



Generation Y's Acceptance of Preaching (Da'wah) Through Social Media

ZAINON HAJI BIBI^{1,a}, AIZA JOHARI^{2,b}, AZLINA BUJANG^{3,c} and SHARIN SULAIMAN^{4,d}

¹Fakulti Pengurusan Maklumat, Universiti Teknologi MARA Cawangan Sarawak

²Akademi Pengajian Bahasa, Universiti Teknologi MARA Cawangan Sarawak

³Fakulti Sains Komputer dan Matematik, Universiti Teknologi MARA Cawangan Sarawak

⁴Fakulti Pengurusan Maklumat, Universiti Teknologi MARA Cawangan Sarawak

Email: zaino054@uitm.edu.my, aiza@uitm.edu.my, azlina80@uitm.edu.my, sharinsulaiman@uitm.edu.my

Received: October 01, 2022

Accepted: November 07, 2022

Online Published: December 15, 2022

Abstract

Social media has been parallel with the development of information technology where it is able to facilitate the community in networking and exchanging of information. Nonetheless, at the same time, if social media is not used ethically, it can threaten the harmonious structure of the social life. Thus, this study aims to analyse the acceptance of generation Y in using social media for Da'wah activities and to identify the role of social media among generation Y for Da'wah in the dissemination of religious information. Other than that, the study also aims to assess to what extent the use of social media affects Generation Y in the context of acceptance of religious information. This study was analysed using quantitative method and an adapted questionnaire was used as the primary source for data collection. The 76 respondents involved were selected from various fields of school and religions at one public university. From the study, there is a significant acceptance of Da'wah using social media by the Generation Y.

Keywords: Generation Y's, Da'wah, social media, Islam

Penerimaan Generasi Y Terhadap Dakwah (Da'wah) Melalui Media Sosial

Abstrak

Ledakan media sosial yang pesat membangun dilihat seiring dengan pembangunan teknologi maklumat, bahkan ianya telah memberi kemudahan kepada masyarakat di dalam membentuk jaringan dan perkongsian maklumat. Namun, pada masa yang sama jika media sosial tidak digunakan secara beretika, ia boleh mengancam keharmonian hidup bermasyarakat. Kajian ini bertujuan untuk menganalisa penerimaan generasi Y terhadap aktiviti da'wah yang dilakukan melalui media sosial dan mengenalpasti peranan media sosial di kalangan generasi Y dalam menyebarkan maklumat berunsurkan Islam. Selain itu, kajian ini bertujuan untuk menilai sejauh mana impak media sosial kepada generasi Y dalam konteks *Dakwah*. Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif, iaitu borang soal selidik yang digunakan sebagai kaedah utama proses pengumpulan data. 80 responden telah dipilih secara rawak di kalangan pelajar institut pengajian tinggi awam, samada mereka yang beragama Islam dan bukan Islam. Kajian ini menunjukkan terdapat penerimaan yang ketara di kalangan generasi Y terhadap penggunaan media sosial untuk aktiviti *Dakwah*. Oleh itu, para pendakwah disarankan untuk menerima dan menggunakan maklumat melalui media sosial supaya tidak jauh ketinggalan dan seterusnya dapat menyebarkan dakwah kepada golongan yang lebih muda.

Kata Kunci: Generasi Y, Dakwah (Da'wah), media sosial, pendakwah Islam

1.0 PENGENALAN

Serulah ke jalan TuhanMu (wahai Muhammad) dengan hikmat kebijaksanaan dan nasihat pengajaran yang baik, dan berbahaslah dengan mereka (yang engkau serukan itu) dengan cara yang lebih baik; sesungguhnya Tuhanmu Dia lah jua yang lebih mengetahui akan orang – orang yang mendapat hidayah petunjuk. (Surah An – Nahl, ayat 125).



Ayat tersebut menekankan umat supaya mensyukuri nikmat di mana umat Islam dikurniakan dengan pelbagai nikmat dan nikmat yang paling bermakna adalah nikmat keimanan. Oleh itu, kita disarankan untuk menunjukkan kesyukuran nikmat yang dikurniakan dengan cara berdakwah. *Da'wah* ialah satu konsep penting dalam Islam yang menunjukkan ketaatan umat Islam untuk menjalankan perintah Allah S.W.T dengan menyampaikan ilmu keimanan kepada manusia sekalian alam. *Amanah ini adalah satu perintah Allah S.W.T kepada para muslim untuk menyeru orang lain menyembah Allah S.W.T* (surah An – Nahl, ayat 36) dan *dakwah ke jalan Islam merupakan sebahagian dari satu cara kehidupan* (surah Ali Imran, ayat 85).

