



Mekanisme Dakwah Era Milenium di Malaysia: Satu Sorotan

NAZIRAH HAMDAN^{1, a}, NUR ADILAH AMIRUDDIN^{2, b}, NOOR AIN MOHD NOOR^{3, c}, KHAIRUNNISA A SHUKOR^{4, d} and AHMAD FIRDAUS MOHD NOOR^{5, e}

¹ Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA, Sarawak Branch, Malaysia

² Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA, Sarawak Branch, Malaysia

³ Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA, Sarawak Branch, Malaysia

⁴ Fakulti Sains Kemanusiaan, Universiti Pendidikan Sultan Idris, Tanjong Malim, Perak Darul Ridzuan, Malaysia

⁵ Akademi Pengajian Islam Kontemporari, Universiti Teknologi MARA, Seri Iskandar Branch, Perak Darul Ridzuan, Malaysia

^anazirahhamdan@uitm.edu.my, ^badilah@uitm.edu.my

^cnoorain89@uitm.edu.my, ^dkhairunnisa@fsk.upsi.edu.my & ^efirdausnoor@uitm.edu.my

Received: July 21, 2023

Accepted: September 07, 2023

Online Published: October 26, 2023

Abstrak

Istilah dakwah begitu sinonim dengan ajaran Islam sejak dari 1400 tahun yang lalu. Dakwah menjadi nadi utama kepada penyebaran ajaran Islam di seluruh pelusuk dunia rentetan daripada usaha dakwah yang telah bermula sejak dari zaman Rasulullah, zaman sahabat, zaman *tabi'in*, sehinggalah ke zaman moden hari ini. Seiring dengan perkembangan teknologi maklumat dan arus globalisasi secara tidak langsung ia turut memberi impak yang besar dalam usaha dakwah. Justeru, objektif kajian ini adalah untuk mengenalpasti apakah mekanisme dakwah yang dapat menarik minat masyarakat Islam khususnya generasi muda kini yang cenderung dalam penggunaan gadget. Selain itu, kajian ini bermatlamat untuk mengkaji apakah ciri karektor pendakwah serta kaedah yang digunakan oleh mereka dalam menarik pendengar atau *mad'u*. Kajian ini menggunakan metodologi kualitatif, melalui pendekatan deskriptif dan kajian kepustakaan. Hasil kajian mendapati bahawa platform media digital seperti facebook, Instagram, tiktok, youtube dan seumpamanya menjadi medan baharu dalam penyampaian dakwah khususnya bagi mendekati golongan generasi Z dan Alpha yang begitu cenderung dalam penggunaan gadget.

Kata kunci: dakwah, teknologi maklumat, media digital dan pendakwah

Millennium Era Da'wah Mechanism in Malaysia: A Case Study

Abstract

The term da'wah has so synonymous with Islamic teachings in the past 1400 years. Da'wah became the main pulse for the spread of Islamic teachings throughout the world from a series of da'wah efforts that have begun from the time of the Messenger of Allah, the age of companions, the age of *tabi'in*, to modern times today. Along with the development of information technology and the flow of globalization, it also has a major impact on da'wah efforts. Thus, the objective of this study is to identify whether the da'wah mechanism can attract the interest of the Islamic community, especially the younger generation who tend to use gadgets. In addition, this study aims to examine what are the characteristics of preachers' characters as well as the methods used by them to attract listeners or *mad'u*. This study uses qualitative methodology, through a descriptive approach and literature review. The results of the study found that digital media platforms such as Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, and the like became a new field in the delivery of da'wah, especially for approaching generation Z and Alpha groups who are so likely to use gadgets.

