

**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI
MEDIUM DAKWAH ISLAM
DALAM KALANGAN PENDUDUK
KAMPUNG BESERAH, KUANTAN, PAHANG.**

Mohd Mokhtarishah Bin Mohamed Mokhtar

Hasmadi Bin Hj. Hassan

Pusat Sains Kemanusiaan

Universiti Malaysia Pahang

Emeil : mokhtarishah_jasa@yahoo.com

ABSTRAK

Penulisan ini bertujuan untuk mengenal pasti penggunaan media sosial untuk tujuan berdakwah. Kajian ini dicadangkan setelah melihat kerancakan penggunaan media sosial sebagai medium dakwah dan penularan dakwah bebas tanpa terkawal melalui media sosial yang dikhuatiri boleh mengundang kekeliruan, terpedaya, penyebaran ajaran sesat dan fahaman ekstremisme. Masyarakat bimbang dengan kesahihan kandungan mesej dakwah dan belum berpuashati dengan kualitinya. Oleh itu, kajian ini berpeluang melihat sejauh mana tahap penggunaan media sosial sebagai medium dakwah dan implikasi mesej dakwah yang diperolehi daripada media sosial. Sampel kajian seramai 100 responden yang terdiri daripada penduduk Kampung Beserah, Kuantan. Satu set soal selidik yang mengandungi 46 item dibina oleh penyelidik berdasarkan sumber-sumber kajian dan telah diedarkan kepada responden. Manakala data yang diperolehi telah dianalisis menggunakan perisian “Statistical Packages For Social Sciences” (SPSS) versi 23.0. Penganalisan data dibuat dengan menggunakan statistik deskriptif iaitu peratusan, min dan sisihan lazim bagi menjawab persoalan kajian. Sementara statistik inferensi iaitu Anova sehala, ujian-t dan kolerasi digunakan untuk menguji hipotesis-hipotesis kajian. Hasil dapatan kajian ini diharapkan dapat menyumbang kepada mengenalpasti penggunaan media sosial sebagai medium dakwah dan mempertingkatkan lagi kandungan dan kualiti mesej dakwah untuk diadaptasi dalam kehidupan seharian.

Kata Kunci : Penggunaan Media Sosial, Medium Dakwah, Dakwah Islam.

PENGENALAN

Di era dunia tanpa sempadan, kehidupan harian manusia bergerak ke arah digital sama ada dalam bidang sosial, pendidikan, kesihatan termasuk bidang keagamaan. Ledakan teknologi komunikasi memainkan peranan yang penting sebagai medium perkembangan ilmu. Apabila kita melihat ledakan teknologi komunikasi yang semakin pesat membangun ini, nescaya pelbagai ilmu dan isu-isu dapat dilihat dan dibaca melalui paparan yang ditulis dan dimuat naik oleh pemilik-pemilik akaun media sosial. Menurut Severin dan Tankard (2001), komunikasi awal manusia melalui pelbagai peringkat dan perkembangan bermula daripada sistem media tradisional sehingga kepada teknologi terkini seperti kemunculan Internet.

Rasulullah SAW telah menyebarkan dakwah dengan komunikasi berkesan dengan menggunakan pelbagai medium dakwah. Namun, sesuai dengan peredaran zaman masa kini, Noor Shakirah (2006) menjelaskan bahawa media menjadi nadi kepada maklumat, kejayaan sesuatu usaha dalam masyarakat bergantung kepada usaha sejauh mana mereka menguasai medium pada zamannya. Media sosial digunakan sebagai medium berkomunikasi dan menyampaikan mesej dakwah secara *online* tanpa mengira waktu sama ada di waktu siang atau malam dan di mana sekalipun berada tidak kira jauh jarak atau dekat. Media Sosial bukan sahaja memudahkan urusan harian tetapi juga memudahkan dalam penyampaian dakwah malahan dapat pula berinteraksi antara satu sama lain melalui aplikasi media sosial yang sentiasa dalam gengaman tangan. Pelbagai ilmu dan maklumat boleh diperolehi dengan mudah.

Media Sosial merupakan sebuah kumpulan aplikasi berasaskan internet yang membangun atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan membolehkan penciptaan dan pertukaran (Kaplan dan Haenlein 2010). Media sosial ialah aplikasi yang berasaskan internet yang membolehkan pengguna untuk “post”, “tweet” dan sebagainya yang membolehkan mereka untuk mengekspreskan atau menggambarkan pengalaman peribadi mereka dan pandangan serta berkongsinya dengan orang lain (Efthymiou dan Antoniou 2012).