Nabi Muhammad S.A.W bersabda, “Sampaikanlah sesuatu daripadaku walau hanya sepotong ayat” (Hadis Bukhari 3/1275). Sebagai tambahan, *da'wah* dalam Bahasa Arab membawa maksud memanggil, mengajak, menyeru dan menyuruh. Menurut Mohd Nor (2014), *da'wah* berlaku apabila manusia mengajak kepada kebaikan dan mencegah kepada kemungkaran (amar ma'ruf nahi munkar). Secara ringkas, konsep *da'wah* dalam Islam membawa erti kepada satu usaha untuk membawa perubahan kepada manusia sejagat daripada satu keadaan kepada satu keadaan yang diredhai oleh Allah S.W.T. Secara umumnya, Internet berkemampuan untuk mempengaruhi, menghubungkan dan mendekatkan jurang geografi di dalam sesebuah masyarakat. Menurut Laporan Digital Global (2018), ia melaporkan terdapat 4.021 juta pengguna Internet dan peratusan besar populasi pengguna Internet mempunyai akses kepada laman media sosial. Media sosial membolehkan aktiviti perkongsian maklumat di mana pengguna dapat mencipta, berkongsi dan menyimpan kandungan dan maklumat, serta membangunkan dan mewujudkan jaringan atau hubungan social di kalangan pengguna Internet yang lain, melalui aplikasi media sosial yang pelbagai. (Saodah Wok, 2012). Kini, terdapat beberapa laman media sosial yang popular di kalangan pengguna Internet seperti blogs, Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, dan WhatsApp.

Menyedari tentang betapa signifikannya impak media sosial ini, maka konsep *da'wah* melalui media sosial ini boleh memberi peluang kepada penda'wah Islam untuk berda'wah di seluruh pelusuk dunia, terutama bagi mereka yang ingin mendalami ilmu tentang Islam. Oleh sebab itu, *da'wah* melalui media sosial adalah lebih mudah dan berimpak tinggi kerana kumpulan sasarannya adalah lebih meluas, penyebaran maklumat dapat dikawal dan ilmu tentang Islam dapat disebarkan secara pantas ke seluruh dunia. Namun, sebelum penda'wah menjalankan kegiatan *da'wah*, asas-asas tertentu perlu digunakan agar penyampaian maklumat akan menjadi lebih menarik dan berhikmah (Noradilah, Najmi dan Mohd Sani, 2020). Tetapi, jika pendekatannya tidak berhikmah dan tidak bersesuaian, sasaran *da'wah* boleh memberi impak yang negatif walaupun isi kandungannya bermutu (Roslan, 2002 di dalam Noradilah, Najmi dan Mohd Sani, 2020). Oleh itu, objektif am kajian ini adalah untuk menganalisa penerimaan generasi Y terhadap konsep *da'wah* melalui media sosial di kalangan responden yang terdiri daripada orang Islam dan orang bukan Islam generasi Y.

Media Sosial dan Generasi Y

Media sosial ialah sejenis aplikasi Internet yang berasaskan kepada ideologi dan teknologi web 2.0 kerana ia membolehkan pembentukan dan pertukaran kandungan umum pengguna (Kaplan dan Haenlein, 2010). Laman rangkaian sosial yang popular menurut Siti Eizaleila dan Azizah (2010) adalah Facebook, Twitter, YouTube, dan Blog manakala selebihnya dibangunkan berdasarkan kepada keperluan pengguna sosial di Malaysia. Laman sosial yang disebutkan di atas telah membawa perubahan kepada cara berkomunikasi kini kerana ia menyediakan alternatif baru untuk berinteraksi dan berkomunikasi melalui alam siber. Tambahan pula, berinteraksi melalui media elektronik turut menyediakan akses yang lebih meluas kepada pelbagai maklumat dari seluruh dunia (Connolly, 2011; Zwart, Lindsay, Henderson, & Phillips, 2011; Rosen, 2011).