Keywords: da'wah, information technology, digital media, and preachers



1. Pendahuluan

Kepesatan dan kemajuan teknologi moden di era milenium ini memberi impak yang begitu besar dalam kehidupan masyarakat dunia amnya. Perkembangan teknologi ini secara tidak langsung telah mempengaruhi corak dan gaya kehidupan setiap individu tanpa mengira batasan bangsa, negara mahupun agama (Noradilah et al., 2019). Justeru, arus globalisasi ini dapat diungkapkan sebagai proses transformasi dunia yang bermula kira-kira dua dekad yang lalu dengan terbentuknya satu ekonomi global yang berbeza daripada ekonomi dunia (Sity Daud, 2004). Dengan itu, muncul pandangan bahawa kehadiran teknologi maklumat telah membuka jendela baru dalam capaian, untuk sesiapa sahaja dalam memperolehi ilmu, yang terjelma dalam pelbagai bentuk, dalam dunia ekonomi baru (K-Ekonomi) dan masyarakat baru (K-Masyarakat) (A.B et al., 2004; Muhammad Adnan et al., 2018). Nur Amirah et al., (2020) pula menyatakan bahawa kemajuan teknologi semakin meningkat sehingga memberi impak yang sangat besar kepada hampir kesemua sistem yang ada di dunia ini. Namun begitu walaupun globalisasi dikatakan membawa kepada corak kehidupan yang lebih moden, hakikatnya ia turut membawa kesan yang negatif.

Dengan tersebarnya pengaruh ideologi yang dibawa oleh pelbagai isme menerusi medium teknologi komunikasi maklumat (ICT) telah memberi kesan sosial-moral yang amat parah. Justeru itu cabaran utama yang dihadapi oleh semua umat Islam hari ini ialah sekularisma yang telah meresapi sistem pendidikan yang ada (Baharom et al., 2008). Keadaan ini secara tidak langsung akan memberi kesan terhadap jiwa dan jati diri masyarakat Melayu sama ada di bandar mahupun di luar bandar (Nor Amin & Mohd Ismail, 2012). Rentetan itu, umat Islam seharusnya mengambil ruang dan peluang melalui jaringan dan kemudahan globalisasi ini dalam usaha mempergiat dan memperkembangkan ajaran Islam sebagaimana yang dituntut dalam Islam disamping usaha menangani masalah kemerosotan nilai dan akidah umat Islam melalui jalan dakwah.

2. Sorotan Kajian

2.1 Konsep Dakwah

Hakikat keutamaan dakwah dalam Islam sememangnya tidak dapat disangkal. Hal ini sebagaimana terdapat banyak dalil berlandaskan al-Quran dan al-Hadis yang menekankan perihal dakwah (Surah al-Jin, 72: 22-23; Surah as-sajdah, 32:24; Surah al-Ahzab, 33: 45-46; Surah Fussilat, 41:33; Surah al-Ahqaf, 46:29; Surah Adh-Dhariyat, 51:55; Surah At-Thur, 52:29; Surah At-Tahrim, 66: 6). Perihal dakwah bukan hanya termaktub di dalam al-Quran bahkan ia banyak dinyatakan oleh Rasulullah SAW di dalam hadis-hadis baginda sebagaimana yang diriwayatkan oleh para sahabat. Contoh terjemahan hadis seruan berdakwah, yang bermaksud:

“Barangsiapa mengajak kepada petunjuk, ia berhak memperoleh pahala seperti pahala orang yang mengikutinya, tanpa mengurangi sedikitpun dari pahala mereka. Dan barang siapa mengajak kepada kesesatan, ia mendapat dosanya seperti dosa orang yang mengikutinya, tanpa mengurangi sedikitpun dari dosa mereka”

(Riwayat Muslim, Malik, Abu Daud dan Tirmizi)

Istilah dakwah berasal daripada perkataan Bahasa Arab yang bermaksud meminta tolong, beribadat, memandu, mengajak, menjemput, memanggil dan menyeru (Ibn.Manzur, 1990). Syeikh Yusuf al-Qardawi (1983) menyatakan bahawa dakwah adalah satu usaha menarik orang lain kepada agama Islam supaya mengikut petunjuk Allah S.W.T. dan melaksanakan segala ketentuan Allah SWT. Dakwah merupakan ajakan atau seruan ke arah penerimaan, penghayatan ajaran yang mencakupi pelbagai bidang iaitu aqidah, syariah dan akhlak nilai-nilai Islam (Noor Azaian et al., 2017; Syahrul Faizaz et al., 2006). Dalam konteks semasa, seruan ini bermaksud merealisasikan matlamat utama penciptaan manusia iaitu kembali mengesakan Allah, menjauhi perbuatan menyekutukan-Nya serta mengamalkan prinsip-prinsip utama yang terkandung dalam ajaran Islam (Khairul Azhar et al., 2013). Secara umumnya, bidang dakwah ini terbahagi kepada dua kaedah penyampaian iaitu bil lisan (ucapan) dan bil hal (perbuatan). Dakwah bil lisan merupakan dakwah yang sangat dominan dan sering kali diguna pakai oleh da'i sebagai tarikan dakwah terutama dalam penggunaan kaedah bil kalam (perkataan) ataupun bil kitabah (penulisan) (Azizul Azra, 2019).