Perkataan ‘dakwah’ diambil daripada istilah Bahasa Arab iaitu dari kata da’a, yad’u, da’watan, da’wan, du’aan. Dakwah dari segi Bahasa bererti menyeru, mengajak dan memanggil, meminta tolong, menjemput dan melaung. Dakwah dari segi istilah bermaksud menyeru atau mengajak kepada sesuatu perkara, iaitu mengajak manusia kepada jalan kebaikan seperti menyeru supaya menjadikan *Islam* sebagai “way of life” atau dasar dan pedoman hidupnya. Kata dakwah juga adalah *fi’il amr* yang membawa erti satu perintah.

Perkataan Dakwah dalam Kamus Dewan adalah suatu kegiatan menyeru, membimbing, mengajak dan menyakinkan orang lain terhadap sesuatu kepercayaan supaya menerimanya. Oleh yang demikian, usaha menyeru dan menyakinkan orang lain untuk memahami dan mengamalkan ajaran Islam hendaklah penuh keikhlasan dan disampaikan dengan cara hikmah supaya dapat diterima dengan sebaiknya dan kerelaan hati tanpa paksaan.

Mereka yang menyampaikan dakwah dari kalangan umat Islam digelar sebagai da’i atau disebut sebagai pendakwah. Peranan da’i ialah mengajak orang memahami Islam, menyampaikan ilmu, menyeru kepada melakukan perkara-perkara kebaikan (makruf), melarang daripada melakukan keburukan atau perbuatan yang terlarang (mungkar) melalui proses bersemuka atau dialog.

Penggunaan media bagi menyampaikan mesej agama telah digunakan sejak zaman awal Islam lagi iaitu sejak zaman Rasulullah S.A.W ketika itu boleh dikaitkan sebagai media dakwah kerana komunikasi dalam Islam merupakan dakwah iaitu mengajak umat untuk menyakini aqidah dan syariat Islam. (Ghazali, 2008). Pada mula dakwah Islam, penyebarannya untuk mengubah *attitude* atau perilaku manusia, dari yang tidak berakhlak menjadi berakhlak, dari yang tidak mempunyai sifat kemanusiaan kepada menjadi manusiawi, dari yang nista menjadi terpuji (*akhlaq al karima*). Hal ini merujuk pada salah satu hadis Nabi yang mengatakan bahawa Baginda diutus ke muka bumi untuk menyempurnakan akhlak manusia. Oleh yang demikian, tujuan utama penyebaran Islam adalah untuk membentuk peribadi yang baik, menyenangkan dan bermanfaat bagi orang lain.

LATAR BELAKANG KAJIAN

Umat Islam dituntut menghubungkan silaturrahim dengan berinteraksi dan berkomunikasi sesama manusia berpandukan kepada ajaran al-Quran dan as-Sunnah yang merupakan rujukan tertinggi. Usaha berdakwah adalah tanggungjawab seluruh umat Islam tanpa mengira pangkat, harta, latar belakang pendidikan, warna kulit dan pekerjaan. Umat Islam digalakkan untuk menuntut ilmu pengetahuan supaya mereka boleh menyebarkannya kepada orang lain. Menurut Ali Mahfuz (1975) dakwah sesama umat Islam adalah merupakan usaha dakwah yang dilakukan dalam kalangan sesama saudara Islam dengan membimbing mereka ke arah kebaikan serta mencegah mereka daripada melakukan kemungkaran.

Penyebaran dakwah dengan ilmu pengetahuan, fakta dan hujah akan lebih menyakinkan dan memberi kesan yang mendalam dan berpanjangan kepada orang lain untuk mengubah diri dari keadaan yang buruk kepada keadaan yang baik dan yang baik kepada keadaan yang lebih baik lagi. Menurut Ab Aziz Mohd Zin (2003), dakwah yang dilakukan kepada sesama umat Islam diistilahkan sebagai islah merupakan satu usaha memperbaiki keadaan umat Islam sama ada dari segi akidah, akhlak, muamalah, kemasyarakatan, ekonomi dan sebagainya yang boleh membawa kepada peningkatan kualiti umat Islam.

Menurut Zulkiple (2001), setiap umat Islam bertanggungjawab menyampaikan mesej dakwah walaupun sebaris ayat dan berperanan sebagai seorang pendakwah (dae'i) mengikut kemampuan masing-masing. Justeru, komunikator Islam perlu membawa mesej kebaikan dan mencegah kemungkaran kepada khalayak. Jelasnya, dakwah merupakan seruan kepada seluruh manusia terhadap sesuatu perkara dan menggalakkan mereka bagi mendapatkan sesuatu hasil. Firman Allah SWT dalam surah Yunus, ayat 25 yang bermaksud: *“Allah menyeru (manusia) kepada tempat selamat (syurga).”*

Dakwah satu perintah menyeru manusia ke jalan Allah dengan pelbagai metode dan pendekatan yang boleh digunakan mengikut kesesuaian masa dan tempat. Al Quran ada menyebut dan menyeru berdakwah dengan cara hikmah dan bimbingan yang baik. Tujuan akhir

dakwah adalah tercapainya mendapat keredhaan Allah dan kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat.

