

## PERAN MEDIA WHATSAPP GROUP PADA PERILAKU INFORMASI PADA IBU RUMAH TANGGA DALAM MENERIMA INFORMASI DAKWAH

<sup>1</sup>Siti Salwa Maulida [Institut Agama Islam Sahid, Bogor, 16810, Indonesia]  
<sup>2</sup>Febri Palupi Muslikhah [Institut Agama Islam Sahid, Bogor, 16810, Indonesia]  
<sup>3</sup>Titien Yusnita [Institut Agama Islam Sahid, Bogor, 16810, Indonesia]

*E-mail: maulidasalwa844@gmail.com*

---

### Abstract

*This research aims to discuss the effectiveness of WhatsApp Group-based da'wah information in village communities. This research departs from the phenomenon of housewives searching for information on da'wah using Whatsapp Group (WAG) which occurred in Cibening 01 Village, Pamijahan District, Bogor Regency, West Java Province. This research uses descriptive-qualitative research using a field research approach. The results and discussion of this research show that housewives' search for information on da'wah based on WhatsApp Groups (WAG) is quite effective. From this research it can be seen that the information behavior of housewives regarding da'wah information both in past and present situations chooses based on the need for knowledge obtained, the cognitive gap in housewives chooses the most easily accessible, on the bridge of cognition housewives are able to use the internet, attend the recitation of the majlis taklim, and read books to find information, and for the results of the da'wah information obtained by housewives, they can apply it in their daily lives and practice it again with other people.*

**Keywords:** *Information, information behavior, information needs, information propagation*

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk membahas efektivitas informasi dakwah berbasis Whatsapp Group pada masyarakat Desa. Penelitian ini berangkat dari fenomena Ibu rumah tangga dalam mencari informasi dakwah menggunakan Whatsapp Group (WAG) yang terjadi di Desa Cibening 01 Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan deskriptif-kualitatif melalui pendekatan studi lapangan (field research). Hasil dan pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa Ibu rumah tangga dalam mencari informasi dakwah berbasis Whatsapp Group (WAG) terbilang efektif dilakukan. Dari penelitian ini dapat diketahui bahwa perilaku informasi ibu rumah tangga tentang informasi dakwah baik di situasi masa lalu maupun sekarang memilih berdasarkan kebutuhan ilmu yang didapatkan, kesenjangan kognitif pada ibu rumah tangga memilih yang paling mudah diakses, pada jembatan kognisi ibu rumah tangga sudah dapat menggunakan internet, mengikuti pengajian majlis taklim, dan membaca buku untuk mencari informasi, dan untuk hasil informasi dakwah yang didapatkan ibu rumah tangga bisa mengaplikasikan di kehidupan sehari-hari dan mengamalkannya lagi kepada orang lain.

**Kata Kunci :** *Informasi, perilaku informasi, kebutuhan informasi, informasi dakwah*

---

### PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia adalah masyarakat multi kultural. Indonesia memiliki lebih dari 300 suku bangsa yang berbeda, dengan budaya, bahasa, dan

tradisi yang beragam. Selain itu, Indonesia juga merupakan negara dengan berbagai agama yang dianut oleh penduduknya, seperti Islam, Kristen, Hindu, Buddha, dan Konghucu. Keanekaragaman budaya dan

agama ini mencerminkan pluralitas dan toleransi yang ada di Indonesia. Meskipun terdapat perbedaan dalam budaya, bahasa, dan agama, masyarakat Indonesia secara umum hidup berdampingan dengan damai dan saling menghormati satu sama lain.

Agama sering dianggap sebagai sentral spiritual dalam kehidupan banyak individu dan masyarakat. Agama memberikan kerangka nilai, keyakinan, dan praktik spiritual yang membantu individu dalam mencari makna, tujuan hidup, dan hubungan dengan yang Maha Kuasa. Agama memberikan panduan moral dan etika yang mempengaruhi perilaku dan tindakan individu. Nilai-nilai agama seperti kasih sayang, keadilan, kesetiaan, dan belas kasihan dapat membentuk karakter dan menginspirasi individu untuk berbuat baik dalam kehidupan sehari-hari.

Agama, sebagai pusat spiritual, pada hakikatnya merupakan pemersatu yang mendamaikan umat manusia, bukan memicu perpecahan. Berkali-kali agama dipolitisasi dengan tujuan untuk memaksakan konsensus terhadap ajaran agama, sehingga berujung pada berkembangnya sikap eksklusif, yang pada akhirnya berujung pada konflik dan perpecahan antar umat beragama (Wibowo, 2019).