Generasi Y ialah satu istilah yang merujuk kepada mereka yang lahir dalam tempoh antara 1980-an hingga 1990-an, di mana mereka difahamkan lebih celik digital berbanding generasi terdahulu sebelum mereka dan mereka lebih menekankan interaksi sosial melalui media elektronik. Generasi Y juga disebut sebagai Milenial atau *Digital Natives*, di mana mereka dilahirkan semasa atau selepas pengenalan teknologi digital dan dibesarkan dengan kuasa pemahaman internet yang lebih baik (Jaclyn, 2011). Menurut Rosen (2011) dan Gibson (2013) lagi, Generasi Y ialah mereka yang lahir antara tahun 1980 sehingga tahun 1990an yang dilahirkan di dalam dunia teknologi yang sedang pesat membangun termasuk televisyen, penggunaan telefon bimbit, internet, tablet komputer, komputer riba, iPad muzik, teks, video, permainan dan laman media sosial. Laporan Digital Global (2018) melaporkan bahawa jumlah pengguna media sosial di seluruh dunia pada tahun 2018 mencecah angka 3.196 bilion dan pengguna tertinggi adalah daripada generasi Y (Jaclyn, 2011).



Da'wah melalui Media Sosial

Da'wah menurut Zulkefli dan S. Salahudin (2012) ialah satu bentuk tindakan yang mengajak manusia untuk mengamalkan Islam yang bertauhidkan kepada Allah S.W.T dan mengikut sunnah Nabi Muhammad S.A.W, serta berpandukan kepada Al-Quran dan Hadis. Disebabkan oleh keberkesanan media sosial sebagai medium pemindahan ilmu, ramai penda'wah Islam telah beralih kepada penggunaan media sosial untuk menyampaikan *da'wah* mereka ke seluruh dunia. Teknologi ini membantu mereka untuk menjadi lebih kreatif dari segi perkongsian ilmu tentang Islam. Fadzli, Marhana dan Ab. Hamid (2014) menyatakan bahawa trend menggunakan media sosial seperti blog untuk melaksanakan *Da'wah* semakin meningkat di kalangan generasi muda kebelakangan ini. Selain itu, Liza dan Saodah (2011) dalam kajian mereka juga menyatakan bahawa generasi Y menggunakan media sosial untuk berhubung, mencari rakan baru, mendapatkan maklumat terkini, dan mereka turut menjadikan media sosial sebagai cara untuk *berda'wah*.

Serulah ke jalan Tuhanmu (wahai Muhammad) dengan hikmat kebijaksanaan dan nasihat pengajaran yang baik, dan berbahaslah dengan mereka (yang engkau serukan) dengan cara yang lebih baik (Surah An - Nahl, ayat 125). Ayat tersebut jika dikaitkan dengan media sosial memperkatakan bahawa agama Islam menyambut baik segala bentuk kemajuan dan modernisasi selagi tidak bertentangan dengan sunnah Nabi Muhammad S.A.W. Oleh itu segala ajaran dalam Al-Quran boleh disebarkan di media sosial supaya ianya menjadi salah satu medium untuk menyebarkan *da'wah*. Media sosial amat sesuai digunakan sebagai cara penyebaran *Da'wah* kerana ianya memperlihatkan interaksi sesama manusia dari segi penciptaan, perkongsian dan pertukaran pengalaman dan ilmu dalam komuniti dan rangkaian maya dengan syarat, maklumat mengenai Islam adalah sahih dan mengikut Sunnah Nabi Muhammad S.A.W dan ajaran Al-Quran. Menurut Noradilah, Najmi dan Mohd Sani (2020), peranan media sosial sebagai medium dakwah adalah sesuai dengan keperluan zaman, terutamanya di kalangan golongan muda di mana ia dapat dijadikan panduan asas kepada para penda'wah dan masyarakat dalam menerima serta menggunakan maklumat yang terdapat di dalam media sosial.