Medium dakwah merupakan elemen penting dan memberikan impak yang tinggi kepada aktiviti dakwah kerana dengan medium dakwah yang kreatif dan kaedah penyampaian yang baik serta kandungan isi dakwah yang berkualiti memudahkan urusan pendakwah dan memantapkan lagi gerak kerja aktiviti dakwah.

Dakwah boleh dilaksanakan melalui pelbagai kaedah, usaha mengajak manusia ke arah kebaikan dan kesejahteraan khususnya untuk kembali kepada Allah tidak terhad dalam bentuk ceramah, forum, media massa ataupun dakwah secara fardiah. Manhaj atau kaedah dakwah perlu mengalami transformasi sejajar dengan perkembangan sosial, ekonomi dan juga teknologi. Contohnya kemajuan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) pada abad ke 21 ini memerlukan pendakwah menggunakan peluang dan kelebihan tersebut untuk merencana gerakan dakwah yang lebih tersusun, berkesan dan dapat diakses oleh masyarakat.

Oleh yang demikian, kreativiti dan inovasi adalah dua sikap yang boleh memacu usaha dakwah ke hadapan terutamanya apabila ia memerlukan kemahiran mengurus, bijak menganalisis keperluan ummah dan responsif kepada permasalahan ummah semasa.

PERMASALAHAN KAJIAN

Penggunaan Media Sosial adalah penting dalam kehidupan manusia apatah lagi dalam kehidupan berkeluarga. Namun begitu, terdapat pelbagai masalah yang berlaku dalam kalangan masyarakat kerana tidak menggunakan media sosial ke arah yang betul dan tidak memanfaatkannya sebagai medium dakwah untuk mendapatkan ilmu dan menyebarkan mesej dakwah Islam.

Oleh itu, adalah penting bagi setiap individu untuk mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan menggunakan media sosial untuk berkomunikasi serta mengawal diri dari

menjadi hamba kepada media sosial. Namun terdapat segelintir masyarakat yang tidak memanfaatkan media sosial dan tidak menggunakannya dengan bijak. Perkembangan media sosial yang pesat telah disalah gunakan dengan melakukan berbagai bentuk kegiatan yang tidak mendatangkan faedah dan melalaikan seperti bermain game dan melayari laman pornografi.

Media sosial telah menjadi satu elemen penting dalam sistem komunikasi serta mempunyai pengaruh yang signifikan dalam pembentukan kehidupan masyarakat hari ini. Di era teknologi, fokus kini tertumpu kepada penggunaan media sosial sebagai alat perkongsian dan penyebaran maklumat. Secara khususnya, pelbagai kelebihan yang ditawarkan oleh media sosial harus digunakan secara efektif. Ini meliputi juga penyebaran pelbagai mesej komunikasi dakwah seiring dengan konsep amar maaruf nahi munkar yang dititikberatkan dalam Islam.

Pada asal dakwah Islam mengutamakan pembentukan peribadi-peribadi yang berakhlak baik. Namun terdapat segelintir kumpulan yang menganggap kumpulan yang lain sebagai musuh mereka dan menyanggah segala idea mereka di media sosial sedangkan perkara yang dilakukan memberi manfaat kepada manusia. Segelintir pendakwah pula tidak mempunyai kemahiran dan kreatif serta tidak berani mengaplikasi teknologi komunikasi bagi memperkukuh metodologi dakwah sedia ada supaya lebih mantap dan berkesan.

Tidak dapat dinafikan sama ada disedari atau tidak disedari terdapat unsur-unsur negatif yang diserapkan oleh golongan yang tidak bertanggungjawab menggunakan akaun media sosial untuk penyebaran ajaran agama Islam yang songsang kononnya berteraskan perjuangan menegakkan kalimah Allah. Akaun media sosial milik mereka pula memaparkan status penulisan yang meragukan, maklumat palsu, fitnah, menyeru kepada permusuhan dan menanamkan kebencian sesama umat Islam.

Bahan ceramah dan dakwah disebarkan dengan begitu pantas dan dikongsi serta dimuat turun dari aplikasi media sosial. Bahkan lahir ramai penceramah dan pendakwah yang ada di antaranya tidak diketahui latar belakang pendidikannya. Penularan dakwah bebas tanpa terkawal melalui media sosial dikhuatiri boleh mengundang penyebaran ajaran sesat dan fahaman ekstremisme. Pada zaman sekarang bukan sahaja ada 'Ustaz YouTube' malah 'Ustaz WhatsApp'

pun wujud serta lain-lain lagi, di mana mereka hanya perlu merakamkan video mereka dan sebarkan kepada orang ramai melalui laman sosial. (Asyraf Wajdi 2016).

