

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ruang digital telah mengubah cara masyarakat muslim berinteraksi dalam membahas persoalan keagamaan. Aktivitas dakwah yang sebelumnya banyak berlangsung secara tatap muka kini telah bergeser ke media sosial yang bersifat lebih interaktif, di mana dai dan jamaah dapat memanfaatkan *platform* digital untuk membangun interaksi dua arah yang lebih personal dan responsif, bahkan hingga membentuk komunitas-komunitas dakwah lintas batas geografis dan kultural (Ridwan & Rustandi, 2025). Dalam konteks ini, komunikasi keagamaan tidak lagi hanya berorientasi pada penyampaian pesan satu arah, tetapi mulai bergerak ke arah ruang yang memungkinkan dialog dan keterlibatan audiens secara lebih aktif, sejalan dengan prinsip mujadalah (dialog konstruktif) yang menjadi salah satu ciri komunikasi profetik (Ridwan & Rustandi, 2025). Media sosial dalam hal ini dipahami sebagai ruang sosial yang mendorong partisipasi aktif penggunanya (Nasrullah, 2017), sehingga kualitas komunikasi keagamaan pun tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, melainkan juga oleh kemampuan interaksi antarpengguna dalam membangun pemahaman, kedekatan, dan keterlibatan di ruang digital. Meski demikian, pergeseran ini juga menimbulkan resiko perluasan interaksi dan personalisasi pesan melalui media sosial dan kecerdasan buatan yang kemudian berpotensi mereduksi kedalaman dan keutuhan ajaran Islam apabila tidak diimbangi dengan edukasi dan pengawasan yang memadai terhadap konten dakwah digital (Ridwan, 2023).

Transformasi ini menunjukkan bahwa media sosial telah menggeser posisi masyarakat dari penerima pesan pasif menjadi pihak yang turut terlibat dalam proses komunikasi keagamaan, sekalipun keterlibatan tersebut tetap perlu diiringi upaya menjaga substansi dan integritas pesan dakwah agar tidak tereduksi menjadi konten yang dangkal (Ulfa, 2024; Ridwan, 2023).

Fenomena tersebut berkembang seiring dengan meningkatnya penggunaan internet di Indonesia yang turut memperkuat intensitas aktivitas masyarakat di ruang digital. Berdasarkan Survei Penetrasi Internet Indonesia yang diterbitkan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2026, tingkat penetrasi internet nasional telah mencapai 235.261.078 jiwa atau sekitar 81,72% dari total populasi Indonesia (APJII, 2026). Generasi Z dan Milenial tercatat sebagai kelompok dengan tingkat penggunaan tertinggi, khususnya dalam mengakses media sosial (APJII, 2026). Tingginya angka ini memperkuat gambaran bahwa media sosial bukan lagi sekadar sarana bertukar informasi, melainkan juga ruang tempat berbagai diskursus keagamaan tumbuh dan berkembang, termasuk yang melibatkan partisipasi aktif penggunanya dalam aktivitas komunikasi keagamaan (Nasrullah, 2017).

Perubahan pola komunikasi tersebut kemudian turut mempengaruhi praktik dakwah digital di media sosial. Dakwah kini berkembang menjadi proses komunikasi yang terbuka, di mana setiap pengguna memiliki kesempatan yang sama untuk berdialog, memberikan tanggapan, dan membangun percakapan. Dalam kondisi tersebut, dinamika interaksi menjadi elemen penting dalam keberlangsungan dakwah digital karena menentukan tingkat keterlibatan pengguna. Hidayat dan Nuri (2024) menegaskan bahwa efektivitas dakwah tidak

hanya bergantung pada kualitas konten, tetapi juga pada kualitas interaksi yang berlangsung antar pengguna.

Salah satu *platform* yang relevan untuk mengamati dinamika interaksi tersebut adalah *platform X* yang menitikberatkan komunikasi berbasis teks dan percakapan antarpengguna. Berbeda dengan *platform* yang lebih berorientasi pada penyajian konten visual, *platform X* memungkinkan percakapan terbuka melalui fitur *reply*, *repost*, *quote post*, dan *thread* yang mendorong diskusi berkelanjutan. Sejalan dengan itu, Daulay dan Aulia (2024) menegaskan bahwa karakter komunikasi di *platform X* dibangun melalui penggunaan bahasa, *hashtag*, dan percakapan yang membentuk berbagai diskursus di ruang digital.

Karakteristik tersebut semakin diperkuat oleh tingginya jumlah pengguna *platform X* di Indonesia. Berdasarkan World Population Review (2025), Indonesia termasuk salah satu negara dengan jumlah pengguna *platform X* terbesar di dunia dengan jumlah sekitar 24 juta pengguna. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa *platform X* masih menjadi salah satu ruang digital yang aktif digunakan masyarakat untuk mengikuti berbagai isu publik, termasuk isu sosial, budaya, politik, maupun keagamaan. Tingginya aktivitas percakapan yang berlangsung di *platform* ini menjadikan *platform X* sebagai ruang terbentuknya berbagai komunitas virtual yang dibangun atas dasar kesamaan minat, identitas, maupun nilai tertentu. Dalam konteks komunikasi dakwah, kondisi tersebut membuka peluang bagi masyarakat untuk tidak hanya mengakses informasi keislaman, tetapi juga membangun interaksi, bertukar pengalaman, dan menjalin hubungan sosial melalui komunitas-komunitas virtual yang berkembang di dalamnya (Nasrullah, 2017).

