



## Media Sosial sebagai Medium Perkongsian Maklumat: Eksplorasi Aktiviti Atas Talian Masjid dan Surau di Bahagian Kota Samarahan, Sarawak

NORLIDA BINTI ISMAILLY<sup>1, a</sup>, NURFAIZAH KAMARUDIN<sup>2, b</sup>, ZAINON HJ BIBI<sup>3, c</sup>, IMILIA IBRAHIM<sup>4, d</sup> dan SABARIAH ABD SAMAD<sup>5, e</sup>

<sup>1</sup>Universiti Teknologi MARA, Sarawak Branch, Malaysia

<sup>a</sup>[norlidaismailly@uitm.edu.my](mailto:norlidaismailly@uitm.edu.my), <sup>b</sup>[nurfa601@uitm.edu.my](mailto:nurfa601@uitm.edu.my),  
<sup>c</sup>[zainon054@uitm.edu.my](mailto:zainon054@uitm.edu.my), <sup>d</sup>[imiliaibrahim@uitm.edu.my](mailto:imiliaibrahim@uitm.edu.my) & <sup>e</sup>[sabariah@uitm.edu.my](mailto:sabariah@uitm.edu.my)

### Abstrak

Kepesatan kemajuan teknologi maklumat sejak beberapa dekad telah membawa perubahan dramatik dalam perkembangan media komunikasi. Platform media sosial merupakan salah satu media atas talian yang begitu popular dan amat berpengaruh dalam kalangan masyarakat hari ini. Ianya membolehkan interaksi di antara individu atau organisasi menjadi lebih mudah dan pantas sekaligus membuka peluang dan ruang perkongsian maklumat dan berhubung secara global. Masjid dan surau merupakan institusi keagamaan yang bukan sahaja bersifat sebagai tempat untuk beribadah tetapi juga berperanan sebagai pusat pendidikan dan penyebaran fahaman Islam selain menjadi hub melaksanakan aktiviti kemasyarakatan. Selari dengan perkembangan dan trend semasa, arus perkembangan teknologi maklumat juga memberi impak terhadap peranan masjid dan surau di dalam usaha menyebarkan syiar Islam dan berkongsi maklumat mahupun ilmu daripada para ilmuan dan ulama. Media sosial dilihat sebagai salah satu alternatif untuk mendekati kariah dengan menyalurkan maklumat mengenai kegiatan dan program yang dijalankan oleh pihak pengurusan masjid dan juga isu-isu semasa yang berkaitan dengan masyarakat. Kajian ini bertujuan mengkaji penggunaan media sosial oleh pihak pengurusan masjid bagi tujuan penyebaran dan perkongsian maklumat aktiviti atau program pengimarahannya kepada masyarakat setempat. Kajian dijalankan melalui analisis media sosial yang digunakan dan jenis kandungan yang dikongsikan. Justeru memberi impak yang positif kepada para kariah dalam menerima dan menggunakan bahan maklumat yang tepat, betul dan sahih.

**Keywords:** Media sosial, Maklumat Masjid, Teknologi Maklumat

### 1. Pengenalan

Perkembangan teknologi maklumat memberikan impak kepada tatacara hidup dan aktiviti yang dijalankan oleh masyarakat dunia. Gajet seperti telefon pintar, komputer riba, tablet dan sambungan kepada rangkaian Internet telah membolehkan bukan sekadar komunikasi, malahan pelbagai aktiviti dapat dijalankan secara atas talian. Ianya bukan hanya dilakukan oleh orang perseorangan sahaja, pelbagai aktiviti di atas talian ini turut digunakan oleh pelbagai institusi awam dan juga swasta. Agensi bukan kerajaan serta persatuan juga turut sama menggunakan kemudahan ini bagi menjalankan aktiviti yang melibatkan pengikut dan penyokong mereka. Sewaktu pandemik Covid-19 melanda seluruh dunia, platform atas talian ini menjadi talian hayat kepada penggunaannya untuk menghubungkan sesama insan dan seterusnya membolehkan pelbagai aktiviti sosial, politik, pendidikan serta ekonomi dijalankan secara maya. Namun begitu, walaupun keadaan pasca pandemik merubah cara hidup masyarakat, aktiviti secara dalam talian atau secara maya kekal relevan dari hari ke hari. Dengan adanya pelbagai gajet yang bersambung dengan rangkaian internet, ia mendorong kepada pembangunan dan kemajuan pelbagai rangkaian media sosial yang banyak digunakan pada hari ini. Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, serta TikTok mempunyai pengguna dan pengikutnya yang tersendiri. Kandungan yang dibangunkan oleh platform media ini adalah dihasilkan oleh para pengguna akaun tersebut dan ianya dikenali sebagai “*User Generated Content*” (UGC). Santos (2022) menyatakan bahawa UGC membawa maksud sebarang teks, data atau rakaman aksi yang dihasilkan dan disiarkan oleh pengguna tersebut melalui saluran pilihan mereka, yang melibatkan penyampaian atau komunikasi yang merupakan refleksi kepada sikap seseorang serta gabungan sikap dan perkara sekeliling yang mempengaruhi individu yang mencipta kandungan di media sosialnya. Kandungan yang dihasilkan melalui platform media sosial berkembang dengan sangat pantas and ianya juga telah dianggap sebagai salah satu medium penting dalam menyebarkan maklumat ke seluruh dunia pada hari ini.

Masjid merupakan satu institusi yang amat dekat dan tidak asing bagi umat Islam. Peranan masjid bukanlah sekadar tempat menunaikan solat semata-mata. Selain dari menjadi pusat beribadah bagi umat Islam, masjid pada zahirnya merupakan lambang kebesaran syiar dakwah Islam (Nasikin, 2017). Usaha memakmurkan masjid kini tidak hanya bergantung kepada cara konvensional semata-mata. Anjakan paradigma terhadap peranan dan aktiviti yang dijalankan di masjid perlu dilakukan supaya ia akan dapat menarik lebih ramai ahli masyarakat untuk hadir dan memakmurkan



masjid di kawasan mereka. Justeru, penggunaan media sosial oleh pihak masjid dilihat dapat menjadi satu platform dalam usaha mendekatkan ahli kariah terutama golongan belia dengan masjid tersebut.

Merujuk kepada laman web Khidmat Islam Sarawak, terdapat 467 buah masjid, dan 1,098 buah surau di seluruh negeri Sarawak. Di bahagian Samarahan sebanyak 29 buah masjid, dan 39 buah surau di sekitarnya. Justeru penggunaan media sosial dalam mendokong aktiviti yang dijalankan oleh pihak masjid amat bertepatan dengan keperluan pada masa kini. Pembangunan isi kandungan di dalam sosial media oleh masjid dilihat mampu menarik pelbagai lapisan masyarakat, terutama golongan belia. Ini adalah kerana golongan belia ini merupakan pengguna terbesar bagi rangkaian Internet dan media sosial di Malaysia. Terdapat banyak institusi masjid di dalam dan luar negara yang telah menggunakan aplikasi sosial media untuk menarik perhatian masyarakat sekeliling dan juga masyarakat secara global. Pelbagai aktiviti yang berjalan atau akan berlangsung telah dikongsikan di atas platform sosial media. Kelas usrah, ceramah agama, kelas bimbingan Al-Quran adalah antara contoh aktiviti yang biasanya dilakukan di masjid. Jika dahulu hanya masyarakat sekeliling sahaja yang mendapat manfaat dari aktiviti yang dijalankan ini, namun kini ianya telah berubah. Penggunaan sosial media membolehkan pengaruh positif di sebar luas kepada pengikut-pengikut akaun media sosial pihak masjid.

## 2. Sorotan Literatur

### Jaringan Media Sosial

Perkembangan drastik teknologi maklumat dan komunikasi telah mewujudkan pelbagai platform untuk berinteraksi, menyebar dan berkongsi maklumat. Kewujudan jaringan media sosial lebih sedekad yang lalu telah mendorong kepada penggunaan media sosial sebagai salah satu medium alternatif untuk berkomunikasi, menyampaikan dan berkongsi maklumat. Media sosial digunakan secara meluas oleh pelbagai golongan belia sehinggalah yang dewasa. Ia merupakan media dalam talian yang memudahkan pengguna menyertai, berkongsi dan bersosial dengan komuniti (Abdul Khalik, 2019). Media sosial digunakan sebagai platform untuk berinteraksi melalui alam maya dan dalam talian sosial. Justeru, media sosial memainkan peranan dan tanggungjawab serta amanah yang sangat besar dalam menyebarkan maklumat yang tepat, benar dan berfaedah (Abdul Halim, et al., 2019). Menurut data yang diperolehi daripada IUS, 2020 sejumlah 88.7% penduduk Malaysia adalah pengguna Internet. Pengguna Internet di Malaysia menghabiskan 5-12 jam sehari melayari Internet manakala majoriti penggunaan internet adalah daripada rumah (70.5%). Ini mungkin dari faktor infrastruktur dan jaringan yang lebih baik yang membolehkan pengguna mengakses internet daripada kediaman (IUS, 2020). Data statistik tersebut memberi gambaran bahawa penduduk di Malaysia mempunyai akses kepada internet yang menjadi platform kepada wujudnya jaringan media sosial yang pelbagai. Antara jaringan sosial yang popular dalam kalangan masyarakat Malaysia ialah WhatsApp, Instagram, Myspace, Facebook, Twitter dan seumpamanya (Abdul Halim, et al., 2019). Facebook kekal sebagai platform yang digunakan secara meluas di Malaysia (91.7%) (Internet User Survey (IUS), 2020). Pernyataan ini membuktikan bahawa Facebook merupakan media sosial paling popular digunakan berbanding dengan media sosial yang lain. Ini disebabkan Facebook memiliki navigasi dan rekabentuk yang minimalis (Ghazali, 2017) dan mesra pengguna. Penggunaan aplikasi media sosial seperti Facebook, WhatsApp, Instagram dan Twitter, dilihat memberi ruang yang lebih luas dalam penyebaran mesej dakwah (Siti Noor Amyah et al., 2019) disebabkan kepentasannya dan bersifat global.

### Media Sosial dan Masjid

Masjid merupakan institusi terpenting di dalam komuniti Islam. Selain daripada tempat ibadah, masjid berperanan sebagai pusat bagi pendidikan, sosial, politik dan perundangan (Omer & Farhadullah, 2019). Teknologi global yang berubah-ubah menyebabkan komunikasi di dalam kehidupan manusia juga berubah (Lachica, 2015) dan sudah tentu ia juga mengubah cara komunikasi organisasi. Dengan kepesatan perkembangan teknologi maklumat, media sosial sentiasa berubah dan telah mengubah dunia yang tidak berlandaskan keuntungan seperti badan bukan kerajaan (NGO) dan lain-lain organisasi yang serupa termasuk institusi masjid. Dalam usaha memperkasa fungsi masjid, sokongan teknologi digital perlu digunakan secara optimum untuk meningkatkan penyebaran maklumat aktiviti dan peranan masjid kepada ahli dan kariah (Nor Azlina et al., 2017). Masjid boleh memanfaatkan media sosial untuk menjangkau audien yang lebih besar dan menarik lebih ramai penglibatan ahli komuniti di dalam aktiviti anjuran masjid. Oleh itu masjid perlu menjalankan aktiviti-aktiviti yang mampu menarik pelbagai golongan masyarakat (Che Wan Ahmad Shamsul Bahri et al., 2021). Melalui media sosial, masjid dan surau dapat memupuk komuniti maya dan merapatkan hubungan dengan ahli komuniti. Keupayaan menarik ahli atas talian membolehkan pihak pengurusan masjid meningkatkan keterlibatan ahli di dalam acara dan program yang dianjurkan oleh masjid. Memandangkan kini teknologi maklumat telah menjadi sebahagian daripada rutin kehidupan masyarakat, pihak pengurusan masjid perlu



bijak menggunakan platform media sosial untuk mempromosi aktiviti dan program yang dijalankan oleh mereka, mengemaskini berita dan membuat notis tentang aktiviti dan program masjid. Selain itu, media sosial juga menjadi platform bagi mendepani topik-topik sukar yang diutarakan kepada Imam oleh ahli kariah yang ingin mengambil peluang mempelajari dan mendalami ilmu agama. Media sosial juga boleh digunakan untuk membuat siaran langsung khutbah, ceramah, perkongsian video atau pautan bagi menjawab persoalan atau isu kontroversi. Selain itu, pihak pengurusan masjid boleh meningkatkan pengumpulan dana masjid dengan menyediakan pautan untuk ahli menderma. Dengan kaedah ini, dapat memudahkan orang ramai menyampaikan derma secara elektronik pada bila-bila masa. Masjid perlu menonjolkan kehadirannya di dalam aplikasi media sosial agar ia berupaya menarik lebih ramai pengikut dengan menjalankan aktiviti-aktiviti menarik (Ghazaly, 2017) mengemaskini maklumat terkini, menjadi model inspirasi dan menyediakan kandungan berbentuk ilmiah dan kerohanian.

### **Kerangka Pembangunan Media Sosial**

Bagi sesebuah organisasi, sesuatu akaun media sosial didaftarkan dengan beberapa tujuan tertentu. Selain berkomunikasi, media sosial juga merupakan medium promosi dan pengiklanan bagi sesetengah agensi. Justeru, media sosial juga dilihat sebagai cara paling mudah untuk sesebuah organisasi berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat umum dan pelanggan mereka. Bagi agensi bukan perniagaan, media sosial dilihat sebagai cara mudah menarik perhatian ramai pengguna, penyokong serta ahli kerana kos penyediaan kandungan di media sosial jauh lebih murah berbanding media cetak dan media elektronik seperti akhbar dan televisyen. Berbanding dengan akaun media sosial peribadi, akaun media sosial sesebuah organisasi perlu dibangunkan dengan mengambilkira beberapa elemen penting bagi memastikan kejayaan akaun media sosial tersebut. Kietzmann, et al. (2011) mencadangkan model sarang lebah atau *honeycomb model* sebagai blok pembinaan sesebuah akaun media sosial. Tujuan blok pembangunan tersebut ialah untuk memastikan organisasi dapat menguruskan dan memastikan interaksi dan keahlian yang lebih efektif bagi setiap akaun media sosial mereka.

Model sarang lebah ini menyenaraikan tujuh (7) elemen atau blok utama yang penting di dalam media sosial. Elemen pertama adalah identiti. Blok identiti berkait dengan cara ahli memperkenalkan diri mereka atau melabel diri mereka. bagi sesetengah pengguna media sosial, mereka selesa menggunakan nama serta maklumat diri mereka yang sebenar. Mereka melihat media sosial merupakan platform yang selamat untuk mereka mendedahkan maklumat asas tentang diri mereka. Bagi sesetengah golongan pula, mereka amat takut berkongsi maklumat diri menyebabkan mereka lebih senang menggunakan nama dan maklumat samaran. Pihak organisasi perlu mengambil tindakan menyeimbangkan penggunaan maklumat samaran dan pada masa yang sama mengawal penyebaran maklumat ahli serta penyokong akaun media sosial mereka. Blok kedua ialah elemen komunikasi dan interaksi. Sebagai sebuah organisasi, pentadbir media sosial perlu secara aktif memastikan setiap komen, cadangan atau apa-apa kenyataan yang disampaikan oleh para ahli terkawal dan tidak mengganggu sensitiviti kaum atau individu. Selain dari itu, pentadbir media sosial juga perlu sentiasa aktif dan bersedia melayan keperluan para pengguna dan ahli.

Blok ketiga ialah blok perkongsian. Kebanyakan pengguna media sosial sangat aktif menghasilkan kandungan asal di media sosial mereka. Namun terdapat juga sesetengah golongan yang suka berkongsi kandungan orang lain di setiap media sosial yang mereka sertai. Bagi sesebuah organisasi, pentadbir media sosial perlu bijak berkongsi samada kandungan sendiri atau kandungan pengguna lain. Setiap perkongsian perlu diteliti kesahihan dan manfaat yang boleh diberikan kepada pengguna lain. Selain dari itu mereka juga perlu mengawal perkongsian daripada pengguna lain agar objektif asal pembangunan akaun media sosial itu dapat dikekalkan. Seterusnya, blok keempat iaitu keberadaan. Memandangkan media sosial merupakan aplikasi umum yang boleh diakses secara global, blok keberadaan membantu agensi mengenalpasti keberadaan pengguna mereka. Dengan cara itu, mereka boleh menyesuaikan penyediaan maklumat serta kandungan media sosial mereka untuk pengguna yang berdekatan dan yang berada di luar kawasan jangkauan agensi tersebut. Pengetahuan tentang keberadaan pengguna penting sekiranya pihak agensi ada menjalankan aktiviti secara fizikal dan bersemuka. Namun begitu, mereka tetap boleh berhubung dengan pengguna yang berada di luar kawasan secara atas talian.

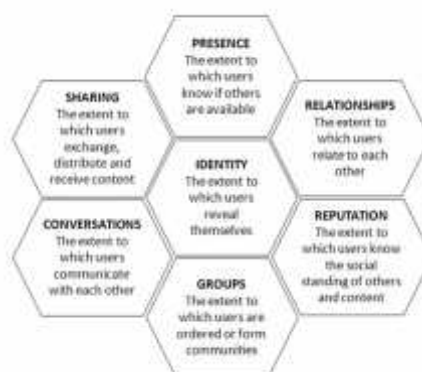
Blok berikutnya merupakan blok kelima iaitu perhubungan. Blok perhubungan bertujuan mengaitkan seseorang pengguna dengan pengguna yang lain. Media sosial sesebuah agensi sering membantu masyarakat membina hubungan melalui aktiviti serta kandungan yang mereka keluarkan. Kita selalu mengikuti atau menyokong media sosial yang mengetengahkan perkara yang penting dan menarik minat kita. Dari situ kita mengenali insan lain yang mempunyai minat dan kepentingan yang sama dan membentuk jaringan perhubungan yang baharu. Namun begitu, sesebuah agensi perlu mengawal penggunaannya supaya tiada penyalahgunaan maklumat dan penipuan berlaku dalam perhubungan sesama ahli.



Reputasi adalah blok keenam, merupakan sesuatu yang amat penting bagi sesebuah agensi. Seperti mana reputasi di dunia luar, reputasi di dalam media sosial juga perlu diambilkira oleh sesebuah agensi. Reputasi yang baik akan memastikan ahli dan penyokong sedia ada kekal bersama agensi tersebut dan ahli baru akan bertambah setiap masa. Blok ketujuh adalah kumpulan, juga merupakan satu lagi blok yang penting dalam media sosial. Sesetengah organisasi gemar membahagikan ahli mereka kepada beberapa kumpulan mengikut kriteria tertentu. Setiap kumpulan mempunyai budaya dan pola komunikasi tertentu. Sebagai pentadbir media sosial, mereka perlu peka dengan komunikasi dan keperluan setiap kumpulan dalam kalangan ahli mereka. Walaupun terdapat tujuh (7) blok dalam kerangka pembangunan media sosial, tidak semua blok itu diperlukan dalam pembangunan sesebuah akaun media sosial bagi sesebuah agensi. Dalam kajian ini, hanya beberapa elemen penting yang diambilkira untuk disesuaikan dengan akaun media sosial masjid-masjid yang terpilih. Penerangan lanjut berkenaan kerangka pembangunan media sosial masjid tersebut akan diterangkan di bahagian seterusnya.

### 3. Kerangka Konseptual

Kajian ini menggunakan pendekatan *Honeycomb Framework* (Kietzmann, et al., 2011) dalam mengenalpasti laman sosial yang digunakan oleh pihak pengurusan masjid. *Honeycomb Framework* diperkenalkan oleh Kietzmann et al. (2011) untuk merangka dan mengkategorikan laman sosial melalui tujuh (7) kategori: *Presence*, *Relationship*, *Reputation*, *Groups*, *Conversations*, *Sharing* dan *Identity* yang membantu dalam menganalisa laman sosial.



Rajah 1: *Honeycomb Framework* (Kietzmann, et al., 2011)

### 4. Objektif Kajian

Objektif kajian adalah seperti berikut:

- Mengenalpasti medium media sosial yang digunapakai oleh pihak masjid dan surau di Kota Samarahan dalam menyampaikan dan berkongsi maklumat agama Islam dan aktiviti kepada para kariah.
- Mengenalpasti maklumat agama Islam dan aktiviti yang dikongsi oleh pihak masjid dan surau kepada para kariah di laman sosial yang digunakan.

### Persoalan Kajian

Persoalan kajian adalah seperti berikut:

- Apakah medium media sosial yang digunakan oleh pihak masjid dan surau dalam menyebarkan dan menyampaikan maklumat agama Islam kepada para kariah?
- Apakah maklumat agama Islam dan aktiviti yang dikongsi oleh pihak masjid dan surau di laman sosial mereka?

### 5. Kepentingan Kajian

Kajian ini merupakan kajian awal bagi memperlihatkan dan menganalisa maklumat perkongsian masjid dan surau yang terlibat dengan laman sosial. Kajian ini memberikan impak yang positif kepada masyarakat setempat, terutamanya di Kota Samarahan, dan Sarawak secara amnya. Kita dapat melihat bahawa masjid dan surau juga menggunakan laman



sosial untuk perkongsian maklumat kepada komuniti setempat. Sekaligus, masyarakat setempat memperoleh manfaat dari media sosial yang digunakan oleh pihak masjid dan surau secara efektif.

## 6. Metodologi Kajian

Kajian ini berdasarkan *desk research*, di mana kajian ini memberi penelitian pada pengumpulan data dan maklumat yang sedia ada, iaitu dari sumber elektronik, laman web, Internet, laporan dan statistik. Pengkaji menggunakan kaedah pengumpulan data sekunder yang diperoleh dari Internet dan analisis kandungan. Pengkaji meneliti laman web emasjid.sarawak.gov.my bagi mendapatkan data yang terkini, dan meneliti pencarian melalui Internet dalam mencari bukti dan bahan maklumat berkenaan kajian. Data dianalisis berpandukan kandungan yang terdapat di dalam laman web, Internet, dan laman sosial yang sedia ada.

## 7. Dapatan Kajian dan Analisis

Berdasarkan kepada data dan statistik dari laman web Khidmat Islam Sarawak, jumlah masjid di Sarawak adalah sebanyak 467, manakala jumlah surau adalah sebanyak 1,098. Hasil dapatan kajian berdasarkan penelitian maklumat di laman sosial dan laman web emasjid.sarawak.gov.my, terdapat 29 buah masjid dan 39 buah surau di sekitar Kota Samarahan, Sarawak pada Rajah 2. Data ini diperoleh dari laman web Khidmat Islam Sarawak pada emasjid.sarawak.gov.my.

Rajah 2 menunjukkan medium media sosial pilihan pihak masjid adalah Facebook, di mana sebanyak 12 (41.4%) daripada 29 buah masjid menggunakan platform ini sebagai kaedah penyampaian dan penyebaran maklumat agama Islam dan aktiviti kepada para kariah. Manakala, surau-surau di daerah Kota Samarahan, 6 (15.4%) daripada 39 buah aktif menggunakan Facebook, berbanding YouTube dan Foursquare. Di antara 12 buah masjid yang aktif dalam penggunaan media sosial, Masjid Darul Ikhlas di Kampung Sindang Baru merupakan masjid terawal dalam pembentukan media sosial iaitu Facebook pada 22 Januari 2014 yang mempunyai bilangan *likes*, 1.3K, dan bilangan *followers* seramai 1.5K sehingga kini. Manakala, Surau Bidayatul Hidayah di Kampung Batu Perak, Jalan Stakan, Kota Samarahan di antara yang terawal menubuhkan media sosial ini pada 29 Mac 2012, mempunyai bilangan *likes*, 667, dan bilangan *followers* seramai 708.

|               | Bilangan (fizikal) | Bilangan yang mempunyai Media Sosial | Jenis Media Sosial            | Jenis Media Sosial yang aktif digunakan | Aktif | Tahun terawal diciptakan Media Sosial | Nama Masjid                                  | Bilangan 'likes' | Bilangan 'followers' | Alamat Facebook                                                                                                                                   |
|---------------|--------------------|--------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------------|-------|---------------------------------------|----------------------------------------------|------------------|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Masjid</b> | 29                 | 12 (41.4%)                           | Facebook                      | Facebook                                | Ya    | 22 Januari 2014                       | Masjid Darul Ikhlas (Kampung Sindang Baru)   | 1.3K             | 1.5K                 | <a href="https://www.facebook.com/masjiddarulikhlas.kpgsindang">https://www.facebook.com/masjiddarulikhlas.kpgsindang</a>                         |
| <b>Surau</b>  | 39                 | 6 (15.4%)                            | Facebook, YouTube, Foursquare | Facebook                                | Ya    | 29 Mac 2012                           | Surau Bidayatul Hidayah (Kampung Batu Perak) | 667              | 708                  | <a href="https://www.facebook.com/KampungBatuPerakJalanStakan?locale=ms_MY">https://www.facebook.com/KampungBatuPerakJalanStakan?locale=ms_MY</a> |

Rajah 2 : Perbezaan dan persamaan di antara masjid dan surau di Kota Samarahan, Sarawak

Rajah 3 menunjukkan masjid dan surau di Kota Samarahan, Sarawak yang mempunyai *likes* yang banyak dan *followers* yang ramai. Masjid Darul Ulum di Taman Desa Ilmu, menggunakan Facebook sejak tahun 2015 mempunyai 3.4K *likes* dan 4.2K *followers*, manakala, Surau Bidayatul Hidayah di Kampung Batu Perak menggunakan Facebook sejak tahun 2012 pula mempunyai 667 *likes* dan 708 *followers*.



|               | <i>Masjid yang mempunyai bilangan 'likes' dan 'followers' yang banyak</i>           | <i>Tahun diciptakan Media Sosial</i> | <i>Alamat Facebook</i>                                                                                                                            |
|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Masjid</i> | <i>Masjid Darul Ulum (Taman Desa Ilmu)<br/>3.4K likes dan 4.2K followers</i>        | <i>17 Ogos 2015</i>                  | <a href="https://www.facebook.com/MTDI94300">https://www.facebook.com/MTDI94300</a>                                                               |
| <i>Surau</i>  | <i>Surau Bidayatul Hidayah (Kampung Batu Perak)<br/>667 likes dan 708 followers</i> | <i>29 Mac 2012</i>                   | <a href="https://www.facebook.com/KampungBatuPerakJalanStakan?locale=ms_MY">https://www.facebook.com/KampungBatuPerakJalanStakan?locale=ms_MY</a> |

*Rajah 3: Masjid dan surau di Kota Samarahan, Sarawak yang mempunyai 'likes' dan 'followers' yang banyak*

Berdasarkan pencarian dan penelitian ke atas laman sosial Facebook masjid-masjid dan surau-surau di Kota Samarahan, Sarawak, didapati penyebaran maklumat berkenaan agama Islam, maklumat yang berkaitan masyarakat setempat telah dikongsi dengan aktifnya oleh pihak yang bertanggungjawab. Malah, penduduk setempat juga berkongsi maklumat yang terkini bagi diberitakan kepada seluruh masyarakat setempat.

Antara aktiviti-aktiviti yang dikenalpasti melalui penelitian laman sosial Facebook dari masjid-masjid, iaitu; Ceramah Khas atau Perdana, Tazkirah, Gotong-royong, Khutbah Jumaat, Sambutan Maulidur Rasul, Solat Hajat Perdana, Bacaan Yaasin, Majlis Ilmu, Kuliah Maghrib Berkitab, Karnival AidilAdha, Forum Bicara Ad-Din, Pertandingan Mahrajan Sekolah-Sekolah Daerah Samarahan secara langsung, Kelas Ngaji, Program Santai Sua Muka Muslimah Kariah, Iftar Jamaie, Majlis Penyampaian Sumbangan Ramadhan Al Mubarak, Kem Ihya Ramadhan, Bengkel Hala Tuju Kerjaya 2019, Kursus Pra Perkahwinan, Pasar Mingguan Ajwa Al Madina, Kem Bestari Solat, Majlis berbuka puasa, Qiamullail, tazkirah subuh Ramadhan, Info Kesihatan, Tahlil Perdana, Kuliah/tafsir Hadis, Program Ceramah daripada Jabatan (Mufti Negeri Sarawak) Program Az-Ziyarah Mufti dan Masyarakat, Secara Langsung Kuliah Maghrib, Ceramah/Mengaji Al-Quran/Tadabur Al-Quran, Secara Langsung Khutbah Jumaat, Program Komuniti, Program Geng Ngaji Remaja setiap minggu, Majlis Sambutan Maal Hijrah, Program Amal Khidmat Bakti Masyarakat, Penyampaian Bantuan Makanan dan Penyerahan Beg Sekolah, Sambutan Nisfu Syaaban, Kursus Pengurusan Jenazah, Kem Sukarelawan Belia, Program Raudhatul Sakinah Anjuran Pejabat Kemas Samarahan, Kursus Haji, Bengkel "Tahsin Solat", "Kem Sukarelawan Belia", Riadah memanah, Program Kem Bestari Solat Perdana Siri 1, Kem Kemahiran Belajar, info infaq, Kuliah Dhuha, Majlis Khatam Al-Quran, Tazkirah Tarawih, Tazkirah Khas Imam Palestin, Kelas Bahasa Arab, Kelas Asas Tarannum, Program Bubur Lambuk, Kelas Fardhu Ain, Program Hari Kesihatan Komuniti, Kelas Pengajian Takmir, Pertandingan Mencipta Logo.

Namun begitu, bagi surau-surau di Kota Samarahan, antara aktiviti-aktiviti yang dijalankan adalah; Takbir Raya dan Majlis Bacaan Yaasin, Hari Raya Qurban, Kursus Umrah, Kelas untuk Jemaah Wanita, Majlis Tahlil, Program Semarak Ukhuwah Parlimen P197 Kota Samarahan, Aktiviti Olahraga Silat Gerak Hidayat, Kursus Pengurusan Jenazah, Siaran Langsung, Booth Jualan, Promosi Pembukaan Akaun Tabung Haji, Ceramah dari Saudara Syamsul Debat dan Ustaz Don Daniyal, Sambutan Rumah Terbuka, Gotong-royong, Perkongsian Hukum & Fatwa, Ceramah Fenomena Gerhana Bulan Penuh, dan Tazkirah. Aktiviti-aktiviti ini dimuat naik ke atas media sosial khususnya Facebook bagi memaklumkan kepada pengikut akaun masjid-masjid ini. Ada diantara aktiviti ini di kongsi sebelum acara berlangsung, ia secara tidak langsung menjadi medan promosi kepada pengikut di platform terbabit. Terdapat juga aktiviti yang telah dijalankan dan dimasukkan ke dalam Facebook masjid. Ini di lakukan bagi memaklumkan kepada pengikut akaun mereka dan juga masyarakat setempat mengenai kegiatan yang telah dilaksanakan. Ini secara tidak langsung boleh menarik minat belia juga beliawanis untuk mengikuti perkembangan masjid dari semasa ke semasa. Impak positif akan dapat dilihat dari jumlah mereka yang hadir pada masa akan datang dan seterusnya memberikan peluang kepada masjid untuk terus kekal relevan.

## 8. Perbincangan

### Facebook

Penggunaan media sosial yang kerap di kalangan masyarakat pada masa kini telah menjadi suatu rutin, di mana dengan mudahnya kita dapat memuatnaik status, meluahkan perasaan, dan menyebarkan maklumat dengan bebasnya. Pelbagai media sosial telah diperkenalkan kepada seluruh dunia, seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube dan lain-lain. Facebook merupakan antara media sosial yang masih relevan dan popular, dan masih digunakan hingga ke hari ini



(Haronzah, Mani, & Wan Embong, 2019). Sehubungan itu, pihak masjid dan surau di Kota Samarahan, Sarawak telah mengambil langkah inisiatif dalam menyebarkan maklumat agama Islam dan maklumat lainnya dengan menggunakan medium media sosial Facebook. Hasil dapatan dari analisis menunjukkan pihak pengurusan masjid dan surau lebih cenderung menggunakan Facebook, berbanding media sosial yang lain, di atas faktor percuma dan mudah dicipta akaun rasmi sesebuah masjid dan surau. Di samping, Facebook dapat memuatnaik status, gambar, video, acara atau aktiviti yang dijalankan oleh pihak masjid dan surau dengan mudah dan waktu yang fleksibel.

### Penyebaran Agama Islam dan Maklumat

Masjid dan surau selalunya menjadi medan perkumpulan para kariah dan masyarakat setempat. Ini bertujuan untuk memudahkan proses komunikasi dua hala, merapatkan silaturahim dan menyebarkan maklumat agama Islam dan lainnya. Selain perkumpulan kariah sewaktu solat, solat Jumaat, dan acara rasmi seperti meraikan Raya Qurban, Raya Aidilfitri, dan yang bersifat acara wajib di masjid dan surau, pendekatan media sosial juga dititikberatkan dalam penyampaian maklumat agama Islam, seperti pemakluman mengadakan Ceramah Perdana, Kuliah Subuh, Maghrib, Dhuha, dan Khas, maklumat berupa kesihatan, infaq dan sedekah, pertandingan, kem, pengurusan jenazah, dan aktiviti melibatkan komuniti juga diketengahkan bagi memudahkan urusan ambil tahu atau ambil maklum keadaan sekeliling di kalangan masyarakat setempat. Masjid dan surau yang aktif dengan pelbagai aktiviti adalah cenderung menggunakan media sosial sebagai perantara kepada para kariah. Sekaligus, penyebaran dan penyampaian agama Islam dan maklumat lainnya dapat direalisasikan dan dimanfaatkan oleh seluruh masyarakat setempat. Bukan sahaja masyarakat setempat dapat menerima maklumat yang disalurkan, malah masyarakat luar dan seluruh dunia dapat mengetahui kewujudan sesebuah masjid dan surau tersebut berpandukan kepada kewujudan media sosial masjid dan surau itu.

### 9. Penutup

Sewaktu zaman kegemilangan Tanah Melayu dahulu, masjid dan surau menjadi satu tempat yang amat penting kepada penduduk sekitar. Ia berperanan menjadi pusat kebudayaan, pusat aktiviti dan juga tempat perkembangan dakwah islamiah. Seajar dengan perubahan landskap yang dialami oleh masyarakat, masjid perlu memainkan peranan yang lebih berdaya saing dan bersifat ke hadapan. Penggunaan teknologi dilihat sebagai satu pemangkin yang membolehkan masjid kembali menjadi entiti penting dalam kehidupan masyarakat. Facebook, TikTok, Instagram, dan pelbagai media sosial yang bersifat warna-warni dan disenangi oleh golongan muda ini jika digunakan dengan betul akan mampu menarik lebih ramai golongan masyarakat untuk mengimarahkan masjid dan surau. Pembangunan kandungan berasaskan aktiviti yang telah berlangsung atau bakal berlangsung akan dapat menarik perhatian para pengguna media sosial ini. Sekaligus memberi impak yang positif kepada para kariah dan golongan masyarakat setempat dalam menerima dan menggunakan perkongsian maklumat yang tepat, betul dan sahih, supaya medan ilmu dapat diteruskan dari generasi ke generasi.

Pengguna teknologi digital perlu disokong, dan penggunaan teknologi dalam institusi masjid dan surau perlu dioptimumkan. Ia akan dapat membantu institusi masjid dan surau menyebar luas segala kegiatan dan aktiviti yang dilakukan bersama masyarakat setempat dan juga ke seluruh dunia. Platform media sosial merupakan medium terbaik pada masa kini dan tenaga kerja di pihak masjid perlu mengambil peluang untuk mengangkat martabat masjid ditempat yang sepatutnya. Hantaran yang dibuat diatas platform ini akan memberikan kesan kepada imej sesuatu institusi itu sendiri. Secara tidak langsung jaringan sosial ini mencerminkan ketampanan sosial komuniti terlibat. Ini seterusnya dapat mengangkat martabat agama Islam di mata dunia. Untuk kajian yang akan datang, pengkaji mencadangkan untuk melihat cabaran dan harapan pihak masjid dan surau dalam era teknologi yang semakin berkembang dan sekaligus dapat mengetahui keperluan mereka untuk selari dengan perkembangan digital.

### Rujukan

- Abdul Halim, Z. Z., Azmi, D. S., Jasmi, K. A., (2019). *Media sosial dan trend penggunaan menurut Islam* In Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19) pada 15hb. Disember 2019 di DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM. Program anjuran Akademi Tamadun Islam, FSSK, UTM, p. 001-016.
- Abdul Khalik, M. (2019). The use of social media as a source of religious knowledge among doctors in Makassar, Indonesia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(4), 272-285.
- Che Wan Ahmad Shamsul Bahri, C. W., et al., (2021). Transformasi Digital Dalam Aktiviti Pengimarahkan Masjid Al-Azhar, Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS). *Al-Mimbar: International Journal of Mosque*, 1(2), 7-26
- Data & statistik hal ehwal masjid (2023). Khidmat Islam Sarawak. Retrieved from [https://kiswa.sarawak.gov.my/kiswa/main/portal/external\\_data/?id=2&menu\\_id=3&sub\\_menu\\_id=35](https://kiswa.sarawak.gov.my/kiswa/main/portal/external_data/?id=2&menu_id=3&sub_menu_id=35)



- Ghazali, Z. (2017). Pemanfaatan Media Sosial FaceBook Sebagai Media Dakwah Dalam Masyarakat Virtual. *Jurnal Al-Muttaqin*, IV(1), 85-90.
- Haronzah, M. F., Mani, I. & Wan Embong, W. H. (2019). *Media Sosial dan Facebook Menurut Islam* in Jasmi, Kamarul Azmi (Ed.), Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19) pada 15hb. Disember 2019 di DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM. Program anjuran Akademi Tamadun Islam, FSSK, UTM, p. 257-276.
- Internet User Survey* (2020). Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., Silvestre, B. S., (2011). Social Media? Get Serious! Understanding the functional building blocks of Social Media, *Business Horizons*, 54 (3), pp.241-251.
- Lachica. L. P. F. (2015). Classroom communication and ICT integration: Public high school teachers' notions. *International Journal on Integrating Technology in Education (IJITE)*, 4 (2), 1-11.
- Nasikin, M. (2017). Memakmurkan Masjid Melalui Gerakan Shalat Berjama'ah di Desa Parampuan Kecamatan Labuapi Kabupaten Lombok Barat. El-Tsaqafah: *Jurnal Jurusan PBA*, 16(1), 93–102.
- Nevihwa, N., Maya, R., & Yasyakur, M. (2018). Peran Perhimpunan Remaja Masjid At-Taqwa (Permat. El-Tsaqafah: *Jurnal Jurusan PBA*, 16(1), 93–102.
- Omer, H. F., & Farhadullah. (2019). Institution of Masjid and its role in social change: Challenges and prospects. *Jurnal Penyelidikan Islam dan Kontemporari (JOIRC)*, 2 (4), 1-12.
- Santos, M.L.B.d. (2022), "The "so-called" UGC: an updated definition of user-generated content in the age of social media", *Online Information Review*, 46(1), 95-113. <https://doi.org/10.1108/OIR-06-2020-0258>
- Siti Noor Amyah K., Rusniyati M., & Sharliana C. A., (2019). *Penggunaan media baharu sebagai medium penyampaian agama Islam* in Persidangan Antarabangsa Tokoh Ulama Melayu Nusantara 2019 ke-3 Hotel Grand Blue Wave Shah Alam, Selangor. 22 Oktober 2019, p. 271-282.