Penceramah bebas yang tidak bertauliah ini boleh menyebabkan pengetahuan yang dikemukakan tidak selari pemikiran ulama Ahli Sunnah Wal Jamaah. Ketaksuban terhadap golongan penceramah ini akan mendorong sesetengah individu mengambil jalan pintas untuk ke syurga dengan menyertai kumpulan militan atau ekstrimis. Fahaman yang dibawa melalui penceramah bebas perlu dibanteras kerana mereka berhujah akan keperluan menyertai jihad bersama IS melalui manipulasi terhadap al-Quran dan Hadis. Fahaman yang disampaikan itu bercanggah dan mempunyai doktrin militan. (Datuk Ayob Khan Mydin Pitchay 2015).

Ibubapa perlu memantau penggunaan media sosial anak-anak mereka kerana media sosial juga mungkin menyumbang ke arah kesan negatif. Salah satu penyebab berlakunya keruntuhan akhlak remaja masa kini adalah hasil daripada bahan-bahan yang mudah diperolehi di media sosial. Paparan media sosial boleh mempengaruhi tingkah laku golongan remaja yang juga dikategorikan sebagai pelajar.

Masyarakat Islam perlu menggunakan media sosial dengan bijak kerana kandungan media sosial sering didedahkan dengan pelbagai maklumat yang kurang tepat, palsu, menyeleweng seterusnya merosakkan minda serta menjadikan sejumlah anggota masyarakat kita hilang jati diri dan keperibadian akhlak yang mulia. Banyak kandungan media sosial yang tidak ditapis, mengundang gejala sosial dan mengamalkan cara hidup yang tidak berakhlak seperti melepak, pergaulan bebas, mengunjungi pusat hiburan dan melakukan seks bebas. Kesannya banyak mempengaruhi pelajar terhadap penampilan akhlak yang bertentangan dengan syariat. Disamping itu menyebabkan meningkatnya masalah kecenderungan melakukan kekerasan dan perilaku negatif yang lain dalam kalangan remaja (Baron & Bryne, 1991).

Media sosial memiliki potensi besar dalam mengubah sikap dan perilaku masyarakat terutama remaja yang relatifnya masih mudah terpengaruh dan dipengaruhi. Media sosial jika digunakan dengan bijak akan memudahkan seseorang untuk belajar, berdakwah, mencari informasi, berniaga dan lain-lain.

OBJEKTIF KAJIAN

- i. Mengenalpasti sikap/persepsi masyarakat setempat terhadap media sosial sebagai kaedah dakwah.
- ii. Menentukan jenis/bentuk dakwah samada penulisan, pesanan ringkas, interaktif, mesej berangkai dan penerangan yang paling dominan menerusi media sosial dalam kalangan masyarakat setempat.
- iii. Menentukan tahap kualiti dakwah menerusi media sosial dalam kalangan penduduk setempat.

PERSOALAN KAJIAN

- i. Apakah sikap/persepsi masyarakat setempat terhadap media sosial sebagai kaedah dakwah?.
- ii. Apakah jenis/bentuk dakwah samada penulisan, pesanan ringkas, interaktif, mesej berangkai dan penerangan yang paling dominan menerusi media sosial dalam kalangan masyarakat setempat?.
- iii. Apakah tahap kualiti dakwah menerusi media sosial dalam kalangan penduduk setempat?.

KEPENTINGAN KAJIAN

Kajian ini penting untuk membantu dalam menjadikan media sosial sebagai wasilah dakwah dan hubungan penggunaan media sosial dengan kualiti mesej dakwah. Kajian ini penting kepada pengamal media sosial, penggiat dakwah Islam, para pendidik, penyelidik dan ibubapa serta masyarakat untuk mengetahui dan memahami tahap penggunaan media sosial sebagai medium dakwah, pengalaman penggunaan media sosial dan kualiti kandungan mesej dakwah.

Kajian ini penting untuk memberi faedah kepada pengamal media sosial yang mana ianya dapat membantu dalam menggalakkan minat untuk mempelajari Islam dan menimba ilmu. Pengamal media sosial boleh melihat kecenderungan penggunaan media sosial sebagai medan

untuk memperoleh maklumat dan berinteraksi di alam maya serta penggunaan media sosial dalam aktiviti pendakwaan dan tujuan keagamaan.