Salah satu komunitas virtual yang aktif memanfaatkan *platform X* sebagai ruang komunikasi adalah komunitas MuslimSupportMuslim. Komunitas ini hadir sebagai ruang yang mempertemukan sesama muslim untuk saling mengingatkan dalam kebaikan, berbagi pengalaman, memberikan dukungan moral, serta mendiskusikan berbagai persoalan kehidupan berdasarkan nilai-nilai Islam. Hingga saat ini, komunitas tersebut telah diikuti oleh lebih dari 180 ribu anggota, sehingga menjadi salah satu komunitas muslim yang memiliki jumlah anggota cukup besar di *platform X*. Berbeda dengan sebagian akun dakwah yang komunikasi utamanya masih berpusat pada unggahan pengelola akun, komunikasi dalam komunitas MuslimSupportMuslim berkembang melalui keterlibatan antaranggota. Berbagai percakapan muncul dari pengalaman pribadi, pertanyaan keagamaan, persoalan kehidupan sehari-hari, hingga respons terhadap isu-isu yang sedang berkembang. Pola tersebut menunjukkan bahwa komunitas ini menjadi contoh nyata bagaimana ruang digital memungkinkan terbentuknya komunikasi keagamaan yang interaktif.

Namun demikian, dinamika komunitas ini juga memunculkan beragam pandangan di sebagian kalangan pengguna *platform X*. Dalam beberapa percakapan publik, muncul beragam pandangan mengenai pola interaksi yang berkembang di dalam komunitas tersebut, khususnya berkaitan dengan mekanisme moderasi, penggunaan fitur blocking, maupun ruang partisipasi anggota dalam menyampaikan pendapat. Sebagian pengguna memandang mekanisme tersebut sebagai bagian dari upaya menjaga kualitas diskusi agar tetap selaras dengan tujuan komunitas. Di sisi lain, terdapat pula pengguna yang menilai bahwa mekanisme tersebut berpotensi memengaruhi pengalaman

sebagian anggota dalam berinteraksi, sebagaimana tercermin dalam unggahan akun @mhuseinali dan @YOHOYOLOYOLO di *platform* X. Perbedaan pandangan tersebut tidak dimaksudkan untuk menilai benar atau salahnya praktik komunikasi yang berlangsung dalam komunitas, melainkan menunjukkan bahwa interaksi virtual dalam komunitas keagamaan merupakan proses komunikasi yang dinamis dan dapat dipersepsikan secara beragam oleh para penggunanya. Dengan kata lain, komunitas MuslimSupportMuslim tidak hanya menarik karena jumlah anggotanya yang besar, tetapi juga karena memperlihatkan dinamika komunikasi yang memungkinkan setiap anggota menunjukkan tingkat partisipasi, keterbukaan, dan keterlibatan yang berbeda-beda dalam proses interaksi.

Dinamika tersebut kemudian menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perbedaan tingkat interaksi antaranggota. Meskipun berada dalam *platform* dan komunitas yang sama, kenyataannya tidak semua anggota menunjukkan tingkat partisipasi dan keterlibatan yang serupa. Perbedaan tersebut mengindikasikan bahwa interaksi virtual tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik *platform* yang digunakan, tetapi juga dimungkinkan berkaitan dengan faktor-faktor internal yang dimiliki oleh setiap individu. Salah satu faktor yang diduga memiliki keterkaitan dengan kondisi tersebut adalah religiusitas, yang berkaitan dengan cara individu memahami dan mengamalkan ajaran agama dalam kehidupan, termasuk dalam berinteraksi di ruang digital (Jablonska, 2022).

Konsep religiusitas dalam penelitian ini mengacu pada konsep Glock dan Stark (1965) yang menjelaskan bahwa religiusitas merupakan konstruk

multidimensional yang menggambarkan tingkat penghayatan individu terhadap ajaran agama. Namun, penelitian ini tidak menggunakan seluruh dimensi religiusitas yang dikemukakan Glock dan Stark. Penelitian difokuskan pada tiga dimensi yang dinilai memiliki keterkaitan lebih erat dengan perilaku komunikasi dalam komunitas virtual, yaitu *religious knowledge*, *religious experience*, dan *religious consequence*. *religious knowledge* berkaitan dengan pemahaman individu terhadap ajaran Islam yang dapat memengaruhi cara menyampaikan maupun menanggapi informasi keagamaan. *religious experience* berkaitan dengan pengalaman dan penghayatan spiritual yang dapat membentuk cara individu menjalin hubungan dengan anggota komunitas lainnya. Sementara itu, *religious consequence* berkaitan dengan implementasi nilai-nilai agama dalam perilaku sehari-hari yang tercermin dalam cara berkomunikasi dan membangun interaksi dengan sesama pengguna di ruang digital (Glock & Stark, 1965; Ancok & Suroso, 2018).

Kajian mengenai hubungan antara religiusitas dan perilaku komunikasi di ruang digital telah banyak berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Penelitian berjudul "Online Social Behaviors in the Context of Religiosity: A Neural-Networks-Supported Approach to Theists and Atheists" oleh Jablonska (2022) menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk melihat hubungan antara religiusitas dan perilaku sosial di media digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat religiusitas memiliki keterkaitan dengan perilaku sosial pengguna di media online, termasuk dalam aspek interaksi, dukungan sosial, dan cara individu merespons lingkungan digital. Meskipun penelitian tersebut telah menunjukkan adanya hubungan antara religiusitas dan perilaku

sosial di media sosial, fokus kajiannya masih bersifat umum dan tidak secara khusus menyoroti konteks komunitas virtual berbasis keislaman maupun bentuk interaksi yang terjadi dalam komunitas tersebut. Dengan demikian, penelitian tersebut belum membahas secara spesifik bagaimana religiusitas memengaruhi interaksi virtual dalam komunitas muslim di *platform* media sosial tertentu.

Penelitian kedua dilakukan oleh Chaerani, Utami, Aly, Alwi, dan Y (2024) dengan judul "Religious Participation of Millennial Muslim Women: The Influence of Interaction and Motivation to Use Social Media". Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menguji pengaruh interaksi dan motivasi penggunaan media sosial terhadap partisipasi keagamaan perempuan muslim milenial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi di media sosial memiliki pengaruh terhadap tingkat partisipasi keagamaan, di mana media sosial menjadi ruang yang memfasilitasi keterlibatan pengguna dalam aktivitas berbasis nilai agama. Namun, penelitian tersebut menempatkan interaksi sebagai variabel independen yang memengaruhi partisipasi keagamaan, bukan menempatkan religiusitas sebagai faktor yang memengaruhi interaksi virtual. Selain itu, objek penelitian masih terbatas pada kelompok tertentu dan belum mengkaji dinamika komunitas virtual berbasis *platform* X secara spesifik.

Berdasarkan kedua kajian tersebut, dapat dipahami bahwa kajian yang ada masih menunjukkan adanya pemisahan fokus antara religiusitas dan interaksi virtual dalam komunitas digital. Penelitian yang secara langsung menguji pengaruh religiusitas terhadap interaksi virtual anggota komunitas muslim dalam ruang media sosial, khususnya di *platform* X, masih sangat terbatas. Selain itu,

belum banyak penelitian yang menjadikan komunitas virtual muslim sebagai unit analisis utama dengan melihat bagaimana dimensi religiusitas seperti *religious knowledge*, *religious experience*, dan *religious consequence* dapat memengaruhi pola interaksi antaranggota komunitas secara empiris. Kesenjangan tersebut menunjukkan bahwa terdapat ruang penelitian yang masih terbuka untuk mengkaji hubungan antara religiusitas dan interaksi virtual dalam konteks komunitas keagamaan di media sosial.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan karena dapat membantu memahami faktor internal yang memengaruhi keterlibatan anggota komunitas Muslim dalam aktivitas komunikasi virtual. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi dakwah digital, memperkaya kajian religiusitas dalam konteks komunikasi virtual, serta memberikan gambaran empiris mengenai hubungan antara religiusitas dan interaksi virtual anggota komunitas Muslim di media sosial. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh religiusitas terhadap interaksi virtual anggota komunitas MuslimSupportMuslim diplatform X menjadi relevan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *religious knowledge* anggota komunitas MuslimSupportMuslim di platform X?
2. Bagaimana pengaruh *religious experience* anggota komunitas MuslimSupportMuslim di platform X?

3. Bagaimana pengaruh *religious consequence* anggota komunitas MuslimSupportMuslim di *platform X*?

C. Tujuan Penelitian

Berlandas pada beberapa poin perumusan masalah yang sudah dipaparkan diatas, adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mencari tahu beberapa hal dibawah ini.

1. Untuk menganalisis pengaruh *religious knowledge* terhadap interaksi virtual anggota komunitas MuslimSupportMuslim di *platform X*.
2. Untuk menganalisis pengaruh *religious experience* terhadap interaksi virtual anggota komunitas MuslimSupportMuslim di *platform X*.
3. Untuk menganalisis pengaruh *religious consequence* terhadap interaksi virtual anggota komunitas MuslimSupportMuslim di *platform X*.

D. Kegunaan Hasil Penelitian

1. Kegunaan Akademis

Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya pada bidang komunikasi dakwah digital yang mengkaji pengaruh religiusitas terhadap interaksi virtual di media sosial. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas religiusitas, interaksi virtual, dan komunikasi dakwah di ruang digital.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh religiusitas terhadap interaksi virtual anggota komunitas

MuslimSupportMuslim di *platform* X. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan bagi praktisi dakwah, pengelola komunitas digital, dan peneliti dalam mengembangkan komunikasi yang lebih partisipatif, terbuka, dan sesuai dengan nilai-nilai keislaman.

E. Kerangka Pemikiran

1. Landasan Teoritis

Penelitian ini menggunakan teori religiusitas yang dikembangkan oleh Charles Y. Glock dan Rodney Stark sebagai landasan teoritis utama. Glock dan Stark (1965) memandang religiusitas sebagai konstruk multidimensional yang tidak hanya mencerminkan hubungan individu dengan Tuhan, tetapi juga memengaruhi sikap dan perilaku individu dalam kehidupan sosial. Religiusitas tidak cukup dipahami melalui keyakinan atau praktik ibadah semata, melainkan juga melalui pengetahuan keagamaan, pengalaman religius, serta penerapan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari.

Asumsi dasar teori Glock dan Stark menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin besar kecenderungannya menjadikan ajaran agama sebagai pedoman dalam berpikir dan bertindak. Nilai-nilai agama yang dipahami dan dihayati tidak hanya diwujudkan dalam hubungan vertikal antara manusia dengan Tuhan, tetapi juga tercermin dalam hubungan horizontal dengan sesama manusia. Oleh karena itu, religiusitas dapat memengaruhi perilaku sosial individu, termasuk cara seseorang berkomunikasi, memberikan respons, menghargai pendapat orang lain, serta membangun hubungan dengan sesama anggota komunitas (Glock & Stark, 1965; Ancok & Suroso, 2018).

Dalam penelitian ini, teori religiusitas digunakan untuk menjelaskan variabel independen, yaitu religiusitas anggota komunitas MuslimSupportMuslim. Religiusitas dipandang sebagai faktor internal yang diduga memengaruhi cara anggota berinteraksi di ruang digital. Anggota yang memiliki pemahaman, penghayatan, dan penerapan nilai agama yang baik cenderung memiliki dasar dalam membangun komunikasi yang lebih terarah, santun, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dengan demikian, teori Glock dan Stark relevan untuk menjelaskan pengaruh religiusitas terhadap interaksi virtual anggota komunitas MuslimSupportMuslim di *platform* X.

Selain teori religiusitas, penelitian ini juga menggunakan konsep media sosial yang dikemukakan oleh Antony Mayfield untuk menjelaskan interaksi virtual sebagai variabel dependen. Mayfield (2008) menjelaskan bahwa media sosial memiliki karakter partisipatif, terbuka, dan berbasis percakapan. Asumsi dasar dari konsep ini adalah bahwa media sosial memungkinkan pengguna tidak hanya menerima pesan, tetapi juga terlibat secara aktif dalam memberikan tanggapan, bertukar informasi, dan membangun percakapan dengan pengguna lain.

Konsep Mayfield relevan dengan penelitian ini karena interaksi anggota komunitas MuslimSupportMuslim di *platform* X berlangsung melalui aktivitas komunikasi antarpengguna, seperti merespons unggahan, memberikan komentar, mengikuti diskusi, bertukar informasi, dan membangun percakapan dalam komunitas. Dengan demikian, konsep Mayfield digunakan sebagai dasar untuk memahami karakter interaksi virtual di media sosial. Namun, konsep ini tidak diposisikan sebagai teori utama

penelitian, melainkan sebagai konsep pendukung untuk menjelaskan variabel dependen.

Berdasarkan uraian tersebut, kerangka teoritis penelitian ini menempatkan teori religiusitas Glock dan Stark sebagai landasan utama untuk menjelaskan variabel independen, sedangkan konsep media sosial Mayfield digunakan untuk memahami variabel dependen. Hubungan keduanya digunakan untuk melihat bagaimana religiusitas anggota komunitas MuslimSupportMuslim diduga berpengaruh terhadap interaksi virtual mereka di *platform X*.

2. Landasan Konseptual

Media sosial telah berkembang menjadi ruang komunikasi yang memungkinkan masyarakat muslim tidak hanya memperoleh informasi keagamaan, tetapi juga membangun diskusi, berbagi pengalaman, memberikan dukungan, dan menjalin hubungan sosial. Dalam konteks dakwah digital, media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran pesan, tetapi juga menjadi ruang interaksi antarpengguna yang berlangsung secara lebih terbuka dan partisipatif (Nasrullah, 2017).

Salah satu bentuk perkembangan tersebut dapat dilihat melalui komunitas MuslimSupportMuslim di *platform X*. Komunitas ini telah menjadi ruang virtual bagi sesama muslim untuk saling mengingatkan dalam kebaikan, berbagi pengalaman, memberikan tanggapan, serta mendiskusikan persoalan kehidupan berdasarkan nilai-nilai Islam. Dalam penelitian ini, komunitas MuslimSupportMuslim digunakan sebagai ruang penelitian untuk mengamati interaksi virtual anggota. Komunitas ini tidak diposisikan sebagai

variabel yang diuji, melainkan sebagai konteks tempat hubungan antara religiusitas dan interaksi virtual berlangsung.

Interaksi virtual dalam penelitian ini dipahami sebagai perilaku komunikasi anggota komunitas MuslimSupportMuslim di *platform* X. Interaksi tersebut tampak melalui keterlibatan anggota dalam memberikan respons, menanggapi unggahan, mengikuti percakapan, bertukar informasi, dan membangun komunikasi dengan anggota lain. Pemahaman ini mengacu pada konsep media sosial Antony Mayfield yang menjelaskan bahwa media sosial memiliki karakter partisipatif (*participation*), terbuka (*openness*), berbasis percakapan (*conversation*), dan memungkinkan terbentuknya komunitas (*community*) di antara pengguna dengan minat yang sama (Mayfield, 2008).

Meskipun berada dalam komunitas dan *platform* yang sama, setiap anggota tidak selalu menunjukkan tingkat interaksi yang serupa. Sebagian anggota dapat aktif mengikuti diskusi dan memberikan respons, sedangkan sebagian lainnya cenderung lebih terbatas dalam berinteraksi. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa interaksi virtual tidak hanya dipengaruhi oleh fitur *platform*, tetapi juga dapat berkaitan dengan faktor internal yang dimiliki setiap individu. Salah satu faktor internal yang dikaji dalam penelitian ini adalah religiusitas. Mengacu pada Glock dan Stark (1965), penelitian ini memfokuskan religiusitas pada tiga dimensi yang dinilai paling relevan dengan perilaku komunikasi anggota komunitas, yaitu:

- a) *Religious knowledge*, merujuk pada tingkat pemahaman anggota terhadap ajaran Islam yang menjadi dasar dalam memahami, menyampaikan, dan

merespons informasi keagamaan (Glock & Stark, 1965; Ancok & Suroso, 2018).

- b) *Religious experience*, mengacu pada pengalaman dan penghayatan spiritual yang membentuk sikap empati, kepedulian, serta cara anggota menjalin hubungan dengan pengguna lain dalam komunitas (Glock & Stark, 1965).
- c) *Religious consequence*, yaitu implementasi nilai-nilai agama dalam perilaku sehari-hari yang tercermin melalui etika berkomunikasi, sikap menghargai perbedaan, dan perilaku santun selama berinteraksi di media sosial (Glock & Stark, 1965; Ancok & Suroso, 2018).

Berdasarkan penjelasan tersebut, hubungan antarvariabel dalam penelitian ini menempatkan religiusitas sebagai variabel independen dan interaksi virtual sebagai variabel dependen. Secara analitis, dimensi *religious knowledge*, *religious experience*, dan *religious consequence* diperlakukan sebagai prediktor yang masing-masing diuji pengaruhnya terhadap interaksi virtual anggota komunitas MuslimSupportMuslim. Dengan demikian, penelitian ini berasumsi bahwa pengetahuan keagamaan, pengalaman religius, dan penerapan nilai agama yang dimiliki anggota dapat memengaruhi cara mereka merespons informasi, mengikuti percakapan, memberikan tanggapan, serta membangun komunikasi dengan anggota lain dalam komunitas.

Dalam proses pengukuran hubungan antarvariabel tersebut, maka konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini perlu dijabarkan ke dalam bentuk operasional yang lebih terukur. Operasionalisasi variabel

dilakukan agar setiap variabel penelitian memiliki batasan yang jelas sekaligus menentukan indikator penelitian yang sesuai dan terarah.

Tabel 1. 1. Tabel Matriks Operasional

Variabel Penelitian	Dimensi	Definisi Operasional	Indikator	Skala	No. Item
Religiusitas (X)	<i>Religious Knowledge</i> (Pengetahuan)	Tingkat pemahaman anggota komunitas MuslimSupportMuslim terhadap ajaran Islam yang menjadi dasar dalam berpikir dan berinteraksi di platform X.	a. Memahami ajaran dasar Islam dengan baik. b. Memahami nilai-nilai Islam dalam kehidupan.	Likert (1-5) 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Cukup Setuju, 4 = Sangat Setuju, 5 = Sangat Setuju	1-6
	<i>Religious Experience</i> (Pengalaman)	Tingkat penghayatan dan pengalaman spiritual anggota komunitas yang tercermin dalam aktivitas berinteraksi di platform X	a. Merasakan pengalaman spiritual melalui aktivitas keagamaan b. Memperoleh ketenangan batin dari aktivitas keagamaan	Likert (1-5) 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Cukup Setuju, 4 = Sangat Setuju, 5 = Sangat Setuju	7-12

	<i>Religious Consequence</i> (Konsekuensi)	Tingkat penerapan nilai-nilai islam dalam perilaku dan komunikasi anggota komunitas di <i>platform X</i> .	a. Menerapkan nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari b. Menunjukkan perilaku sesuai ajaran Islam ketika berinteraksi.		13-18
Interaksi Virtual (Y)	Interaksi virtual anggota komunitas	Tingkat keterlibatan anggota komunitas MuslimSupportMuslim dalam melakukan komunikasi virtual melalui respons, percakapan, dan pertukaran informasi di <i>platform X</i> .	a. Keaktifan berkomentar terhadap unggahan anggota lain. b. Keaktifan merespons pendapat atau pertanyaan anggota lain. c. Mengikuti diskusi dalam komunitas. d. Saling bertukar informasi atau pengalaman keagamaan. e. Keterbukaan menerima pendapat.		19-36

			f. Membangun percakapan berkelanjutan.		
--	--	--	--	--	--

Sumber indikator: Diadaptasi dari Glock & Stark (1965), Mayfield (2008).

Adapun alur bagan pembagian variabel pada penelitian ini, dengan religiusitas sebagai variabel bebas (X) dan interaksi virtual sebagai variabel terikat (Y) adalah sebagai berikut.

Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran



F. Hipotesis

- H_1 = Terdapat pengaruh *religious knowledge* terhadap interaksi virtual anggota komunitas MuslimSupportMuslim di *platform X*.
- H_2 = Terdapat pengaruh *religious experience* terhadap interaksi virtual anggota komunitas MuslimSupportMuslim di *platform X*.
- H_3 = Terdapat pengaruh *religious consequence* terhadap interaksi virtual anggota komunitas MuslimSupportMuslim di *platform X*.

G. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada komunitas MuslimSupportMuslim di *platform X*, yaitu sebuah komunitas virtual yang menjadi ruang bagi para anggotanya untuk berbagi informasi keislaman, bertukar pengalaman, memberikan dukungan, serta mendiskusikan berbagai persoalan kehidupan berdasarkan nilai-nilai Islam. Pemilihan komunitas ini sebagai subjek

penelitian didasarkan pada aktivitas komunikasi yang berlangsung secara aktif melalui berbagai bentuk partisipasi, keterbukaan, dan percakapan antaranggotanya. Karakteristik tersebut dinilai sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu mengkaji pengaruh religiusitas terhadap interaksi virtual anggota komunitas MuslimSupportMuslim di *platform X*.

2. Paradigma dan Pendekatan

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik yang memandang bahwa suatu fenomena dapat diamati secara objektif, diukur berdasarkan fakta empiris, serta dianalisis menggunakan prosedur penelitian yang sistematis. Paradigma positivistik berasumsi bahwa pengetahuan diperoleh melalui pengamatan terhadap realitas yang dapat diukur sehingga hubungan antarvariabel dapat diuji secara objektif menggunakan analisis statistik (Creswell, 2014:6-7). Paradigma positivistik dipilih karena penelitian ini berupaya memperoleh bukti empiris mengenai hubungan antara religiusitas dan interaksi virtual melalui pengukuran yang terstruktur, sehingga hasil penelitian dapat dianalisis secara objektif berdasarkan data yang diperoleh dari responden.

Berdasarkan paradigma tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menekankan pada pengumpulan data berbentuk angka serta analisis statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu melalui pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data yang bersifat statistik dengan tujuan menguji hipotesis (Sugiyono, 2022:8). Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu memberikan gambaran empiris mengenai pengaruh religiusitas terhadap interaksi virtual anggota

komunitas MuslimSupportMuslim berdasarkan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden.

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Metode ini merupakan metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk memperoleh data dari populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian, sehingga data yang diperoleh dapat dianalisis untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2022:57). Sejalan dengan itu, Creswell (2014:55) menjelaskan bahwa penelitian survei dilakukan dengan mengumpulkan data dari sampel suatu populasi melalui kuesioner atau instrumen lainnya guna menggambarkan karakteristik populasi maupun menguji hubungan antarvariabel. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian ini, yaitu menguji pengaruh religiusitas terhadap interaksi virtual anggota komunitas MuslimSupportMuslim.

4. Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini memanfaatkan jenis dan sumber data diantaranya ialah sebagai berikut.

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data berbentuk angka yang dapat dianalisis menggunakan teknik statistik. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada anggota komunitas MuslimSupportMuslim, kemudian setiap jawaban diberi skor menggunakan skala Likert sehingga menghasilkan data numerik. Data tersebut selanjutnya dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh religiusitas terhadap interaksi virtual.

Menurut Creswell (2014:13), penelitian kuantitatif menggunakan data numerik yang dianalisis secara statistik untuk menguji hubungan atau pengaruh antarvariabel berdasarkan hipotesis yang telah ditetapkan.

b. Sumber Data

Penelitian ini memanfaatkan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder sebagaimana berikut.

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada anggota komunitas MuslimSupportMuslim di *platform X* yang memenuhi kriteria sebagai responden penelitian. Menurut Sugiyono (2022:194), data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada peneliti tanpa melalui perantara. Data tersebut kemudian digunakan untuk mengukur tingkat religiusitas yang meliputi *Religious Knowledge*, *Religious Experience*, dan *Religious Consequence*, serta tingkat interaksi virtual anggota komunitas.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder pada penelitian ini diperoleh secara tidak langsung atau melalui berbagai sumber yang telah tersedia, seperti buku, artikel jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta dokumen lain yang berkaitan dengan religiusitas, interaksi virtual, komunikasi dakwah digital, media sosial, dan komunitas virtual. Sejalan dengan itu, Sugiyono (2022:194) menjelaskan bahwa data sekunder merupakan

data yang diperoleh secara tidak langsung melalui berbagai sumber yang relevan dengan penelitian.

5. Populasi dan Sampel

Adapun populasi dan sampel dari penelitian ini diantaranya ialah sebagai berikut.

a. Populasi

Penelitian ini melibatkan seluruh anggota komunitas MuslimSupportMuslim di platform X sebagai populasi penelitian. Berdasarkan hasil observasi peneliti, jumlah populasi komunitas tersebut sekitar 180 ribu anggota. Populasi ini dipilih karena seluruh anggotanya memiliki karakteristik yang sesuai dengan fokus penelitian, yaitu aktivitas interaksi virtual dalam komunitas MuslimSupportMuslim di platform X. Sejalan dengan itu, Sugiyono (2022:80) menjelaskan bahwa populasi mencakup keseluruhan objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu untuk dipelajari sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan.

b. Sampel

Sampel penelitian ini diambil dari anggota komunitas MuslimSupportMuslim di platform X yang memenuhi karakteristik sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan kebutuhan penelitian. Adapun kriteria responden meliputi anggota komunitas MuslimSupportMuslim yang aktif berpartisipasi dalam interaksi atau aktivitas di dalam komunitas.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendekatan Tabachnick & Fidell (2013) yang menyatakan bahwa ukuran minimum sampel untuk menguji signifikansi masing-masing predictor dalam analisis regresi linear berganda dapat dihitung dengan rumus:

$$N \geq 104 + m$$

Keterangan:

N = Jumlah minimum sampel

m = Jumlah variabel independen

Dalam penelitian ini terdapat tiga prediktor, yaitu *Religious Knowledge* (X1), *Religious Experience* (X2), dan *Religious Consequence* (X3). Ketiga prediktor tersebut diuji pengaruhnya terhadap interaksi virtual sebagai variabel dependen (Y). Dengan demikian, jumlah prediktor dalam penelitian ini adalah tiga ($m=3$). Perhitungan jumlah minimum sampel adalah sebagai berikut:

$$N \geq 104 + m$$

$$N \geq 104 + 3$$

$$N \geq 107$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah minimum sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 107 responden. Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan sebanyak 107 responden karena telah memenuhi ketentuan minimum sampel untuk analisis regresi linear berganda. Jumlah tersebut digunakan untuk menguji pengaruh *Religious Knowledge*, *Religious Experience*, dan *Religious*

Consequence terhadap interaksi virtual anggota komunitas MuslimSupportMuslim di *Platform X*.

6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi kuesioner (angket), observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh data sesuai dengan tujuan penelitian.

a. Kuesioner (angket)

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai dengan kondisi atau pendapat yang dimiliki. Penggunaan kuesioner dinilai efektif apabila peneliti telah menetapkan variabel beserta indikator yang akan diukur (Sugiyono, 2022:142). Dalam penelitian ini, kuesioner digunakan untuk mengukur tingkat religious knowledge, religious experience, religious consequence, dan interaksi virtual anggota komunitas MuslimSupportMuslim di platform X. Penyebaran kuesioner dilakukan secara daring kepada anggota komunitas MuslimSupportMuslim di *platform X* yang memenuhi kriteria sebagai responden penelitian.

Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel dan menggunakan skala Likert dengan lima alternatif jawaban. Menurut Sugiyono (2022:146), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu terhadap suatu objek atau fenomena sosial. Adapun skor jawaban yang digunakan dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut.

Tabel 1. 2. Skor Penilaian Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: Diadaptasi dari Sugiyono (2022:146)

b. Observasi

Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas komunitas MuslimSupportMuslim di *platform X*, seperti bentuk interaksi antaranggota, karakteristik komunitas, serta informasi yang berkaitan dengan objek penelitian. Hasil observasi digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat pemahaman peneliti terhadap konteks penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data pendukung, seperti profil komunitas MuslimSupportMuslim di *platform X*, jumlah anggota komunitas, serta dokumen, literatur, dan informasi lain yang relevan sebagai pelengkap data penelitian.

7. Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono, instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan dapat mengukur data secara tepat sesuai dengan objek yang diteliti (Sugiyono,

2022: 175). Adapun rumus korelasi pearson product moment adalah sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r : Koefisien Validitas

$\sum X$: Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum Y$: Jumlah skor dalam sebaran Y

$\sum X^2$: Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran X

$\sum Y^2$: Jumlah skor yang dikuadratkan dalam sebaran Y

n : Jumlah responden

Perhitungan validitas menggunakan metode korelasi Pearson yang mengkorelasikan skor item dengan skor total item. Selanjutnya uji signifikansi dilakukan dengan menggunakan r-tabel pada *level of significance* 5% dan uji *2-tailed* (Priyatno, 2012:110). Dengan jumlah responden 107 orang, derajat bebas untuk pengujian korelasi adalah $df = n - 2 = 105$. Pada taraf signifikansi 5% (dua arah), nilai r tabel adalah sekitar 0.190. Tolak ukur suatu item dinyatakan valid apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$.

Tabel 1. 3. Hasil Uji Validitas Religious Knowledge (X1)

Item	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
RK1	0.742	0.190	Valid
RK2	0.780	0.190	Valid
RK3	0.758	0.190	Valid
RK4	0.827	0.190	Valid

Sumber: Hasil olah data penelitian 2026

Seluruh item pada variabel Religious Knowledge (X1) memiliki koefisien korelasi lebih besar daripada r tabel 0.190 dan signifikansi di bawah 0.05. Dengan demikian, seluruh item yang dianalisis pada variabel Religious Knowledge (X1) dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam pengujian berikutnya.

Tabel 1. 4. Hasil Uji Validitas Religious Experience (X2)

Item	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
RE1	0.773	0.190	Valid
RE2	0.762	0.190	Valid
RE3	0.778	0.190	Valid
RE4	0.728	0.190	Valid

Sumber: Hasil olah data penelitian 2026

Seluruh item pada variabel Religious Experience (X2) memiliki koefisien korelasi lebih besar daripada r tabel 0.190 dan signifikansi di bawah 0.05. Dengan demikian, seluruh item yang dianalisis pada variabel Religious Experience (X2) dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam pengujian berikutnya.

Tabel 1. 5. Hasil Uji Validitas Religious Consequence (X3)

Item	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
RC1	0.820	0.190	Valid
RC2	0.759	0.190	Valid
RC3	0.780	0.190	Valid
RC4	0.755	0.190	Valid

Sumber: Hasil olah data penelitian 2026

Seluruh item pada variabel Religious Consequence (X3) memiliki koefisien korelasi lebih besar daripada r tabel 0.190 dan signifikansi di bawah 0.05. Dengan demikian, seluruh item yang dianalisis pada variabel

Religious Consequence (X3) dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam pengujian berikutnya.