Pendakwah Islam dan Generasi Y

Secara tradisionalnya, para pendakwah Islam telah menggunakan kaedah pengajaran Islam secara konvensional dan ianya disampaikan secara khusus oleh guru agama mereka secara turun temurun. Ini berlandaskan sistem kepercayaan mereka bahawa penyampaian maklumat dalam Islam perlu dilakukan secara tegas dan disampaikan dari satu generasi ke generasi yang lain bagi mengelakkan tafsiran yang salah. Oleh itu, kaedah sebegini dilihat boleh menghalang proses penyebaran ilmu kepada masyarakat di luar lingkungan mereka dan terhad liputannya. Namun begitu, pada masa kini, ilmu Islam semakin mudah diakses kerana pendakwah Islam lebih cenderung untuk menggunakan media sosial sebagai platform yang relevan bagi menyebarkan maklumat Islam. Tujuan utama penyebaran maklumat tersebut adalah untuk menarik minat orang lain supaya mendalami ajaran Islam, memberi peringatan kepada diri sendiri, mengajar orang ramai ke jalan yang benar, memberi perkongsian ajaran Islam yang indah dan betul, serta menjawab persoalan dan pautan Tweet dengan memberi rujukan Islam yang boleh dipercayai. Ini dibuktikan dengan kajian Faradillah (2014) di dalam Noradilah, Najmi dan Mohd Sani (2020) yang mendapati terdapat implikasi yang signifikan antara penggunaan media sosial dengan penerimaan mesej dakwah apabila dapatan menunjukkan sebanyak 62.2% responden menyatakan bahawa mesej dakwah di media sosial boleh memberikan kesan yang positif ke jiwa pembaca.

Untuk menarik perhatian sasaran dakwah di kalangan generasi Y, pendekatan tertentu yang menggunakan teknik cantik dan kreatif adalah penting supaya mesej dakwah yang dibawa akan diterima dan memberi kesan kepada pembaca. Oleh itu, masyarakat pada hari ini perlu menggunakan segala kecanggihan dalam teknologi komunikasi untuk membawa manusia lain dekat kepada Allah dan mentaati segala suruhan serta menjauhi laranganNya (Fauzan, 2016 di dalam Noradilah, Najmi dan Mohd Sani, 2020). Beberapa pendakwah Islam kontemporari seperti Felix Siau, seorang penda'wah Cina Muslim yang popular tetapi kontroversial di Indonesia telah mempromosikan penggunaan meluas media sosial dan estetika visual yang menggabungkan Islam transnasional di dalam Dakwahnya. Seorang lagi tokoh kontroversi, Dr Zakir Naik, penda'wah Islam yang berasal dari India dan mempunyai ramai pengikut siber di seluruh dunia juga menggunakan laman media sosial seperti YouTube dan Facebook sebagai platform utama *da'wah*nya. Untuk mengikuti trend tersebut, beberapa penda'wah di Malaysia seperti Ustaz Syamsul Debat, Ustaz Azhar Idrus, Ustaz Kazim Elias, Ustaz Mahazan, Ustaz Dr Asri, Ustaz Don Danial dan beberapa penda'wah lain juga diketahui menggunakan laman sosial seperti Facebook, Youtube dan Twitter untuk menyebarkan ajaran Islam.

Keberkesanan *Da'wah* melalui laman media sosial dapat dilihat di Facebook, 'Hadith of the Day' yang mana kandungannya menjurus kepada sabda Nabi Muhammad S.A.W. Halaman media sosial tersebut mempunyai jumlah



"like" dan pengikut hampir 15.0 juta pada tahun 2022, dan situasi sebegini menunjukkan bahawa hampir 15 juta pengguna telah melawat dan menunjukkan minat terhadap dakwah melalui Facebook.

Menurut kenyataan Fadzli, Marhana dan Ab.Hamid (2014), mereka mendedahkan bahawa generasi muda pada hari ini juga kerap menggunakan blog sebagai medium untuk menyampaikan dakwah. Oleh itu, masyarakat Islam seharusnya memanfaatkan kemudahan teknologi komunikasi hari ini sebagai alternatif baru untuk berdakwah (Aminudin 2018).

2.0 METODOLOGI

Kajian ini berbentuk kajian kuantitatif di mana kaedah tinjauan berstruktur telah digunakan. Soal selidik telah diagihkan kepada 80 orang pelajar universiti awam yang dipilih dari pelbagai bidang pengajian tanpa mengira sistem kepercayaan dan agama mereka. Walaubagaimanapun, hanya 76 orang responden sahaja yang telah mengembalikan borang soal selidik yang lengkap. Soal selidik dibangunkan sendiri oleh penyelidik dan dianalisis menggunakan perisian SPSS versi 24. Soal selidik yang digunakan terdiri dari beberapa bahagian seperti: demografi, penggunaan media sosial secara umum, tujuan penggunaan media sosial, media sosial untuk Da'wah, kelebihan penggunaan media sosial untuk Da'wah dan keberkesanan media sosial untuk Da'wah serta kesahihan maklumat yang berkaitan dengan ajaran agama. Untuk mengukur maklum balas daripada responden, skala Likert digunakan dengan parameter; Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Neutral (3), Setuju (4) dan Sangat Setuju (5).

