirujuk oleh banyak orang lain sebagai bahan referensi (26%).

10. Sumber Informasi

Pemenuhan kebutuhan informasi dapat dilakukan oleh setiap orang, mereka akan melakukan pencarian informasi melalui sumber-sumber informasi. Perilaku yang ditunjukkan oleh mereka dalam melakukan pencarian informasi disebut sebagai perilaku penemuan informasi. Menurut Dervin (1998) strategi penemuan informasi dapat dibedakan menjadi dua, yakni strategi yang berkaitan dengan benda (yakni membaca buku, koran, majalah, brosur, melihat katalog, mencari pada koleksi pribadi atau umum, dan melakukan pencarian

data) dan yang berkaitan dengan lembaga (misalnya saja pergi ke toko buku, perpustakaan, atau lembaga informasi lainnya).

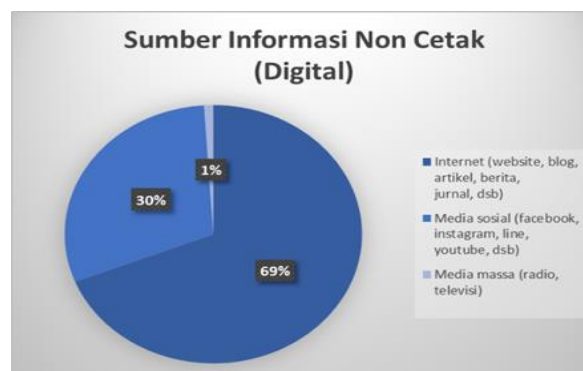
Gambar 21. Sumber Informasi Utama Responden



Sumber: hasil olahan peneliti

Di antara para ODOJer, sumber informasi paling banyak digunakan dalam pemenuhan kebutuhan akan informasi adalah internet (79%). Sumber lain seperti media cetak buku/majalah/artikel (10%), media sosial seperti Facebook/Instagram/Twitter/Line (8%), dan komunitas keagamaan (3%) kurang begitu diminati oleh ODOJer. Ini menunjukkan bahwa betapa internet memiliki peranan yang penting dalam membentuk pengetahuan ODOJer mengenai agama.

Gambar 22. Sumber Informasi Non Cetak (Digital)

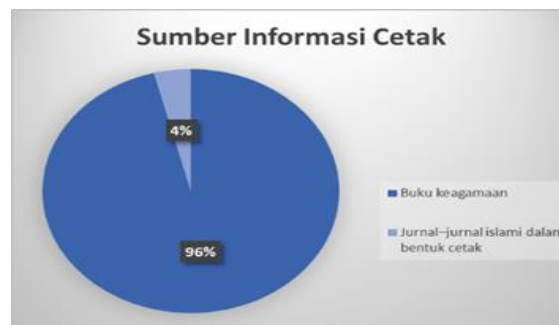


Sumber: hasil olahan peneliti

Ketika diajukan pertanyaan kembali mengenai sumber non-cetak yang paling banyak digunakan kepada ODOJer, hasil yang sama didapatkan. Sebanyak 69% ODOJer menggunakan internet dalam melakukan pencarian dan penemuan informasi (69%), yaitu dengan membaca berita, website, blog, artikel, atau jurnal. Sebanyak 30% lain menjadikan media sosial sebagai sumber informasi non-cetak

rujukannya dengan mengakses Facebook, Instagram, Line, Youtube, dan lain sebagainya. Hanya 1% yang menjadikan radio dan televisi sebagai sumber informasi. Dari sini dapat terlihat bahwa televisi dan radio mulai ditinggalkan oleh penggunanya karena kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang lebih praktis dan aksesibel, yang memungkinkan pengguna mengakses informasi dari *gadget* dan layar komputer/laptop.

Gambar 23. Sumber Informasi Cetak



Sumber: hasil olahan peneliti

Untuk sumber informasi cetak yang paling banyak digunakan ODOJer dalam mendapatkan informasi, buku keagamaan masih menduduki posisi tertinggi (96%), dibanding dengan jurnal islami (4%). Alasan mengapa jurnal masih kurang begitu diminati adalah karena aksesnya yang terbatas. Beberapa jurnal berbayar dan beberapa gratis, namun jurnal memang identik dengan akademisi, dengan bahasa dan gaya penulisan yang berbeda dari artikel kebanyakan.

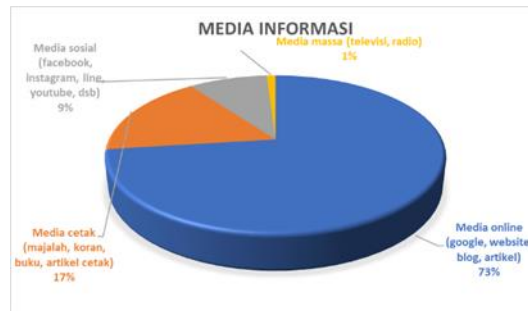
Sumber informasi tambahan yang digunakan responden dalam memenuhi kebutuhan keagamaannya adalah tokoh ulama maupun teman yang dianggap mampu memenuhi kebutuhannya. Sebanyak 97% memilih tokoh ulama, 3% lainnya memilih teman ataupun kerabat. Nicholas et al. (2000) mengungkapkan bahwa seseorang akan mencari informasi jika ia merasa membutuhkan suatu informasi, ia dapat mencarinya dengan cara bertanya ke teman, kerabat, orang lain, membaca buku, menonton televisi ataupun mendengarkan radio.

Ada berbagai cara dalam mencari informasi, informasi bisa dicari melalui sistem informasi maupun sumber informasi. Sistem informasi yang dimaksud misalnya lembaga penyedia informasi seperti perpustakaan, pusat dokumentasi,

dan lembaga-lembaga penyedia jasa informasi. Sumber informasi bisa didapatkan darimana saja, semua pihak yang punya informasi terkait pencarian yang diinginkan pemakai informasi.

11. Media Informasi

Gambar 24. Media Informasi ODOJer



Sumber: hasil olahan peneliti

Diagram diatas adalah data mengenai media informasi yang banyak digunakan oleh ODOJer dalam mencari informasi. Sebanyak 73% ODOJer menggunakan internet sebagai media informasi untuk mencari informasi seputar keagamaan. 17% lainnya menggunakan media cetak (majalah, koran, buku, artikel cetak) dan hanya sebanyak 9% yang menggunakan media sosial (Facebook, Instagram, Line, Youtube, dan sebagainya). Pilihan media yang tidak terlalu banyak digunakan adalah media massa seperti televisi dan radio.

12. Format Informasi

Format informasi yang digunakan oleh ODOJer dalam pemenuhan kebutuhan informasi akan keagamaan seperti telah disebutkan di atas, yaitu terangkum ke berbagai bentuk media cetak, media digital atau elektronik, dan dalam bentuk audio visual atau video).

13. Waktu Mengakses Informasi Keagamaan

Gambar 25. Waktu ODOJer Mengakses Informasi Keagamaan



Sumber: hasil olahan peneliti

Waktu yang digunakan ODOJer untuk mengakses informasi guna memenuhi kebutuhan akan informasi keagamaan hampir dilakukan setiap saat. Hal ini ditunjukkan dengan hasil survei yang mencapai 98%. Sisanya mengakses informasi sewaktu-waktu dan hanya satu hari sekali. Hasil lainnya sangat tidak signifikan, sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar ODOJer mengakses informasi setiap saat dalam upaya pemenuhan kebutuhan akan informasi keagamaan.