Pluralitas di negeri ini dipastikan dapat berkembang dengan terciptanya moderasi beragama. Hal tersebut disebabkan faktor kultur masyarakat yang beragam sehingga cocok untuk diterapkan di Indonesia. Seperti pada ajaran agama Islam, terdapat penjelasan konsep mengenai washatiyah yang bermakna sepadan atau sama dengan tawasuth yang memiliki arti tengah-tengah, i'tidal yang memiliki arti adil, dan tawazun yang memiliki arti berimbang (Pratiwi et al., 2021). Mas'ud Halimil (Wibowo, 2019) dalam rapat koordinasi penanggulangan radikalisme yang dilaksanakan oleh Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) menyebutkan bahwa, pemahaman keagamaan masyarakat ada pada level "waspada" (66,3%). Sedangkan, pada kalangan mahasiswa berada pada level "hati-hati" (20,3%). Menurut Masykuri

Abdillah (Hamdi et al., 2021), moderasi beragama menjadi siasat terwujudnya kerukunan dan toleransi antar umat beragama. Oleh karena itu, dengan adanya moderasi beragama umat beragama dapat menerima perbedaan dan saling menghormati sehingga dapat hidup dengan rukun dan harmonis.

Munculnya kebutuhan informasi akan menyebabkan adanya tuntutan untuk memenuhinya, sehingga hal tersebut akan menyebabkan adanya perilaku pencarian informasi. Perilaku pencarian informasi yakni perbuatan individu dengan melibatkan informasi. Mulai dari individu tersebut membutuhkan informasi hingga menggunakannya dengan memanfaatkan berbagai macam sumber, saluran dan media informasi lainnya. (Thomas, Tewell, and Willson : 2017). Media informasi merupakan hal yang penting dan dibutuhkan oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi. Media informasi selain dapat menghantarkan informasi kepada masyarakat, juga dinilai dapat menjadi salah satu sarana untuk pengambilan keputusan. Pencarian informasi yang dilakukan tiap individu berbeda-beda, sesuai dengan kebutuhan informasi serta pengetahuannya akan suatu hal, begitu juga dengan penggunaan media informasi, ada yang memanfaatkan media elektronik seperti yang sedang berkembang pesat saat ini maupun media cetak yang merupakan media konvensional.

Tindakan setiap orang pasti berbeda-beda, beberapa faktor akan mempengaruhi cara pengguna mencari informasi, baik dari segi tingkat kebutuhan yang berbeda maupun dari kemampuan pengguna. Perilaku pencarian informasi berhubungan erat dengan kebutuhan informasi. Ada informasi yang ditemukan tanpa melakukan pencarian, tetapi ketika seseorang membutuhkan informasi dengan sendirinya akan tercipta sebuah perilaku untuk mencari informasi yang dibutuhkan. (Rozinah, 2012). Menurut Kuhlthau (2004) dalam (Ready, 2013) Prilaku pencarian informasi sangat dipengaruhi oleh beragam faktor baik dalam diri si pencari informasi tersebut (faktor intern)



gerakan moderasi beragama. Pada saat ini, Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sudah banyak digunakan oleh masyarakat pedesaan. Hal ini disebabkan akses internet yang saat ini sudah dapat diakses di berbagai daerah (Madonna, 2021). Kampanye tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial. Karena saat ini, media sosial menjadi tempat yang sering dikunjungi masyarakat Indonesia untuk belajar lebih banyak tentang agama. Media sosial sendiri merupakan inovasi teknologi informasi yang populer digunakan saat ini. Dengan pemakaian media sosial, seseorang dapat dimudahkan untuk mencari informasi dengan sangat luwes dan fleksibel (Pratiwi et al., 2021).