3.0 HASIL KAJIAN

Maklumat Demografik

Seramai 76 orang responden telah menyertai kajian ini. Daripada 76 responden, 34 (44.7%) adalah lelaki manakala 42 (55.3%) adalah perempuan. Salah satu komponen dalam bahagian ini juga termasuk kepercayaan agama di mana terdapat 52 (68.4%) responden yang beragama Islam dan 24 (31.6%) responden yang beragama Kristian. Aspek ini penting kerana penyelidik ingin melihat bagaimana orang yang bukan beragama Islam menerima konsep *da'wah* (maklumat Islam atau maklumat agama mereka sendiri) dalam kajian ini.

Penggunaan Media Sosial

Bahagian ini mengumpul maklumat mengenai penggunaan media sosial secara umum di kalangan responden di mana responden diberi enam soalan jenis terbuka yang memerlukan mereka untuk memilih lebih dari satu. Dapatan menyatakan bahawa majoriti (30%) responden menyatakan, "Mereka menggunakan media sosial untuk melihat 'tentang kehidupan' yang dikongsi oleh rakan mereka". Ini diikuti dengan 29% daripada responden yang menyatakan, "Mereka menghantar mesej kepada rakan mereka". Seterusnya, "Mengemas kini status" menerima 14% maklumbalas, manakala "mengulas sesuatu dalam halaman rakan mereka" menerima 11% dan 9% menggunakan media sosial untuk "Hanya melihat profil rakan mereka". Komponen yang mendapat maklumbalas yang paling rendah ialah "Melihat komunikasi dalam halaman rakan mereka" dengan 6% daripada jumlah kiraan.

Tujuan Penggunaan Media Sosial

Komponen seterusnya dalam soal selidik adalah untuk menentukan tujuan utama responden menggunakan laman media sosial. Daripada analisa keputusan, majoriti penerima (22.4%) menyatakan bahawa hiburan adalah sebab utama mereka mengakses laman web tersebut. Ianya diikuti dengan mencari maklumat (21%), mengisi masa lapang (24%), interaksi (14%), perbincangan (9%), mencari kawan baru (8%) dan akhirnya, untuk meraih populariti (1.6%).

Media Sosial Untuk Da'wah

Dalam bahagian ini, responden diberi soalan yang berkaitan dengan media sosial dan dakwah. Di antara soalan yang diajukan adalah, "Apakah jenis media sosial yang anda akses yang berkaitan dengan unsur Da'wah?". Majoriti daripada responden menunjukkan Instagram (28%), diikuti Facebook (22.2%), Twitter (17.7%), YouTube (17%) dan 10% adalah WhatsApp. Dapatan seterusnya diikuti oleh Blogspot (3.5%) dan dapatan yang paling rendah adalah Forum Internet dengan 2%. Instagram ialah platform untuk pengguna berkongsi gambar yang diambil menggunakan telefon bimbit, yang seterusnya membantu orang ramai untuk mengembangkan kreativiti dan mempelajari pelbagai budaya bangsa. Facebook sebaliknya memberi lebih banyak peluang untuk berkongsi maklumat atau mencari rakan baru yang mempunyai minat yang sama, serta digunakan untuk berinteraksi dengan rakan atau menghantar mesej peribadi (Zhao, Grasmuck & Martin, 2008). Selain itu, Facebook menurut Madden et al., (2013a); Malik et al., (2016) dan Smock et al.,



(2011) kerap digunakan untuk mengemaskini status, berinteraksi secara kumpulan, mencari dan menyemak profil pengguna, mendapat kenalan baru, menyampaikan mesej peribadi dan menyemak imbasan kandungan, berkongsi dan memberi komentar.

Kelebihan Media Sosial bagi Pengguna

Di bahagian ini, responden diberikan lima soalan yang memerlukan mereka untuk memilih jawapan yang terbaik dengan merujuk kepada skala Likert; Sangat Tidak Setuju (1) hingga Sangat Setuju (5). Majoriti responden telah bersetuju bahawa platform media sosial mempunyai beberapa kelebihan seperti mudah digunakan, dapat meningkatkan kemahiran, aplikasi yang fleksibel, serta mempunyai elemen yang memberi kesan dan menjimatkan masa seperti yang ditunjukkan dalam jadual di bawah.

Elemen	Peratusan (%)	Penyataan Skala
Maklumat mudah digunakan dan dipraktikkan	72.4	Setuju
Menambah baik kemahiran menggunakan media sosial	76.3	Setuju
Perisian yang fleksibel	79.0	Setuju
Sukar dan susah untuk digunakan	19.7	Neutral
Berkesan dan menjimatkan masa	19.7	Setuju

Jadual 1: Media Sosial Maklumat Pengguna

Responden bersetuju bahawa media sosial boleh digunakan sebagai medium untuk berda'wah terutama kepada generasi Y memandangkan generasi ini memahami kuasa internet (Jaclyn C., 2011). Kajian Faradillah Iqmar Omar, Hazlin Falina Rosli, NurZakira Afnee Zakaria, & Nuraina Nabila Dundai Abdullah (2015) menyatakan bahawa platform yang 'mesra pengguna' merupakan antara penyumbang utama bagi generasi Y menerima media sosial sebagai medium untuk berda'wah kerana pengguna boleh mengakses maklumat yang berkaitan dengan agama dengan mudah. Justeru, *da'wah* melalui media sosial harus diberi penekanan memandangkan masyarakat dan para penda'wah lebih cenderung untuk berda'wah secara efektif melalui media sosial.

Keberkesanan *Da'wah* Melalui Media Sosial

Elemen	Peratusan (%)	Penyataan Skala
<i>Da'wah</i> lebih baik dilakukan secara bersemuka	50.0	Setuju
<i>Da'wah</i> melalui media sosial adalah sesuai untuk semua orang, tak kira umur dan agama	59.2	Setuju
<i>Da'wah</i> melalui media sosial memberi kesan kepada aspek rohaniah	56.6	Setuju
<i>Da'wah</i> melalui media sosial sesuai untuk diri saya	60.5	Setuju

Jadual 2: Keberkesanan *Da'wah* melalui Media Sosial

Di bahagian ini, responden dikehendaki untuk menjawab empat soalan yang merujuk kepada keberkesanan *da'wah*. Secara spesifiknya, pengkaji ingin mengetahui tahap penerimaan responden terhadap *da'wah* melalui media sosial. Majoriti responden (lebih separuh daripada responden) bersetuju dengan keberkesanan media sosial untuk *da'wah* seperti yang ditunjukkan di Jadual 2. 60.5% menyatakan bahawa media sosial sesuai untuk mereka malah 56.6% mengakui bahawa *da'wah* melalui media sosial memberi impak yang baik kepada aspek rohaniah. Dapatan menunjukkan unsur positif di mana Generasi Y ini dapat menerima *da'wah* di media sosial secara baik, tanpa mengira agama dan umur.

Seperti yang dinyatakan sebelum ini, menuntut ilmu mengenai Islam sebelum ledakan Internet lebih tertumpu di sekitar masjid, institusi pendidikan, perpustakaan selain pembelajaran daripada Imam dan syeikh. Walaubagaimanapun, trend tersebut telah mengalami transformasi kerana orang ramai boleh belajar, menyoal, mengajar dan membentuk jaringan melalui media sosial. Internet telah memberi orang ramai lebih banyak kelebihan kerana kemudahan mengakses yang lebih mudah, termasuk maklumat mengenai ajaran Islam. Sebagai contoh, melalui YouTube, orang ramai boleh mendengar syarahan dalam pelbagai bahasa. Rosmawati (2011) menyebut bahawa penggunaan media sosial sebagai alat untuk berda'wah adalah bagi menarik generasi Y yang lebih gemar menggunakan gajet terkini kerana platform ini juga menyokong interaksi secara aktif. Menurut Muhamad Asyraf, Khairul Azhar dan Rushdi, (2013) masyarakat seharusnya sedar bahawa teknologi maklumat masa kini banyak membantu dalam proses pembelajaran sepanjang hayat dan aktiviti *da'wah* haruslah menyerapkan penggunaan teknologi baru agar ajaran Islam dapat dikongsi secara global.