Kajian ini juga penting untuk meningkatkan mutu kandungan mesej dakwah supaya ianya dapat disampaikan dengan lebih segar dan kreatif dengan mutiara kata, video, gambar, komik, komedi, sajak, pantun, animasi dan cerita pendek. Kandungan mesej dakwah yang berkesan mestilah menggunakan bahasa yang ringan dan santai. Hasil kajian ini juga membantu untuk meningkatkan kemahiran komunikasi dan penggunaan media sosial sebagai medium dakwah.

Melalui kajian ini juga, dapat membantu dalam menilai kandungan mesej dakwah yang bagaimana diminati, diikuti dan diamalkan oleh pengamal media sosial serta dapat melihat kecenderungan pengamal media sosial sama ada mereka menerima apa saja status dalam akaun media sosial berkaitan agama Islam tanpa menyelidik terlebih dahulu kesahihannya atau melihat sumber rujukan terlebih dahulu sebelum mempercayainya.

METODOLOGI KAJIAN

Metodologi kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif, data-data dan maklumat yang diperolehi dianalisis secara kaedah kuantitatif. Pemerolehan maklumat yang diperlukan bagi tujuan ini adalah daripada sumber-sumber yang sedia ada seperti buku, artikel, jurnal akhbar, maklumat atas talian dan penulisan ilmiah. Kajian ini menggunakan kajian deskriptif yang dijalankan secara tinjauan dengan menggunakan soal selidik sebagai instrumen kajian utama. Menurut Majid (1998), penyelidikan deskriptif merupakan penyelidikan yang bermatlamat untuk menerangkan sesuatu fenomena yang sedang berlaku.

DAPATAN KAJIAN

Hasil kajian dibahagikan kepada Bahagian A iaitu demografi dan Bahagian B. Bahagian A berkaitan demografi responden iaitu jantina, status perkahwinan, peringkat umur, pendidikan, pengalaman dan pekerjaan.

Jantina

Jantina	Bilangan	Peratusan
Lelaki	37	37.0
Perempuan	63	63.0
Jumlah	100	100

Jadual 1, hasil daripada kajian didapati bahawa bilangan responden lelaki seramai 37 orang (37.0 peratus) dan perempuan seramai 63 orang (63.0 peratus) orang.

Status Perkahwinan

Jantina	Bilangan	Peratusan
Lelaki	67	67.0
Perempuan	33	33.0
Jumlah	100	100

Jadual 2, hasil daripada kajian didapati bahawa bilangan responden yang telah berkahwin seramai 67 orang (67.0 peratus) dan belum berkahwin seramai 33 orang (33.0 peratus) orang.

Peringkat Umur

Umur	Kekerapan	Peratusan
18 hingga 25 tahun	16	16.0
26 hingga 35 tahun	45	45.0
36 hingga 45 tahun	18	18.0
46 hingga 55 tahun	21	21.0

Jumlah

100

100

Jadual 3, analisis data menunjukkan majoriti responden berumur antara 26 hingga 35 tahun adalah seramai 45 orang (45.0 peratus), berumur antara 36 hingga 45 tahun seramai 18 orang (18.0 peratus), bilangan responden berumur antara 46 hingga 55 seramai 21 orang (21.0 peratus), bilangan responden berumur antara 18 hingga 25 tahun seramai 16 orang (16.0 peratus).

Pendidikan

Tahap Pendidikan	Bilangan	Peratusan
SPM	42	42.0
STPM	12	12.0
Diploma	23	25.0
Sarjana Muda	17	17.0
Sarjana	6	6.0
Jumlah	100	100

Jadual 4, tahap Sijil Pelajaran Malaysia (SPM) seramai 42 orang (42.0 peratus), Diploma seramai 23 orang (23.0 peratus), Sarjana Muda seramai 17 orang (17.0 peratus), Sijil Tinggi Pelajaran Malaysia seramai 12 orang (12.0 peratus) dan Sarjana seramai 6 orang (6.0) peratus.

Pengalaman Menggunakan Media Sosial Sebagai Medium Dakwah

Pengalaman	Bilangan	Peratusan
11 hingga 15 tahun	73	73.0
6 hingga 10 tahun	20	20.0
1 hingga 5 tahun	7	7.0
Jumlah	100	100

Minimum = 1 tahun
Min = 9.7 tahun

Maksimum = 15 tahun
Julat = 14

Jadual 5, pengalaman 11 hingga 15 tahun seramai 73 orang (73.0 peratus), 6 hingga 10 tahun seramai 20 orang (20.0 peratus) dan 1 hingga 5 tahun seramai 7 orang (7.0 peratus).

Pekerjaan

Pekerjaan	Kekerapan	Peratusan
Pelajar	19	19.0
Peniaga	45	45.0
Pegawai Kerajaan	36	36.0
Jumlah	100	100

Jadual 6, peniaga seramai 45 orang (45.0 peratus), pegawai kerajaan seramai 36 orang (36.0 peratus) dan pelajar seramai 19 orang (19.0 peratus).