2.2 Dakwah dan Penggunaan Teknologi Maklumat di Malaysia

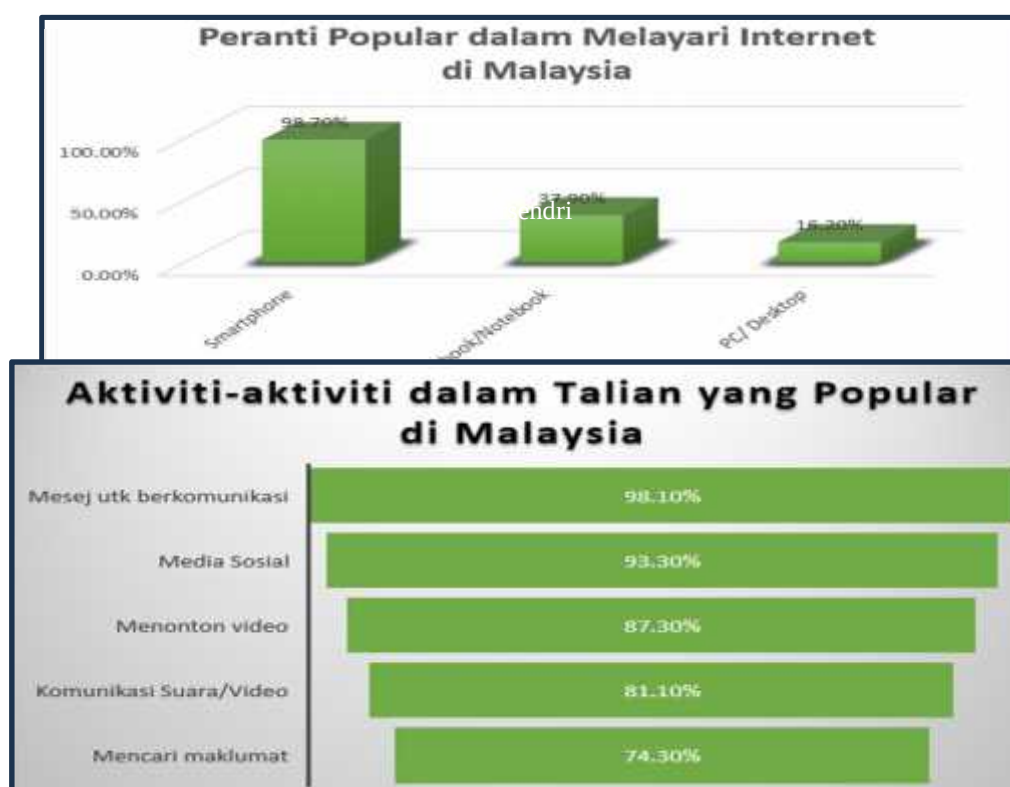
Seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi di era milenium ini masyarakat Malaysia khususnya dan dunia amnya mudah mendapatkan sebarang maklumat dan berita terkini. Begitu juga halnya dalam konteks dakwah di mana, dewasa ini kaedah mekanisme dakwah itu tidak lagi terikat secara tradisional seperti di masjid atau surau semata-mata, tetapi ia dapat dibuat secara terus menerus melalui saluran media sosial. Berdasarkan survey yang dikeluarkan oleh Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (MCMC) penggunaan internet oleh penduduk Malaysia pada tahun 2020 mencatat sebanyak 88.7%, di mana ia menunjukkan peningkatan sehingga 1.3% berbanding tahun



sebelumnya. Laporan akhbar Sinar Harian (2023) yang bertarikh 23 Julai melaporkan bahawa peratusan capaian isi rumah dalam penggunaan internet di Malaysia telah meningkat kepada 95.5% pada 2021 berbanding 91.7% pada tahun 2020. Selain itu, daripada survey ini juga turut mencatatkan bahawa terdapat tiga jenis peranti yang menjadi pilihan masyarakat Malaysia iaitu smartphone (98.7%), laptop atau netbook atau notebook (37.9%) dan PC atau desktop (16.2%) (rujuk Rajah 1) untuk melayari Internet. Manakala aktiviti-aktiviti dalam talian yang popular dalam kalangan masyarakat Malaysia adalah mesej komunikasi (98.1%), melayari media sosial (93.3%), menonton video (87.3%), komunikasi suara atau video (81.1%) dan mencari maklumat (74.3%) (rujuk Rajah 2).

Justeru, dapatan survey tersebut jelas menjadi isyarat bagi umat Islam khususnya kepada golongan pendakwah agar menggunakan kemudahan teknologi kini untuk berkongsi ilmu, mendidik, mengajarkan ajaran Islam kepada bilangan pendengar yang lebih besar melalui platform digital seperti penggunaan facebook, youtube, tik-tok, instagram dan seumpunya. Jika dilihat senario dakwah di Malaysia, umat Islam di Malaysia pasti tidak asing lagi dengan nama tokoh-tokoh seperti Ustaz Wadi Annuar Ayyob, Ustaz Azhar Idrus, Ustazah Dato' Dr. Norhafizah Musa, Ustazah Asmah, Ustaz Abdul Somad, Ustaz Abdullah Khairi, Ustaz Syamsul Debat, Ustaz Don Daniel dan Ustaz Auni sebagainya. Setiap daripada mereka mempunyai keistimewaan yang tersendiri dalam menarik minat masyarakat khususnya umat Islam.

Rajah 1: Alat Peranti popular dalam melayari internet di Malaysia.



3. Objektif Kajian

Kajian ini dijalankan berteraskan kepada objektif sebagaimana berikut:

- i. Menenalpasti mekanisme dakwah oleh pendakwah di era milenium.
- ii. Mengkaji ciri-ciri karektor pendakwah yang dapat menarik minat pendengar atau mad'u.
- iii. Menenalpasti pendekatan kaedah pendakwah dalam berdakwah untuk menarik pendengar atau mad'u.



4. Persoalan Kajian

Bagi mencapai objektif kajian maka persoalan-persoalan yang perlu dijawab adalah:

- i. Apakah bentuk mekanisme dakwah oleh pendakwah di era milenium.
- ii. Apakah ciri-ciri karektor pendakwah yang dapat menarik minat pendengar atau mad'u.
- iii. Bagaimanakah bentuk pendekatan kaedah pendakwah dalam berdakwah untuk menarik pendengar atau mad'u?

5. Metodologi Kajian

Menurut Cohen dan Manion (1996) yang diambil daripada Nazirah & Kamarul Azmi (2016) menyatakan bahawa metodologi adalah pendekatan yang digunakan dalam penyelidikan pendidikan bagi pengumpulan data. Kajian ini bersifat kualitatif yang bersumberkan sepenuhnya kepada kajian literature dengan menggunakan metod keperpustakaan, dokumentasi dan kajian analisis kandungan berdasarkan kepada kajian-kajian lepas. Neuendorf (2016) menyatakan bahawa analisis kandungan bermaksud sistematik, objektif dan merupakan ciri-ciri kepada analisis kuantitatif bagi sesuatu mesej. Ia merangkumi penilaian secara mendalam terhadap interaksi manusia seperti analisis terhadap penggambaran watak dalam iklan televisyen, filem dan novel.

6. Dapatan dan Perbincangan Kajian

6.1 Mekanisme Dakwah Era Milenium

Seiring dengan kemajuan arus kemodenan, teknologi maklumat, dan gobalisasi, era milenium atau abad ke-21 kini menyaksikan bahawa aktiviti dakwah turut mengalami perubahan yang drastik berbanding zaman sebelumnya kerana ia lebih fleksibel dan efisien. Hal ini secara tidak langsung dapat menjadikan ilmu dan ajaran Islam dapat disebar-luaskan ke seluruh pelusuk tanahair. Justeru, hasil kajian mendapati bahawa mekanisme yang digunakan khususnya oleh golongan pendakwah iaitu platform media sosial, siaran langsung (*live streaming*) sama ada melalui media sosial mahupun media penyiaran yang lain, webinar dan e-pembelajaran. Media dianggap sebagai satu mekanisme perhubungan yang kuat kerana media mampu memberi impak yang sangat besar dalam aspek kehidupan manusia. Oleh itu, dakwah melalui media sosial dikatakan cukup efektif kerana tidak terbatas oleh masa, tempat, keadaan dan situasi (Noradilah et al., 2019).

Pengaruh penggunaan media sosial jelas memberi impak yang begitu besar dalam usaha menyebarkan fahaman dan ajaran Islam. Contohnya seperti penggunaan Facebook, Instagram, Tik-Tok, Youtube dan seumpamanya secara tidak langsung dapat menarik minat pendengar atau mad'u khususnya daripada golongan muda yang cenderung menggunakan gadget seperti *smartphone*, *laptop*, mahupun komputer (MCMC, 2020; Mohamad Haziq et al., 2020). Hal ini turut disokong oleh Muhammad Adnan et al., (2018) yang menyatakan generasi muda mula berlumba-lumba dalam membina komuniti siber atau alam maya melalui jaringan internet terutama media sosial yang terdiri daripada Facebook, Twitter, YouTube, Tik Tok, Instagram, WhatsApp dan banyak lagi.

Jika dilihat dalam konteks dakwah secara umum, perihal dakwah tidak hanya terbatas kepada golongan agamawan seperti ustaz mahupun ustazah semata-mata, bahkan ia adalah tanggungjawab setiap individu muslim. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT yang bermaksud:

“Serulah ke jalan Tuhanmu (wahai Muhammad) dengan hikmah kebijaksanaan dan nasihat pengajaran yang baik, dan berbahaslah dengan mereka (yang engkau serukan itu) dengan cara yang lebih baik; sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui akan orang yang sesat dari jalan-Nya, dan Dialah yang lebih mengetahui akan orang-orang yang mendapat hidayah petunjuk.

(Surah an-Nahl, 16: 125)

Justeru, berdasarkan tafsiran ayat di atas sewajarnya setiap individu muslim seharusnya mengambil ruang dan peluang untuk berdakwah khususnya kepada orang yang terdekat seperti keluarga, saudara-mara, sahabat-handai ataupun kenalan di alam maya. Hal ini turut dinyatakan oleh Azizul Azra & Mohd.Hisyam (2017) bahawa tanggungjawab dakwah ini perlu dijana dari setiap lapisan samada individu, masyarakat dan organisasi kerajaan ataupun bukan kerajaan. Aini Maznina (2018) pula menyatakan bahawa mesej dakwah dapat disampaikan terutamanya kepada golongan muda yang memonopoli penggunaan media baharu terutamanya media sosial yang begitu popular dalam kalangan generasi muda. Skop dakwah juga tidak hanya terbatas melalui tutur kata (*dakwah bil-lisan*), perbuatan atau kelakuan (*dakwah bil-hal*) (Noor Hafizah et al., 2016) malahan penulisan yang dibuat dalam media sosial secara santai



juga merupakan dakwah seandainya ia mengandung unsur nasihat, peringatan, petikan atau terjemahan ayat al-Quran dan al-hadis.

6.2 Ciri-ciri Karektor Pendakwah

Perbincangan mengenai aspek karektor pendakwah yang terbaik sudah pastinya daripada Rasulullah SAW. Hal ini kerana kemuliaan akhlak baginda dirakam bahkan dipuji oleh Rabbul Jalil dalam kitab suci al-Quran (Surah al-Ahzab, 33:21; Surah al-Qalam, 68: 4) sebagaimana firman-Nya yang bermaksud “sesungguhnya engkau (wahai Muhammad) memiliki akhlak yang sangat agung”. Selain daripada itu, terdapat banyak riwayat hadis yang menceritakan perihal keindahan keperibadian Rasulullah SAW. Kesan pengajaran dan dakwah baginda terbukti telah dapat membentuk generasi yang bertakwa. Dengan itu, sejak awal Islam hingga ke hari kiamat, Rasulullah saw menjadi model utama di dalam dunia-pendidikan mahupun dakwah (Zaharah, 2005)

Menurut Berhanudin Abdullah (1997) yang dipetik dalam penulisan Syahrul Faizaz et al., (2006) menyatakan bahawa pendakwah yang berjaya ialah mereka yang mampu untuk menarik orang ramai terdiri daripada berbagai-bagai bentuk mentaliti kecenderungan, status dan ilmu pengetahuan mengikuti dan menghayati ajaran Islam sebagai satu cara hidup. Kejayaan usaha dakwahnya bergantung kepada penguasaannya dalam aspek-aspek berikut: iaitu memahami agama Allah, qudwah hasanah, sabar, lemah lembut dan pembelas, memudahkan bukan menyusahkan, tawadhu dan merendah diri, manis muka dan manis tutur kata. Pendapat ini turut disokong oleh (Habibah @ Hartini Ramlie & Zaharah Hussin, 2014; Mohd Noor et al., 2014; Nazirah & Kamarul Azmi, 2016b; Nazirah & Noor Ain, 2022; Zaharah, 2005) yang menyatakan bahawa orang yang menyampaikan ajaran Islam sewajarnya memiliki sahsiah diri yang baik agar dapat menjadi contoh ikutan kepada individu yang lain.