Kesahihan Maklumat Agama Islam dan Agama Selain Islam di Media Sosial

Komponen kesahihan maklumat ini terdiri daripada 11 elemen yang bertujuan untuk menganalisa kesahihan maklumat agama Islam dan agama selain Islam di laman media sosial.

Elemen	Peratusan (%)	Penyataan Skala
"Likes" status tentang <i>Da'wah</i>	60.5	Setuju
"Sharing" status tentang <i>Da'wah</i>	53.9	Setuju
"Sharing" dengan tambahan pendapat peribadi ke atas maklumat	43.4	Neutral
"Sharing" dengan tambahan maklumat dirujuk dari sumber yang boleh dipercayai	57.9	Setuju
"Comment" dengan tambahan pendapat peribadi ke atas maklumat	51.3	Neutral
"Comment" dengan tambahan maklumat dirujuk dari sumber yang boleh dipercayai	44.7	Setuju
Media sosial sebagai medium untuk perbincangan tentang isu agama	40.7	Sangat Setuju
Saya menggunakan kitab suci (Al Quran atau Injil atau kitab suci lain sebagai sumber rujukan utama	59.0	Setuju
Saya bertanya dahulu kepada orang yang arif tentang agama sebelum menyebarkannya	69.7	Setuju
Saya bertanya kepada rakan tentang maklumat sebelum menyebarkannya	67.0	Setuju
Saya berkongsi maklumat yang saya fikir boleh dipercayai kesahihannya	53.7	Setuju

Jadual 3: Kesahihan Maklumat Agama Islam dan Agama Selain Islam

Jadual 3 menunjukkan bahawa lebih 60.5% responden menyatakan bahawa mereka akan 'like' maklumat atau status yang berunsur dakwah serta 53.9% akan berkongsi pautan tersebut dengan orang lain. Ini membuktikan *da'wah* boleh cepat tersebar dengan menggunakan pelbagai platform media sosial. Di antara dapatan yang menarik adalah lebih 69.7% akan merujuk dengan mereka yang arif agama mengenai sesuatu maklumat sebelum berkongsi dengan orang lain, manakala 67% akan bertanya kepada rakan-rakan sebelum berkongsi maklumat tersebut. Ini adalah hasil dapatan yang positif sebab pengguna Internet perlu bijak sebelum berkongsi maklumat supaya maklumat yang disebarkan adalah sahih dan betul. Lebih 59% responden juga akan merujuk kepada kitab Al Quran atau Injil bagi memastikan kesahihan maklumat dan ini adalah budaya sihat kerana ia menggalak generasi muda Islam yang celik kitab Quran.

4.0 KESIMPULAN

Secara umumnya, dapat disimpulkan bahawa kebanyakan responden sedar dengan kepentingan menyemak kesahihan maklumat sebelum berkongsi atau memberikan ulasan tentang maklumat Islam atau agama selain Islam. Mereka memahami bahawa maklumat Islam atau agama selain Islam adalah satu bentuk maklumat yang berharga dan bermanfaat. Hasil dapatan jelas menunjukkan bahawa responden menerima media sosial untuk dijadikan medium untuk mempelajari agama dan berkongsi maklumat mengenai ajaran agama. *Da'wah* dengan mengikut kesahihan maklumat agama adalah digalakkan jika maklumat datang dari sumber yang boleh dipercayai.

Media sosial membolehkan umat Islam berkongsi ajaran Islam yang indah dan menghapuskan pandangan yang negatif terutama di dalam kalangan mereka yang anti Islam. Oleh itu, penggunaan media sosial untuk melaksanakan *da'wah* dilihat memberikan impak yang tinggi dan relevan kepada generasi muda. Justeru itu, pendekatan dakwah melalui media sosial dirasakan lebih efektif kerana media sosial dapat menjangkau masyarakat dengan lebih meluas tanpa mengira masa dan tempat kerana hampir semua tempat mempunyai capaian Internet. Pendakwah kini juga perlu lebih kreatif dan fleksibel dengan menggunakan media sosial yang bersifat lebih interaktif agar sasaran dakwah lebih mudah didekati. Namun begitu, umat Islam perlu sentiasa berwaspada apabila menggunakan media sosial ketika melakukan *Da'wah* bagi mengelak maklumat yang terpesong daripada ajaran Islam yang sebenar dengan sentiasa merujuk kepada Al-Quran dan Hadis, serta para pakar bagi mendapatkan rujukan yang sahih.