Gambar 26. Lamanya ODOJer dalam Mengikuti Kegiatan Ngaos/Kominex One Day One Juz (ODOJ)



Sumber: hasil olahan peneliti

Berdasarkan data hasil survei juga ditemukan bahwa bahwa kegiatan NGAOS / KOMINEX One Day One Juz (ODOJ) setiap bulannya selalu diminati para ODOJer. Hal tersebut dapat dilihat dari diagram di samping yang menunjukkan hasil 48% untuk mengikuti kajian antara 4 kali – 6 kali, sebanyak 25% untuk mengikuti kegiatan NGAOS / KOMINEX antara 10 kali – 15 kali, sebanyak 20% untuk mengikuti kegiatan tersebut antara 6 kali – 10 kali dan sebanyak 7% untuk mengikuti kegiatan NGAOS / KOMINEX ODOJ lebih dari 15 kali.

Gambar 27. Lamanya ODOJer dalam Mengikuti Kajian Online One Day One Juz (ODOJ)



Sumber: hasil olahan peneliti

Untuk kajian online, sebagian besar ODOJer mengikuti kegiatan antara 10 kali - 15 kali setiap bulannya (43%), sebanyak 29% mengikuti kajian online lebih dari 15 kali dalam sebulan, 18% mengikuti kajian online antara 4 kali - 6 kali per bulan, dan 10% mengikuti kajian online antara 6 kali - 10 kali per bulannya.

14. Tujuan Mencari Informasi

Gambar 28. Tujuan ODOJer dalam Mencari Informasi Keagamaan



Sumber: hasil olahan peneliti

Ada beragam tujuan ODOJer dalam mencari informasi mengenai keagamaan. Sebanyak 57% mengatakan melakukan pencarian karena ketertarikan, 26% mengatakan untuk mengupdate informasi keagamaannya, dan 16% lainnya mengatakan bahwa tujuannya adalah untuk menyesuaikan dengan kebutuhan informasinya.

Gambar 29. Tujuan ODOJer dalam Mengikuti Kajian Online One Day One Juz (ODOJ)



Sumber: hasil olahan peneliti

Untuk tujuan ODOJer dalam mengikuti kajian *online* sendiri 77% dilatarbelakangi untuk menambah referensi pengetahuan akan keagamaan, 12% untuk mendapatkan informasi terkait dengan Al-Qur'an dan pemaknaannya,

dan 11% karena merasa kurang mendapatkan informasi yang jelas tentang kajian-kajian islami, sehingga responden tersebut mengikuti kajian *online* ODOJ.

Gambar 30. Tujuan ODOJer dalam Mengikuti Kegiatan Ngaos/Kominex di One Day One Juz (ODOJ)



Sumber: hasil olahan peneliti

Program kegiatan lain ODOJER adalah NGAOS/KONIMEX. Di antara pada ODOJER, 59% mengaku mengikuti kegiatan NGAOS/KOMINEX agar dapat berbagi ilmu keagamaan serta dapat menjalin silaturahmi sesama ODOJer, 25% untuk mendengarkan dakwah ustadz/ustadzah tentang suatu tema keagamaan, 15% mendapat dorongan karena merasa kurang mendapatkan informasi keagamaan setelah mengikuti beberapa kajian *online*, sedang sisnya 1% untuk menambah referensi tentang topik keagamaan.

Individu melakukan penemuan informasi karena memang sedang membutuhkan informasi tersebut (Wilson, 2006). Kegiatan penemuan informasi seseorang didorong oleh keadaan ketika seseorang memiliki pengetahuan yang kurang sehingga mempunyai keinginan untuk menambah informasi mengenai sesuatu yang dibutuhkan. Pemenuhan kebutuhan informasi dan perilaku penemuan informasi merupakan hal yang pasti dilakukan oleh seseorang. Menurut Dervin (1998) ada berbagai macam faktor yang mempengaruhi seseorang dalam memenuhi kebutuhannya, baik oleh tujuan, pengetahuan, lingkungan, situasi-kondisi maupun tugas dalam penyelesaian studi. Kebutuhan dan perilaku pencarian informasi dapat dipengaruhi oleh bermacam-macam sebab, antara lain latar belakang sosial, budaya, pendidikan, tujuan yang ada

dalam diri manusia tersebut serta lingkungan sosialnya (Okonoko et al., 2015; Schenkel et al., 2021).

15. Hasil (*Outcome*)

Hasil (*outcome*) pada penelitian ini menjelaskan hasil dari usaha yang telah dilakukan ODOJer dalam menemukan informasi keagamaan melalui jembatan kognisi yang dibuatnya. Dervin (1998) dalam teorinya menjelaskan bahwa sebelum mencapai hasil (*outcome*), ODOJer harus melalui proses terlebih dahulu (kesuksesan atau kegagalan). Dikatakan sukses apabila informasi yang dibutuhkan sudah terpenuhi sesuai yang diharapkan, dan dikatakan gagal apabila informasi yang diperoleh tidak sesuai yang diharapkan. Proses selanjutnya adalah menentukan apakah informasi tersebut dapat dimanfaatkan sesuai dengan kebutuhan atau tidak. Jika sesuai, maka akan ada kepuasan yang dirasakan. Begitu juga sebaliknya jika tidak dapat memanfaatkan informasi, maka akan ada rasa ketidakpuasan.

Gambar 31. Tindakan Responden Setelah Menemukan Informasi Keagamaan



Sumber: hasil olahan peneliti

Ada beberapa tindakan yang dilakukan oleh ODOJer setelah melakukan pemenuhan kebutuhannya akan informasi. Hal yang paling banyak dilakukan oleh ODOJer adalah membagi informasi kepada orang lain (57%) dan membuat catatan mengenai informasi tersebut (35%). Tindakan lainnya adalah mengelompokkan informasi tersebut (7%) dan menyimpannya ke dalam laptop maupun handphone (1%). Hasil (*outcome*) dari usaha yang dilakukan ODOJer sangatlah beragam. Dervin mengungkapkan bahwa suatu informasi dikatakan bermanfaat atau tidaknya diukur dari tindakan atau cara mereka dalam

mengolah informasi tersebut, puas atau ketidakpuasan seseorang diukur berdasarkan sukses tidaknya mendapatkan informasi yang tepat atau sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Menurut Dervin (1998) dalam memperoleh hasil yang dituju, seseorang tersebut harus menerima konsekuensi, dampak, maupun efek dari bantuan-bantuan tersebut, yakni berupa keberhasilan atau kegagalan.

Gambar 32. Hasil Akhir



Sumber: hasil olahan peneliti

Pada diagram diatas dapat dilihat bahwa informasi-informasi keagamaan tersebut memiliki manfaat tersendiri bagi para responden. Hal ini didukung oleh respon dari 79% ODOJer yang mengatakan bahwa informasi tersebut sangat bermanfaat dan 21% lainnya mengatakan informasi tersebut bermanfaat. Informasi keagamaan memberikan arti atau manfaat bagi orang yang menggunakannya karena mengandung pengertian, buah pikir, mempunyai nilai pengetahuan (*knowledge*), atau bahan nyata lainnya, sehingga dapat digunakan sebagai bahan diskusi ataupun digunakan dalam proses pengambilan keputusan.

Gambar 33. Hasil Pencarian Informasi Keagamaan Responden



Sumber: hasil olahan peneliti

Hasil penemuan informasi ODOJer setelah mendapatkan informasi-informasi keagamaan adalah 67% merasa sangat puas terhadap hasil penemuan informasi keagamaannya. Ini dikarenakan mereka tahu bagaimana langkah-langkah ataupun strategi yang tepat dalam memenuhi kebutuhan informasi keagamaan mereka. Sebanyak 32% merasa puas dengan hasil penemuan informasinya dan hanya 1% yang tidak puas dengan hasil pencarian informasi-informasi tersebut. Ketidakpuasan tersebut dikarenakan adanya kendala dalam penggunaan atau pengoperasian teknologi, sehingga ia kesulitan untuk mengakses informasi melalui internet. Ada beberapa faktor determinan yang mempengaruhi bagaimana orang dapat mengadopsi informasi, khususnya bagi mereka yang sudah berusia, seperti faktor fisik, fungsi, dan sikap (motivasi) untuk bisa belajar (Neves et al., 2018). Inilah yang menyebabkan beberapa orang kemudian berjarak dengan teknologi dan akhirnya tidak dapat memenuhi informasi yang dibutuhkan. Oleh karena itu, muncul ketidakpuasan.

E. PENUTUP

Ada dua kesimpulan yang dapat diambil dari hasil survei yang telah dipaparkan di atas:

1. Kondisi kognitif ODOJer terdiri dari 2 macam. Pertama kondisi sebelum adanya pemenuhan yang banyak didominasi oleh kebingungan karena banyaknya informasi yang diterima. Kondisi kedua adalah pasca adanya pemenuhan kebutuhan informasi yang dirasakan manfaatnya, termasuk kemudian bertindak menyebarkan informasi kepada pihak lain dan adanya perasaan terpuaskan akan informasi yang didapat.
2. Cara yang dilakukan ODOJer dalam komunitas One Day One Juz (ODOJ) untuk mengurangi atau menghilangkan kesenjangan kognitif (*cognitive gap*) informasi keagamaan yakni mencari informasi keagamaan ke berbagai sumber informasi (khususnya di internet dan buku keagamaan), mengikuti kajian *offline* maupun kajian *online* mengenai tema keagamaan yang

diinginkan, serta bertanya ke orang lain yang dipercaya mampu memenuhi kebutuhan informasi keagamaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, W. A. (2020). *Literasi media sosial di kalangan generasi baby boomers di Kota Padang* [Skripsi]. <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/100698>
- Akbar, R. F. (2016). *Strategi komunikasi media sosial dalam program one day one juz* [Skripsi]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/32342>
- Amaravathi. (2021). Study pattern on library use behavior of education college library: A survey. *International Journal of Research in Library Science*, 7, 26. <https://doi.org/10.26761/IJRLS.7.4.2021.1450>
- Bach, A. J., Wolfson, T., & Crowell, J. K. (2018). Poverty, literacy, and social transformation: An interdisciplinary exploration of the digital divide. *Journal of Media Literacy Education*, 10(1), 22-41. <https://doi.org/10.23860/jmle-2018-10-1-2>
- Belkin, N. J. (1978). Information concepts for information science. *Journal of Documentation*, 34(1), 55-85. <https://doi.org/10.1108/eb026653>
- Bordonaro, K. (2020). Adult learning theories and autoethnography: Informing the practice of information literacy. *IFLA Journal*, 46(2), 163-171. <https://doi.org/10.1177/0340035219874046>
- Brashier, N. M., & Schacter, D. L. (2020). Aging in an era of fake news. *Current Directions in Psychological Science*, 29(3), 316-323. <https://doi.org/10.1177/0963721420915872>
- Bugin, B. (2001). *Metodologi penelitian sosial: Format-format kuantitatif dan kualitatif*. Airlangga University Press.
- Chowdhury, G. G., & Chowdhury, S. (1999). *Information users and usability in the digital age*. Facet Publishing.
- Dervin, B. (1998). Sense-making theory and practice: An overview of user interests in knowledge seeking and use. *Journal of Knowledge Management*, 2(2), 36-46. <https://doi.org/10.1108/13673279810249369>
- Dewi, A. N., & Istiqomah, Z. (2019). Perilaku informasi remaja dalam memanfaatkan facebook. *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 3(1), 15-31. <http://dx.doi.org/10.17977/um008v3i12019p015>
- Ellis, D. (1989). A behavioural approach to information retrieval system design. *Journal of Documentation*, 45(3), 171-212. <https://doi.org/10.1108/eb026843>

- Ellis, J. R. (2023). Information warfare in technocratic times. In *Representation, Resistance and the Digi queer* (pp. 1–24). Bristol University Press.
- Fronzetti Colladon, A., Guardabascio, B., & Innarella, R. (2019). Using social network and semantic analysis to analyze online travel forums and forecast tourism demand. *Decision Support Systems*, 123, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2019.113075>
- Godbold, N. (2006). Beyond information seeking: towards a general model of information behaviour. *Information Research: An International Electronic Journal*, 11(4), n4.
- Hadjipanayis, A., Efstathiou, E., Altorjai, P., Stiris, T., Valiulis, A., Koletzko, B., & Fonseca, H. (2019). Social media and children: what is the paediatrician's role? *European Journal of Pediatrics*, 178(10), 1605–1612. <https://doi.org/10.1007/s00431-019-03458-w>
- Ingwersen, P. (1992). *Information retrieval interaction* (Vol. 246). Taylor Graha.
- Jiang, X., & Jiang, Y. (2020). Effect of dependency distance of source text on disfluencies in interpreting. *Lingua*, 243, 1–18. <https://doi.org/10.1016/j.lingua.2020.102873>
- John, N. A., & Sützl, W. (2016). The rise of 'sharing' in communication and media studies. *Information Communication and Society*, 19(4), 437–441. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1115888>
- Johnson, B. T., & Tawfik, A. A. (2022). First, second, and third-order barriers to information literacy and inquiry-based learning for teachers in poverty contexts. *Educational Technology Research and Development*, 70(4), 1221–1246.
- Kelton, C., Wei, Z., Ahn, S., Balasubramanian, A., Das, S. R., Samaras, D., & Zelinsky, G. (2019). Reading detection in real-time. *Eye Tracking Research and Applications Symposium (ETRA)*, 33(3), (687-725). <https://doi.org/10.1145/3314111.3319916>
- Khazaal, Y., Chatton, A., Rochat, L., Hede, V., Viswasam, K., Penzenstadler, L., Berle, D., & Starcevic, V. (2021). Compulsive health-related internet use and cyberchondria. *European Addiction Research*, 27(1), 58–66. <https://doi.org/10.1159/000510922>
- Kundu, D. K. (2017). Models of information seeking behaviour: A comparative study. *Methodology*, 7(4), 393–405.
- Laloo, B. T. (2002). *Information needs, information seeking behaviour and users*. Ess Publ.
- Leonardi, P. M. (2017). The social media revolution: Sharing and learning in the

- age of leaky knowledge. *Information and Organization*, 27(1), 47–59. <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2017.01.004>
- Lipkova, H., Římanová, R., Jarolimkova, A., & Zadražilová, I. (2017). *Information behavior of elderly citizens in search for information on current events*. Faculty of Arts, Charles University.
- Lupač, P. (2018). *Beyond the digital divide: Contextualizing the information society*. Emerald Group Publishing.
- Markwei, E., & Rasmussen, E. (2015). Everyday life information-seeking behavior of marginalized youth: a qualitative study of urban homeless youth in Ghana. *International Information & Library Review*, 47(1–2), 11–29. <https://doi.org/10.1080/10572317.2015.1039425>
- Monsees, L. (2023). Information disorder, fake news and the future of democracy. *Globalizations*, 20(1), 153–168. <https://doi.org/10.1080/14747731.2021.1927470>
- Neves, B. B., Waycott, J., & Malta, S. (2018). Old and afraid of new communication technologies? Reconceptualising and contesting the ‘age-based digital divide.’ *Journal of Sociology*, 54(2), 236–248. <https://doi.org/10.1177/1440783318766119>
- Nicholas, D., Williams, P., Cole, P., & Martin, H. (2000). The impact of the Internet on information seeking in the Media1. *Aslib Proceedings*, 52(3), 98–114.
- Nurfaiqah, N., Nurdin, N., & Alhabsyi, F. (2022). Management of Al-qur’an learning at one day one juz palu community. *Proceeding of International Conference on Islamic and Interdisciplinary Studies*, 1, 192–195.
- Okonoko, V., Njideka, N. O., & Mazah, D. (2015). A comparative study of information seeking behaviour of researchers in Nigeria libraries: Librarians’ perspective. *International Journal of Academic Research and Reflection*, 3(4), 76–88.
- Ozturk, G., & Hill, S. (2020). Mother-child interactions during shared reading with digital and print books. *Early Child Development and Care*, 190(9), 1425–1440. <https://doi.org/10.1080/03004430.2018.1538977>
- Pendit, P. L. (2012). *Penggunaan teori dalam penelitian ilmu perpustakaan dan Informasi= The use of theory in library and Information science research*.
- Polizzi, G. (2021). Internet users’ utopian/dystopian imaginaries of society in the digital age: Theorizing critical digital literacy and civic engagement. *New Media & Society*, 25(6), 1205–1226. <https://doi.org/10.1177/14614448211018609>