Bahagian B, soalan berkaitan penggunaan media sosial sebagai medium dakwah iaitu sikap/persepsi tentang penggunaan media sosial, pengalaman menggunakan media sosial dan kualiti mesej dakwah.

1. Tahap penggunaan media sosial berdasarkan sikap penggunaan media sosial sebagai medium dakwah

Perkara	Sangat Setuju %	Setuju %	Tidak pasti %	Tidak Setuju %	Sangat Tidak Setuju %
B1	77 (76.2)	23 (22.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
B2	53 (52.5)	22 (21.8)	0 (0.0)	22 (21.8)	3 (3.0)
B3	24 (23.8)	21 (20.8)	0 (0.0)	55 (54.5)	0 (0.0)
B4	44 (43.6)	37 (36.6)	0 (0.0)	14 (13.9)	5 (5.0)
B5	27 (26.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	18 (17.8)	55 (54.5)

Berdasarkan jadual 1 di atas, B1 menunjukkan 76.2 peratus responden sangat bersetuju dengan “banyak mengikuti ilmu dan isu-isu tentang Islam di media sosial” dan 22.8 peratus responden setuju. Mengenai B2, sejumlah 52.5 peratus responden sangat setuju, peratusan yang sama 21.8 peratus responden bagi setuju dan tidak setuju dan 3.0 peratus responden sangat tidak setuju dengan “banyak menaikkan status yang berkaitan dengan dakwah Islam di media sosial”, Adapun B3, sejumlah 54.5 peratus responden tidak setuju bahawa “banyak mengikuti akaun media sosial tokoh-tokoh agama untuk mempelajari ilmu agama Islam”, manakala 23.8 peratus responden sangat setuju dan selebihnya 20.8 peratus responden setuju dengan pernyataan tersebut. B4 pula, sangat bersetuju 43.6 peratus responden, 36.6 peratus responden setuju, 13.9 peratus responden tidak setuju dan hanya 5.0 peratus responden sangat tidak setuju dengan pernyataan “banyak mengikuti akaun media sosial kumpulan-kumpulan dakwah berkaitan ilmu Islam” B5 berkaitan “banyak merujuk kepada beberapa penulisan di media sosial mengenai Islam sebelum mempercayainya” mendapati 54.5 peratus responden sangat tidak setuju, 26.7 peratus responden sangat setuju dan 17.8 peratus responden tidak setuju.

2. Penggunaan Media Sosial Dalam Kalangan Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan Media Sosial.

Perkara	Sangat Setuju %	Setuju %	Tidak pasti %	Tidak Setuju %	Sangat Tidak Setuju %
B6	31 (30.7)	69 (68.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
B7	0 (0.0)	34 (33.7)	0 (0.0)	49 (48.5)	17 (16.8)
B8	0 (0.0)	7 (6.9)	7 (6.9)	64 (63.4)	22 (21.8)
B9	9 (8.9)	15 (14.9)	0 (0.0)	76 (75.2)	0 (0.0)
B10	44 (43.6)	18 (17.8)	0 (0.0)	38 (37.6)	0 (0.0)

Dalam jadual 2 di atas, B6 menunjukkan 68.3 peratus responden setuju dan seramai 30.7 peratus responden sangat setuju dengan “berpengalaman menggunakan aplikasi media sosial seperti Blog, Twitter, Facebook, Whatapps dan Youtube”. Mengenai B7 sejumlah 48.5 peratus

responden tidak setuju, 33.7 peratus responden setuju dan 16.8 peratus responden sangat tidak setuju dengan ”berpengalaman menjadikan media Sosial sebagai medium dakwah untuk menyebarkan dakwah Islam”. Adapun B8 sejumlah 63.4 peratus responden tidak setuju, 21.8 peratus responden sangat tidak setuju dan 6.9 peratus responden setuju dan tidak pasti dengan “berpengalaman menggunakan mesej dakwah untuk membantu dalam memperbaiki kerja-kerja dakwah Islam”. B9 pula sejumlah 14.9 peratus responden setuju, 8.9 peratus responden sangat setuju dan 75.2 peratus responden menyatakan tidak setuju dengan “berpengalaman menggunakan mesej dakwah yang santai untuk menambahkan keseronokan dalam berdakwah”. B10 berkaitan sejumlah 43.6 peratus responden sangat setuju, 37.6 peratus responden tidak setuju dan 17.8 peratus responden setuju dengan “berpengalaman menyebarkan mesej dakwah dengan pelbagai ilmu pengetahuan untuk diadaptasi dalam kehidupan harian”.