Berkaitan dengan hal di atas, terdapat sebuah fenomena yang cukup unik yang terjadi di tengah masyarakat Desa Cibening 01 Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor. Fenomena tersebut adalah sebuah gerakan kampanye ajaran agama moderat yang digagas oleh tokoh agama setempat dengan memanfaatkan popularitas media sosial WhatsApp. Berlatar pada zaman modern ini semua orang memiliki smartphone, maka tokoh agama Desa Cibening 01 membuat inisiatif untuk melakukan kampanye moderasi beragama melalui WhatsApp Group. (obeservasi pada bulan Mei 2022)

Penelitian mengenai kampanye moderasi beragama sudah dilakukan oleh beberapa ahli. Utomo (2019), "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Bentuk Inovasi, Strategi Komunikasi dan Kreativitas Layanan di Perpustakaan Perguruan Tinggi," *Jurnal Tik Ilmeu*. Penelitian ini membahas adanya kelebihan penggunaan media sosial dibandingkan media lainnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dengan metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki kemampuan lebih dibandingkan media lain dalam membantu perpustakaan dalam meningkatkan kualitas layanan kepada pengguna. Dengan adanya media sosial juga dapat mendorong pustakawan untuk berinovasi dan

meningkatkan kreativitas membuat layanan baru yang sebelumnya belum terdapat di perpustakaan (Utomo, 2019)....

. Sikap bijak meliputi sikap tidak ekstrim, toleran, dan moderat. Maraknya penggunaan media sosial oleh masyarakat membuat pihak seperti pemuka agama, tenaga pendidik, publik figur, bahkan masyarakat diharapkan mampu menyebarkan dan mengedukasi paham moderasi beragama kepada masyarakat seperti kajian dan ceramah, konten edukasi milenial, dan komik edukasi melalui media sosial (Novia dan Wasehudin, 2020). Pratiwi et al. (2021), "Moderasi Beragama dan Media Sosial (Studi Analisis Konten Instagram dan Tik-Tok)," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. Metode yang digunakan dalam penyusunan artikel ini adalah deskriptif kualitatif dikombinasikan dengan penelitian kajian literatur terhadap sumber dan artikel terkait, pendekatan penelitian yang digunakan adalah studi lapangan, dengan fokus kajian pada konten instagram dan tik-tok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk menguatkan moderasi beragama dapat dilakukan dengan berbagai strategi, salah satu strateginya adalah sosialisasi terhadap gagasan, pemahaman, dan pendidikan mengenai moderasi beragama kepada seluruh masyarakat dengan memanfaatkan kepopuleran layanan jejaring media sosial Instagram dan Tik-tok diharapkan kampanye terhadap gerakan moderasi beragama dapat diterima secara baik oleh Masyarakat (Pratiwi et al., 2021). Sebagai landasan teoritis penelitian ini, maka dibutuhkan suatu tinjauan pustaka. Moderasi beragama merupakan sebuah jalan tengah di tengah heterogenitas agama di Indonesia (Akhmadi, 2019). Moderasi adalah budaya Nusantara yang berjalan seiring, dan tidak saling menyangkal antara agama dan kearifan lokal (local wisdom), tidak saling mempertentangkan namun mencari solusi dengan penuh toleran (Akhmadi, 2019). Agama menjadi landasan hidup dan penyelesaian jalan tengah (the middle path) yang adil dalam menghadapi

problematika hidup dan kemasyarakatan, agama menjadi kacamata dan pedoman yang sepadan antara urusan dunia dan akhirat, akal dan hati, pikiran dan norma, idealisme dan fakta, individu dan masyarakat (Akhmadi, 2019). Menurut Naimah (Hamdi et al., 2021), strategi gerakan moderasi beragama dengan sosialisasi terhadap ide, pengertian, dan pendidikan mengenai moderasi beragama kepada seluruh masyarakat dapat diaktualisasi dengan melaksanakan kampanye-kampanye gerakan moderasi beragama. Kampanye sendiri merupakan bentuk dari komunikasi yang menyanggah sifat verbal dan nonverbal yang berbentuk pesan yang disampaikan dalam rupa gambar dan video yang dapat tersampaikan dengan baik kepada pemakai lainnya (Pratiwi et al., 2021). Charles U. Larson membagi kampanye menjadi beberapa jenis sesuai dengan fungsinya, yaitu; 1) candidate-oriented; 2) productoriented; dan 3) ideologically-oriented (Pratiwi et al., 2021). Dalam kampanye moderasi beragama memanfaatkan media sosial mempunyai pengaruh yang sangat efisien. Natalie Stroud (Hamdi et al., 2021) mengungkapkan bahwa peran media adalah untuk mencuri perhatian dari pengguna yang menggunakan media sosial lewat konten-konten yang telah dialokasikan dalam media sosial.

#### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif melalui pendekatan studi lapangan (field research). Penelitian metode kualitatif dan pendekatan studi lapangan digunakan untuk mempertimbangkan tujuan penelitian (Pratiwi et al., 2021), yaitu mengetahui efektivitas kampanye moderasi berbasis WhatsApp Group. Jenis data pada penelitian ini merupakan data kualitatif dan sumber data meliputi primer dan sekunder. Sumber data primer diambil dari lapangan, sedangkan sumber data sekunder dikutip dari sumber kepustakaan meliputi artikel jurnal, buku, dokumen hasil penelitian, dan lain-lain terkait kampanye moderasi beragama melalui media (Hamdi

et al., 2021). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara. Teknik analisis data dilakukan melalui inventarisasi, klasifikasi, dan interpretasi.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Data yang disajikan diperoleh dengan perilaku informasi ibu rumah tangga pada media whatsapp grup dalam menerima informasi dakwah. Setelah data diperoleh melalui sesi wawancara, selanjutnya hasil wawancara dianalisa. Jawaban-jawaban informan atas pertanyaan yang diajukan dibandingkan dengan informan yang lain mendapatkan gambaran atas permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini.

##### **1. Deskripsi Informan**

Dalam penelitian ini diambil 10 informan yang terdiri dari 3 orang Guru dan 7 orang ibu rumah tangga. Dalam penelitian ini penulis mengkaji beberapa informan untuk dapat menelaah lebih dalam mengenai perilaku informasi ibu rumah tangga dalam menerima informasi dakwah di Desa Cibening. Penulis menentukan informan dalam beberapa kriteria yakni guru, ibu rumah tangga, dan umur informan. Penulis ingin mengetahui tentang perilaku informasi ibu rumah tangga pada media whatsapp grup dalam menerima informasi dakwah di Desa Cibening. Menurut data wawancara usia para informan yaitu umur 24-50 tahun.

##### **2. Hasil Wawancara**

Kebutuhan informasi pada umumnya dipengaruhi oleh atribut-atribut sosial yang dimiliki seseorang seperti usia, jenis kelamin dimana Tannen dalam Nicholas (2000) menjelaskan bahwa perempuan akan lebih aktif dalam melakukan pencarian informasi, lalu disusul dengan jenis pekerjaan, dan tingkat pendidikan mereka. Pendapat lainnya melalui sebuah penelitian oleh Katz,

Gurevitch, dan Haas (1973) menyatakan bahwa orang dengan tingkat pendidikan tinggi memiliki kebutuhan informasi lebih tinggi daripada dengan orang yang berpendidikan rendah.

Berdasarkan hasil wawancara yang dikumpulkan oleh peneliti perempuan usia didominasi oleh perempuan berusia 25 hingga 55 tahun. Untuk jenis pekerjaan didominasi oleh ibu rumah tangga dengan ... orang. Serta tingkat pendidikan Ibu Rumah Tangga didominasi oleh lulusan perguruan tinggi dengan jumlah 10 responden. Hal tersebut mempengaruhi kebutuhan informasi mereka dalam memilih informasi dakwah.

Selain itu terdapat beberapa detail informasi yang tidak mereka ketahui membuat individu mengalami ketidakpastian. Senada dengan teori yang dikemukakan oleh Kuhlthau (1991) dimana setiap orang memiliki permasalahan yang mendorongnya membutuhkan informasi dan membuatnya dalam posisi ketidakpastian.

Perilaku penemuan informasi adalah istilah yang dipilih untuk menggambarkan banyak cara yang digunakan manusia untuk berinteraksi dengan informasi, khususnya cara-cara orang mencari dan memanfaatkan informasi. (Dervin, 1992) penemuan informasi yang mana orang tersebut melalui empat elemen dasar yaitu :

#### **Situasi dalam Rentang dan Waktu**

Situasi atau *situation* yakni keadaan dimana individu membutuhkan informasi, pada tahap ini Ibu Rumah Tangga sebagai individu yang melakukan penemuan informasi berhadapan dengan pengalaman dari keadaan atau situasi pada masa lalu serta masa kini. Dervin (1992) menjelaskan bahwa

individu yang mencari informasi sebagai seseorang yang bergerak melewati keadaan yang telah membuat dirinya merasakan adanya kesenjangan maupun kekurangan dalam struktur kognisinya.

Menurut Dervin (1983) *sense-making* digunakan untuk mengkaji proses penciptaan *sense* oleh individu-individu dalam perjalanan melintasi ruang dan waktu. Perilaku penciptaan *sense* adalah perilaku komunikasi yang dapat berlangsung pada semua tataran komunikasi.