6.3 Pendekatan Kaedah Pendakwah dalam Berdakwah

Bagi memastikan setiap dakwah yang disampaikan itu diterima, para pendakwah sewajarnya membuat persediaan awal seperti ulangkaji dan mengenal pasti siapakah golongan pendengar atau mad'unya. Hal ini sebagaimana yang dinyatakan oleh Abdullah (2014) bahawa usaha- usaha dakwah perlulah mempunyai strategi, sistematik dan berfokus. Di samping itu juga pendakwah perlu mengambil kira faktor demografi orang yang didakwahkan, menteliti latarbelakang keluarga, sosial, budaya, sistem kepercayaan, kedudukan ekonomi dan seumpamanya. Jika konteks dakwah dilihat dari sudut kepelbagaian masyarakat yang ada di Malaysia, terdapat beberapa perkara yang diperhatikan. Umum mengetahui bahawa Malaysia adalah sebuah negara yang unik kerana mempunyai kepelbagaian bangsa, agama, dan budaya. Oleh itu melalui kepelbagaian ini akhirnya masyarakat Malaysia dapat dikatakan sebagai masyarakat ethocentric yang mana bangsa yang menjadi asas pengenalan diri masyarakat Malaysia (Nur Farhana et al., 2020). Justeru itu, para pendakwah juga sewajarnya cakna dengan perkara yang boleh menyentuh sensitiviti kaum bagi memupuk keharmonian agama di Malaysia. Disamping itu hal yang berkaitan dengan keagamaan perlu diambil berat agar proses dakwah dapat dijalankan tanpa wujud insiden-insiden perkauman dan diselesaikan dengan hikmah (Azizul Azra & Mohd.Hisyam, 2017).

Selain itu, Rosmawati (2012) pula menyatakan setiap pendakwah perlu mempelajari cara terbaik untuk mendekati mad'u di dalam proses amru ma'ruf nahi munkar. Para pendakwah moden seharusnya bijak menggunakan media baharu yang kini berleluasa untuk memperkembangkan dan menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat. Hal ini kerana, golongan pendakwah ini dianggap sebagai perantara bagi pembentukan insan soleh, mesej yang disalurkan melalui media baru perlu mengandungi nilai al-bir (kebaikan) dan al-taqwa (takut kepada Allah) yang sekaligus berperanan besar sebagai agen untuk merubah masyarakat. Selain itu, pendekatan dakwah perlu mengikut perkembangan dan kehendak semasa. Pendakwah perlu mempelajari cara terbaik untuk mendekati mad'u di dalam proses amru ma'ruf nahi munkar.

7. Kesimpulan

Secara keseluruhannya usaha dakwah di Malaysia tidak seharusnya dipikul oleh golongan pendakwah semata-mata tetapi ia adalah usaha bersama setiap individu muslim baik pihak perseorangan mahupun organisasi serta pihak yang berautoriti. Kerjasama dari semua pihak ini diharap dapat melahirkan lebih ramai pendakwah yang berkaliber dan dapat menarik perhatian masyarakat untuk lebih dekat dengan ajaran Islam serta mengamalkan Islam yang sebenar dalam kehidupan seharian. Di samping itu juga, setiap pendakwah haruslah menggunakan pendekatan yang efektif dan pelbagai dalam proses menyampaikan nilai-nilai hidup Islam yang sebenar.