Tabel 1. 6. Hasil Uji Validitas Interaksi Virtual (Y)

Item	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
IV1	0.621	0.190	Valid
IV2	0.483	0.190	Valid
IV3	0.631	0.190	Valid
IV4	0.612	0.190	Valid
IV5	0.597	0.190	Valid
IV6	0.643	0.190	Valid
IV7	0.639	0.190	Valid
IV8	0.670	0.190	Valid
IV9	0.621	0.190	Valid
IV10	0.684	0.190	Valid
IV11	0.564	0.190	Valid
IV12	0.625	0.190	Valid

Sumber: Hasil olah data peneltiian 2026

Seluruh item pada variabel Interaksi Virtual (Y) memiliki koefisien korelasi lebih besar daripada r tabel 0.190 dan signifikansi di bawah 0.05. Dengan demikian, seluruh item yang dianalisis pada variabel Interaksi Virtual (Y) dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam pengujian berikutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi internal instrumen penelitian. Menurut Sugiyono, instrumen yang reliabel adalah instrumen yang apabila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang relatif sama (Sugiyono,

2022:176). Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan rumus sebagai berikut.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

α = koefisien reliabilitas

k = jumlah item

σ_i^2 = varians setiap item

σ_t^2 = varians total

Tabel 1. 7. Hasil Uji Reliabilitas Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Kesimpulan
Religious Knowledge (X1)	0.782	4	Reliabel
Religious Experience (X2)	0.756	4	Reliabel
Religious Consequence (X3)	0.782	4	Reliabel
Interaksi Virtual (Y)	0.849	12	Reliabel

Sumber: Hasil olah data peneltiian 2026

Dasar pengambilan keputusan apakah suatu item dinyatakan reliabel menggunakan standar Cronbach's Alpha > 0,60 (Sugiyono, 2022). Berdasarkan hasil penghitungan reliabilitas, nilai Cronbach's Alpha religious knowledge didapat sebesar 0.782, religious experience sebesar 0.756, religious consequence sebesar 0.782, dan interaksi virtual sebesar 0.849. Seluruh nilai berada di atas standar 0,60. Dengan demikian,

instrumen pada keempat variabel memiliki konsistensi internal yang memadai dan dinyatakan reliabel.

8. Teknik Analisis Data

Studi ini menggunakan uji asumsi klasik dan uji regresi berganda untuk menganalisis data. Teknik analisis data digunakan sebagai proses mengolah data yang telah diperoleh dari hasil penelitian sehingga dapat memberikan jawaban terhadap rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut Sugiyono (2022:206), analisis data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul, yang meliputi pengelompokan data, penyajian data, serta pengujian hipotesis menggunakan teknik statistik yang sesuai.

a. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik data penelitian tanpa melakukan generalisasi terhadap populasi. Menurut Sugiyono (2022:207), statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data sebagaimana adanya.

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta kecenderungan jawaban responden terhadap variabel *Religious Knowledge*, *Religious Experience*, *Religious Consequence*, dan interaksi virtual. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi, persentase, nilai rata-rata (*mean*), dan standar deviasi.

b. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi linear berganda, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa data telah memenuhi persyaratan analisis regresi.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang kuat antarvariabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas. Menurut Imam Ghozali (2021:107), multikolinearitas dapat diketahui melalui nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan Uji Glejser.

c. Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh *Religious Knowledge*, *Religious Experience*, dan *Religious Consequence* terhadap interaksi virtual anggota komunitas

MuslimSupportMuslim di *Platform X*. Menurut Sugiyono (2022:275), analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model persamaan regresi yang digunakan adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Interaksi Virtual

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi *Religious Knowledge*

b₂ = Koefisien regresi *Religious Experience*

b₃ = Koefisien regresi *Religious Consequence*

X₁ = *Religious Knowledge*

X₂ = *Religious Experience*

X₃ = *Religious Consequence*

e = Error

d. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Menurut Imam Ghozali (2021: 98), uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Melalui uji t, penelitian ini menguji tiga hipotesis penelitian, yaitu pengaruh *religious knowledge*, *religious experience*, dan *religious consequence* terhadap interaksi virtual anggota komunitas MuslimSupportMuslim di *platform X*.

e. Uji Hipotesis Stimultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen dalam model regresi. Menurut Ghazali (2021: 98), uji statistik F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yang dimasukkan dalam model secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui apakah *religious knowledge*, *religious experience*, dan *religious consequence* secara simultan berpengaruh terhadap interaksi virtual anggota komunitas MuslimSupportMuslim di platform X. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan tingkat signifikansi 0,05. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel independen secara simultan dinyatakan berpengaruh terhadap variabel dependen.

f. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Menurut Imam Ghazali (2021:147), nilai koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan perubahan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada pada rentang 0 sampai 1. Semakin besar nilai Adjusted R Square, semakin besar pula kemampuan variabel *religious knowledge*, *religious experience*, dan *religious consequence* dalam menjelaskan variasi interaksi virtual anggota komunitas MuslimSupportMuslim di platform X.