Situasi dalam rentang ruang dan waktu dimana seseorang berada. Pada situasi ini seseorang akan dihadapkan pada pengalaman dan situasi masa lalu dan masa sekarang. Dervin (1992) menggambarkan seorang pencari informasi sebagai orang yang bergerak melalui situasi yang telah membuatnya merasakan ada kekurangan atau kesenjangan dalam struktur kognisinya. Untuk memperjelas, penulis melakukan wawancara mengenai perilaku informasi pada media whatsapp grup dalam menerima informasi dakwah.

Kebutuhan informasi pada umumnya dipengaruhi oleh atribut-atribut sosial yang dimiliki seseorang seperti usia, jenis kelamin dimana Tannen dalam Nicholas (2000) menjelaskan bahwa perempuan akan lebih aktif dalam melakukan pencarian informasi, lalu disusul dengan jenis pekerjaan, dan tingkat pendidikan mereka. Pendapat lainnya melalui sebuah penelitian oleh Katz, Gurivitch, dan Haas (1973) menyatakan bahwa orang dengan tingkat pendidikannya tinggi memiliki kebutuhan informasi lebih tinggi daripada dengan orang yang berpendidikan rendah.

Dalam penelitian ini, ibu rumah tangga merasa adanya ketidaktahuan atau kekurangan informasi dakwah dari masa lalu, sehingga pada waktu sekarang informan berusaha mencari informasi dakwah. Informasi dakwah sangat penting bagi kehidupan manusia, baik itu dalam sehari-hari maupun untuk masa yang akan datang.

Dalam pentingnya pencarian informasi dakwah, ibu rumah tangga membutuhkan banyak informasi yang belum mereka ketahui secara mendetail pada saat membaca broadcast pada whatsapp grup maupun menyimak video yang dibagikan dalam whatsapp grup tersebut, sehingga mereka membutuhkan informasi-informasi tambahan untuk memperjelas pengetahuan yang mereka dapatkan.

Selain itu, terdapat beberapa detil informasi yang tidak mereka ketahui membuat individu mengalami ketidakpastian. Senada dengan teori Kuhthau (1991) dimana setiap orang memiliki permasalahan yang 54 mendorongnya membutuhkan informasi dan membuatnya dalam posisi ketidak pastian. Atkin dalam Case (2007) mendefinisikan kebutuhan informasi sebagai fungsi dari ketidaktentuan ekstrinsik yang dihasilkan oleh perbedaan persepsi antara tingkat kepastian individual tentang 'objek lingkungan' yang penting dan sebuah kriteria yang dia cari untuk dia capai. Lebih lanjut 'objek lingkungan' beliau mendefinisikan merujuk pada orang, benda-benda, perihal- perihal, atau ide-ide yang mengandung kepentingan secara psikologis terhadap individu. Dalam penelitian ini kepentingan secara psikologis yang dimaksud adalah kepentingan Ibu Rumah Tangga dalam mencari informasi dakwah untuk mereka.

Kesenjangan Kognitif Kesenjangan kognitif yaitu keadaan yang memperlihatkan adanya perbedaan pengetahuan yang dimiliki individu dengan pengetahuan yang ada diluar individu tersebut. Keadaan tersebut menyebabkan individu banyak pertanyaan dalam dirinya mendorong dirinya dalam keadaan yang tidak stabil. Dervin (1992) menjelaskan bahwa kesenjangan (gap) merupakan kebutuhan informasi atau jurang antara situasi awal dengan tujuan yang akan dicapai oleh seseorang. Selain pentingnya mencari informasi dakwah, informasi juga digunakan untuk menunjukkan suatu adanya perbedaan antara pengetahuan yang dimiliki seseorang dengan pengetahuan yang ada di luar. Kondisi ini akan menyebabkan seseorang mengalami kebingungan, penuh pertanyaan dan kondisi yang tidak stabil. Kesenjangan kognitif berarti informan merasa pengetahuan tentang agama yang dimiliki kurang dari orang lain baik dalam WhatsApp grup maupun dari orang lain, sehingga informan mencari informasi dakwah yang lebih. Seperti kasus diatas melalui media sosial seseorang dapat mencari informasi dakwah, yang tadinya belum tahu menjadi tahu. Perilaku penemuan informasi adalah segala perilaku, kegiatan, aktivitas, tindakan yang dilakukan oleh orang tua dalam proses penemuan informasi.