Rujukan

- A.B, S., Rumaizah, M., & Haslindawati, H. (2004). Globalisasi, Teknologi Maklumat dan Ilmu : Menyuluh Pengalaman Malaysia. *Sari* 22, 77–96.
- Aini Maznina, A. M. (2018). Dakwah Melalui Media Baharu di Malaysia: Peluang atau Cabaran? *Al- Hikmah*, 10, 119–128.
- Azizul Azra, A. R. (2019). *Mekanisme Pemerkasaan Peranan Da'i dalam Dakwah Bil Hal: Analisis Tematik Surah Al-Taubah*. Universiti Tun Hussein Onn Malaysia.
- Azizul Azra, A. R., & Mohd.Hisyam, A. R. (2017). Dakwah Bil Hal Dalam Konteks Masyarakat Semasa Di Malaysia. *Prosiding Persidangan Antarabangsa Kelestarian Insan 2017 (INSAN2017)*, 1–11. <http://ocs.uthm.edu.my/uthmocr/index.php/hsp/article/view/131/40>
- Baharom, M., Ali, S., & Za'aBa Helmi, K. (2008). Peranan Pendidikan Islam dan Pendidikan Moral dalam Membina Sahsiah Pelajar Berkualiti. *Persidangan Pembangunan Pelajar Peringkat Kebangsaan Universiti Teknologi Malaysia*, 1–18.
- Harian, S. (2023). Kadar capaian internet meningkat kepada 95.5 peratus pada 2021. *Sinar Harian*. <https://www.sinarharian.com.my/article/200246/BERITA/Nasional/Kadar-capaian-internet-meningkat-kepada-955-peratus-pada-2021>
- Ibn.Manzur. (1990). *Lisan al-Arab* (9th ed.). Dar Sadr.
- Internet Users Survey 2020*. (2020). Suruhanjaya Komunikasi Dan Multimedia Malaysia. <https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/media/General/pdf/IUS-2020-Infographic.pdf>
- Muhammad Adnan, P., Siti Nur Husna, A. R., & Mohd Izhar Ariff, M. K. (2018). Teori Al-Dururiyyat dan Penggunaan Media Sosial: Satu Perbincangan Konsep. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 34(4), 75–92. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2018-3404-05>
- Nazirah, H., & Kamarul Azmi, J. (2016). Kajian Kes Tempat Pelaksanaan Pengajaran dan Pembelajaran Pendidikan Islam di Sekolah Menengah Rendah di Johor. *Sains Humanika*, 2(2012), 125–132.
- Neuendorf, K. A. (2016). *The Content Analysis Guidebook*. SAGE Publication.
- Noor Azaian, A. T., Mohd Yusof, A., & Mohd Azul, M. S. (2017). Cabaran Dakwah Islam di Alam Siber. *Journal of Social Sciences and Humanities, Bil* 15(1), hlm. 133-142.
- Noor Hafizah, H., Kamal Azmi, A. R., & Rosni, W. (2016). Metodologi Dakwah Terhadap Golongan Lesbian , GAY, Biseksual dan Transgender (LGBT). *Jurnal Pengajian Islam*, 9(II), 103–119.
- Nor Amin, S. Z., & Mohd Ismail, M. (2012). Penerapan Metode Dakwah di dalam Melaksanakan Proses Pengajaran dan Pembelajaran (P&P) di dalam dan luar Bilik Darjah. *Seminar Antarabangsa Perguruan Dan Pendidikan Islam [SEAPPI2012]*, 51–69.
- Noradilah, A. W., Najmi, M., & Mohd Sani, I. (2019). Media Sosial Sebagai Medium Dakwah Masa Kini [Social Media As a Medium Dakwah Nowadays]. *International Social Science and Humanities Journal*, 2(1), 14–23. https://www.researchgate.net/profile/Noradilah_Abdul_Wahab/publication/340861392_MEDIA_SOSIAL_SEBAGAI_MEDIUM_DAKWAH_MASA_KINI_SOCIAL_MEDIA_AS_A_MEDIUM_DAKWAH_NOWADAYS_1_NORADILAH_ABDUL_WAHAB/links/5ea13c32a6fdcc88fc36297c/MEDIA-SOSIAL-SEBAGAI-MEDIUM-DAKWA
- Nur Amirah, A. M., Zurinah, T., & Nurfaradilla, M. N. (2020). Penguasaan Kemahiran Teknologi Komunikasi Dan Maklumat (ICT) Terhadap Kecekapan Kerja. *Journal of Social Sciences Dan Humanities*, 17(9), 140–157.
- Sity Daud. (2004). Globalisasi dan Negara Pembangunan. *Akademika*, 64(Januari), 27–41.
- Yusuf al-Qaradhawi. (1983). *Thaqafah al-Dai'yah*. Muassasah al-Risalah.