- Rajesh, R., Sivasubramaniyan, G., & Kalpana, L. (2018). information seeking behaviour among b.ed. College Students in Puducherry: A Case Study. *Reading*, 23, 26.
- Rojas, M., Méndez, A., & Watkins-Fassler, K. (2023). The hierarchy of needs empirical examination of Maslow's theory and lessons for development. *World Development*, 165. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2023.106185>
- Rowlands, I., Nicholas, D., Williams, P., Huntington, P., Fieldhouse, M., Gunter, B., Withey, R., Jamali, H. R., Dobrowolski, T., & Tenopir, C. (2008). The Google generation: The information behaviour of the researcher of the future. *Aslib Proceedings*, 60(4), 290-310. <https://doi.org/10.1108/00012530810887953>
- Rubin, R. e., & Rubin, R. G. (2020). *Foundation of Library and Information Science*. ALA Neal-Schuman.
- Schenkel, S. K., Jungmann, S. M., Gropalis, M., & Witthöft, M. (2021). Conceptualizations of cyberchondria and relations to the anxiety spectrum: Systematic review and meta-analysis. *J Med Internet Res*, 23(11), e27835. <https://doi.org/10.2196/27835>
- Skarpa, P. El, & Garoufallou, E. (2021). Information seeking behavior and COVID-19 pandemic: A snapshot of young, middle aged and senior individuals in Greece. *International Journal of Medical Informatics*, 150(April), 104465. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2021.104465>
- Soleymani, M. R., Esmaeilzadeh, M., Taghipour, F., & Ashrafi-rizi, H. (2021). COVID-19 information seeking needs and behaviour among citizens in Isfahan, Iran: A qualitative study. *Health Information & Libraries Journal*.
- Soroya, S. H., & Ameen, K. (2020). Millennials' reading behavior in the digital age: a case study of pakistani university students. *Journal of Library Administration*, 60(5), 559-577. <https://doi.org/10.1080/01930826.2020.1760563>
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian pendidikan*. Penerbit Alfabeta.
- Unaradjan, D. D., & Sihotang, K. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta.
- van Deursen, A. J. A. M., & van Dijk, J. A. G. M. (2019). The first-level digital divide shifts from inequalities in physical access to inequalities in material access. *New Media and Society*, 21(2), 354-375. <https://doi.org/10.1177/1461444818797082>
- Wardani, T. R. K., Suwignyo, H., & Ernaningsih, D. N. (2018). Kebutuhan informasi dan upaya pemenuhan kebutuhan informasi pada komunitas

akar tuli. *BIBLIOTIKA: Jurnal Kajian Perpustakaan Dan Informasi*, 2(2), 105-112.

Wilson, T. D. (1994). Information needs and uses: fifty years of progress. *Fifty Years of Information Progress: A Journal of Documentation Review*, 28(1), 15-51.

Wilson, T. D. (2006). Revisiting user studies and information needs. *Journal of Documentation*, 62(6), 680-684. <https://doi.org/10.1108/00220410610714912>

Yusup, P. M., & Subekti, P. (2010). Teori dan Praktik Penelusuran Informasi (Information Retrieval). *Kencana*.