3. Tahap penggunaan media sosial di kalangan responden berdasarkan kualiti kandungan mesej dakwah.

Perkara	Sangat Setuju %	Setuju %	Tidak pasti %	Tidak Setuju %	Sangat Tidak Setuju %
B11	97 (96)	3 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
B12	94 (93.1)	4 (4.0)	2 (2.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
B13	94 (93.1)	6 (5.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
B14	92 (91.1)	8 (7.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
B15	94 (93.1)	6 (5.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)

Dalam jadual 3, B11 menunjukkan 96 peratus responden sangat setuju dan 3.0 peratus responden setuju dengan “mesej dakwah dan isu-isu tentang Islam yang lebih dipercayai adalah mesej yang disertai dengan nama penulis atau sumber rujukan”. Mengenai B12 sejumlah 93.1 peratus responden sangat setuju dan 4.0 peratus responden setuju dengan “kandungan mesej dakwah Islam yang diminati adalah dalam bentuk yang kreatif, ringkas dan padat”. Adapun B13

sejumlah 93.1 peratus responden menyatakan sangat setuju dan 5.9 peratus responden setuju dengan “kandungan mesej dakwah yang paling popular ialah mengandungi kata-kata mutiara dan motivasi ke arah kebaikan”. B14 pula, 91.1 peratus responden sangat setuju dan 7.9 peratus responden setuju dengan “kandungan mesej dakwah yang terbaik ialah menghindarkan perasaan syak wasangka dan curiga kepada seseorang”. B15 berkaitan 93.1 peratus responden menyatakan sangat setuju dan 5.9 peratus responden setuju dengan ”kandungan mesej dakwah yang paling popular ialah mengandungi kata-kata mutiara dan motivasi ke arah kebaikan”.

RUMUSAN

Media sosial merupakan satu medium penyampaian maklumat dan ilmu terpenting yang sangat berpengaruh pada masa kini dalam kalangan masyarakat. Namun penggunaan media sosial masih lagi kurang dan lesu dalam mengaplikasikan dakwah melalui medium ini. Dapatan kajian telah membuktikan kepentingan media sosial dalam menyampaikan misi dakwah.

Usaha-usaha proaktif perlu dilakukan untuk merealisasikan dan memberi nafas baru kepada pendekatan dakwah yang lebih efektif, interaktif dan berinovasi dengan menjadikan media sosial sebagai medium utama dakwah. Untuk menarik minat penggunaan media sosial sebagai medium dakwah, maka beberapa cadangan disyorkan iaitu menyediakan pelbagai bahan dakwah yang kreatif, ringkas, padat, santai, ringan dan mudah difahami. Pendakwah perlu mempelbagaikan informasi berbentuk penceritaan dan sejarah seperti kisah-kisah para rasul, para sahabat dan alim ulama serta tokoh agama kepada umum kerana kisah-kisah tauladan sangat diminati ramai. Pendakwah juga perlu memperbanyakkan dakwah secara interaktif seperti Live Facebook untuk menggalakkan orang ramai menuntut ilmu dengan penuh yakin, pelbagai ilmu dan jawapan terhadap persoalan yang dikemukakan dapat disampaikan secara terus oleh pendakwah dan guru yang mengajar.

Media sosial mampu meningkatkan hubungan tali persaudaraan yang jauh atau dekat. Oleh yang demikian, setiap ahli keluarga perlu digalakkan menggunakan media sosial sebagai medium untuk mengeratkan hubungan silaturahim dan berdakwah. Anak muda masih belum meminati

kandungan mesej dakwah di media sosial, maka sebaiknya dakwah Islam melalui media sosial perlu dikemaskan dalam bentuk yang kreatif seperti cerpen, komik, gambar, video dan animasi. Budaya suka membaca, mendengar dan menonton serta menyebarkan bahan-bahan berbentuk dakwah Islam perlu diterapkan dalam jiwa masyarakat. Bagi mengatasi masalah kurang promosi laman sosial dakwah, maka digalakkan mempromosikan laman sosial sebagaimana laman sosial berbentuk jual beli online.

KESIMPULAN

Media sosial memberikan banyak sekali manfaat yang baik dan boleh juga memberi impak yang buruk. Baik sekiranya digunakan untuk mendapatkan informasi dan buruk bila digunakan untuk perkara-perkara yang negatif. Media sosial membolehkan penggunaanya di seluruh dunia untuk saling berkomunikasi dan berkongsi informasi. Penggunaan media sosial sebagai medium dakwah sangat memberi manfaat yang efektif kerana maklumatnya tanpa sempadan dan tidak terbatas dengan ruang dan waktu. Dakwah Islam boleh disebarkan dan diterima secara pantas dan efisien.

Informasi dan ilmu pengetahuan yang disebarkan melalui media sosial dapat menjangkau sesiapa sahaja dan di mana sekali pun asalkan mempunyai akses dengan internet. Dari segi kos ianya sangat murah, umat Islam mestilah mampu menguasai dan memanfaatkan sebesar-besarnya perkembangan teknologi komunikasi serta menggunakan media sosial sebagai medium dakwah dengan pelbagai metode dan sarana untuk berdakwah.

RUJUKAN

Abdul Ghafar Hj. Don, 2000. *Dakwah Gerakan Islam Alaf Baru*. Bangi: Jabatan Pengajian Dakwah Dan Kepimpinan.

Abdul Rahman Abdullah, 1998. *Pemikiran Islam di Malaysia*, Sejarah dan Aliran. Pulau Pinang: PJJ, USM.

Abdullah Muhammad Zin, Che Yusof Che Mamat & Ideris Endot.1997.

Prinsip Dakwah dalam Arus Pembangunan Malaysia. Kuala Lumpur: Percetakan Watan.

Abdullah Hassan & Ainon Mohd. 1997. *Daya Pengaruh dan Perubahan Sikap*. Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distributors Sdn. Bhd.

Abdullah Muhammad Zin, 1992. *Al-Akhlak al-Islamiah-wa Atharuha fi Bina' al-Mujtama'*. Kuala Lumpur: Pustaka Antara.

Abu Hasan Hasbullah. 2012. *Teknologi Makin Maju, Pemikiran Makin Mundur*. Selangor: Utusan Karya.

Azhan Khalili Bin Shamsudin. 1994. *Islam dan Tentangan Budaya Barat*. Kuala Lumpur : Dewan Bahasa & Pustaka.

Al Maududi, 1984.*Islam dan Jahiliah*. Terjemahan Abu Amrah. Kuala Lumpur: Pustaka Salam.

Al Mawardi, 1995, *al Ahkam al Sultanah*. Terjemahan Us Osman Khalid. K.L. Percetakan Maju Jaya Indah Sdn Bhd.

Ahmad Zaki Abdul Latiff. 2006. *Transformasi Gerakan Islam dan Dakwah Timur Tengah dan di Malaysia*. Shah Alam: UPENA.

Badlihisam Mohd Nasir. 2012. *Islam dan Dakwah Dalam Zaman Kebangkitan Awal Islam dan Era Penjajahan Barat di Tanah Melayu*. *Jurnal Islamiyyat*. 34: 5-12.

Ghazali Sulaiman. (2007). *Media Komunikasi Islam*. S.Salahudin Suyurno, Huzaimah Hj Ismail & Aini Faedah Ramlan (pnyt). Shah Alam: UiTM.

Huzaimah Ismail & Baterah Alias. (2007). *Dakwah dan Kewajipan*. S.Salahudin

Suyurno, Huzaimah Hj Ismail & Aini Faezah Ramlan (pnyt). Shah Alam: UITM.

Mohd Shobi Ishak, Musa Abu Hassan, Siti Zobidah Omar & Jusang Bolong. (2011).

Kamus Dewan Edisi Keempat. 2005. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa Dan Pustaka.

Najidah Zakariya, and Abu Dardaa Mohamad , (2013) Media sebagai wasilah dakwah. *Al-Hikmah*, 5. pp. 92-99

Noor Shakirah Mat Akhir (2006). *Dakwah dan Cabaran Teknologi Maklumat, dlm. Isu dan Cabaran Media di Malaysia*, (pnyt.) Mohamad Md Yusoff et al. Pulau Pinang: Pusat Pengajian Komuniikasi Universiti Sains Malaysia.

Siti Eizaleila Mustafa & Azizah Hamzah. (2010). Media Sosial: Tinjauan Terhadap

Laman Jaringan Sosial Dalam Talian Tempatan. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*. Vol. 12, No. 2, Pages 37–52

Siti Rokiah Ab Rahman dan Fadzli Adam. 2015. Penggunaan Youtube sebagai

Medium Pembelajaran agama dalam kalangan Generasi Y di Terengganu,

Umar Halim & Samsudin A. Rahim (2010). Penglibatan Digital: Akses dan

Penggunaan E-Agama Dalam Kalangan Generasi Muda Muslim. *Jurnal komunikasi* Jilid 27(2): 121-135. UKM.

Zulkiple Abd Ghani. (2001). Komunikasi Islam Sebagai Komunikasi Alternatif. *Jurnal Islamiyyat*. 22: 79- 89.

Zulkefli Aini & S. Salahudin Suyurno (2012). *Asas Komunikasi Dakwah*. KUIS:

Jabatan Dakwah dan Pengurusan