RUJUKAN

- Aminudin (2018). Facebook Sebagai Media Dakwah. *Ejournal*. Iainkendari.Ac.Id/Al-Munzir/Article/Download/796/726
- A.Rauf Ridzuan, Salahudin Suyurno, Rusydi Kamal, Fakrulnizam Jafri, Dzaa Imma Abd Latif, and Siti Nurshahidah Sah Alam, (2015). Keberkesanan Da'wah melalui laman jaringan social dalam membentuk masyarakat islam. 1st International IslamIc HerItage conference (IsHec 2015) 593- 599.
- Faradillah Iqmar Omar, Hazlin Falina Rosli, NurZakira Afnee Zakaria, & Nuraina Nabila Dundai Abdullah (2015). Hubungan Penggunaan Media Sosial dan penerimaan mesej Da'wah. Proceeding of the 2nd International Conference on Management and Muamalah 2015 (2nd ICoMM). 16th – 17th November 2015, e-ISBN: 978-967-0850-25-2. P 181-191
- Fazdli Adam, Marhana Anuar,. & Ab. Hamid Ali. (2014). The Use of Blog as A Medium of Islamic Da'wah In Malaysia. *International Journal of Sustainable Human Development*, 2(2):74-80 (20)
- Gibson, R. (2013). Generation Y Characteristics. Retrieved, from Generation Y: <http://www.generationy.com/characteristics/>
- Herman, Jenn. "The Benefits of Using Instagram for Business." *Maximize Social Business*. N.p., 28 Oct. 2013. Web. 11 Sept. 2014.
- Jaclyn Cabral (2011). Is Generation Y Addicted to social media? *Strategic Communications* Elon UniversityThe Elon Journal of Undergraduate Research in Communications. Vol. 2, No. 1. 5-13 pp.
- Kaplan A. and Haenlein M., (2010), Users of the world unite! The challenges and opportunities of social media, *Business Horizons*, Vol 53, pp 59-68
- Lankton, N.K. and Tripp, J.F. (2013), "A quantitative and qualitative study of Facebook privacy using the antecedent-privacy concern-outcome macro model", *AMCIS 2013 Proceedings*, Chicago, IL.<http://Wearesocial.com/uk/blog/2018/01/global-digital-report-2018>
- Madden, M., Lenhart, A., Cortesi, S., Gasser, U., Duggan, M., Smith, A. and Beaton, M. (2013a), *Teens, Social Media, and Privacy*, Pew Research Center, Washington, DC.
- Madden, M., Lenhart, A., Duggan, M., Cortesi, S. and Gasser, U. (2013b), *Teens and Technology*, *PewInternet&AmericanLifeProject*, Washington, DC.
- Malik, A., Dhir, A. and Nieminen, M. (2016), "Uses and gratifications of digital photo sharing on Facebook", *Telematics and Informatics*, Vol. 33 No. 1, pp. 129-138.
- Mohd Nor Mamat. (2014). Da'wah Biar Santai Tapi Sampai. Selangor: Grup Buku Karangkrak Sdn. Bhd.
- Noradilah Abdul Wahab, Najmi Muhamad & Mohd Saini Ismail (2020) Media Sosial Sebagai Medium Dakwah Masa Kini. *International Social Sciences and Humanities Journal*. Vol. 2, No.1
- Omar Shahid (2014). How 10 years of social media has changed Islam. Retrieved from <http://www.aquila-style.com/focus-points/10-years-social-media-changed-islam/66937/>
- Rosen, L. (2011). *Poke Me: How Social Networks Can Both Help and Harm Our Kids*. Washington, DC: American Psychological Association.
- Siti Eizaleila Mustafa & Azizah Hamzah. (2010). Media Sosial: Tinjauan Terhadap Laman Jaringan Sosial Dalam Talian Tempatan. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 12(2): 37–52.
- Smock, A.D., Ellison, N.B., Lampe, C. and Wohn, D.Y. (2011), "Facebook as a toolkit: a uses and gratification approach to unbundling feature use", *Computers in Human Behavior*, Vol. 27 No. 6, pp. 2322-2329,
- Zhao, S., Grasmuck, S., & Martin, J. (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 1816–1836.