#### **Jembatan Kognisi**

Dervin (1992) menjelaskan bahwa untuk mengatasi kesenjangan kognisi diperlukan jembatan jembatan kognisi dengan membangun pengertian (sense making) berupa pikiran serta gagasan dengan menggunakan berbagai macam informasi yang diperoleh dari berbagai sumber informasi. Allah SWT mengangkat derajat

orang-orang yang berilmu, baik di dunia maupun di akhirat, Allah SWT berfirman: “Allah akan mengangkat kedudukan orang-orang yang beriman dan diberi ilmu di antara kalian beberapa derajat.” (QS Al Mujadalah ayat 11) Al-Qur’an Surat Al-Mujadalah ayat 11 menjelaskan bahwa betapa tinggi derajat dan kedudukan orang-orang yang memiliki ilmu pengetahuan sebab orang-orang yang diangkat derajat-Nya disisi Allah SWT adalah orang yang beriman, bertaqwa dan beramal shaleh serta berilmu pengetahuan. Selain itu Ilmu pengetahuan akan mudah diraih apabila memiliki kelapangan hati karna orang yang berlapang dada itulah kelak yang akan diangkat Allah SWT Iman-Nya dan Ilmu-Nya sehingga derajatnya bertambah naik. Dan ilmu pengetahuan itu dapat diperoleh melalui belajar. Maka dari itu belajar menjadi sangat penting bagi kehidupan manusia agar bisa selamat baik di dunia maupun akhirat.

Hasil

Dervin (1992) menjelaskan bahwa hasil merupakan hasil usaha oleh seseorang dalam menemukan informasi melalui jembatan kognisi.

Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan kognitif (cognitive needs), adalah kebutuhan yang berkaitan erat dengan kebutuhan untuk memperkuat atau menambah informasi, pengetahuan, dan pemahaman seseorang akan lingkungannya. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat seseorang untuk memahami dan menguasai lingkungannya.

## SIMPULAN

Kebutuhan informasi dakwah pada Ibu Rumah Tangga adalah informasi tentang kurang informasi Ilmu Agama. Berdasarkan hasil penelitian

dan pembahasan yang penulis uraikan dalam bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa : Pertama, secara umum, ibu rumah tangga membutuhkan informasi untuk mendukung kegiatan pencarian informasi dakwah, dan menambah pengetahuan. Kedua, perilaku informasi yang digunakan ibu rumah tangga di desa Cibening adalah model perilaku informasi Dervin. Hal ini disebabkan ibu rumah tangga guna memenuhi kebutuhan informasi. Ketiga, ibu rumah tangga di desa Cibening mengguna sumber-sumber informasi yang di sediakan WhatsApp grup. Ada juga yang mencari informasi dakwah melalui media yang lain, seperti google, Instagram, facebook, dan media lainnya salah satunya adalah buku. Terdapat perbedaan antara Ibu Rumah Tangga yang berpendidikan rendah dan tinggi dalam pencarian informasinya.

## DAFTAR PUSTAKA

Abuddin Nata. *Ilmu Pendidikan Islam*, Jakarta: Kencana

Case, Donald O. 20007. *Looking for Information*.

Secon Edition. United Kingdom

Dervin Brenda. 1983. “*An onview of sense-makinh research : conceptst, methods and results to date*”. Paper disajikan pada *Annual meeting of the International Communication Association, Dallas*

Dervin Brenda. 1992. *Beyond Information Seeking : Toward a General Made of Information Behavior*. Information Resesearch II (4)

Dervin Brenda. 1999. *On studying Informaation Seeking Methodologically: The Implications Of Conecting Methatheory To Method*. Information Processing & Management, vol 35 (6), pp: 727-750.

Nataliya, Godbold 2006. *Beyond Information Seeking : Toward A General Model Of Information Behavior*. *Information Research* vol.11 (4) pp : 269.

Yusup, Pawit M. 1998. *Pedoman Mencari Sumber Informasi*. Bandung : Remadja Karya CV

Abuddin Nata, 2001, *Pemikiran Para Tokoh Pendidikan Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Ahmad Musthafa Al-Maraghi, 1987, *Tafsir Al-Maraghi*, Bandung, CV Rosda.



Abuddin Nata, 2012, *Tafsir Ayat-Ayat Pendidikan*, Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.

A. Susanto, 2015, *Pemikiran Pendidikan Islam*, Jakarta: Amzah

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung.