

## **Faktor Mempengaruhi Tingkah Laku Pencarian Maklumat Keagamaan dalam Talian dalam Kalangan Generasi Muda Muslim**

NUR'AINA NABILA DUNDAI ABDULLAH  
Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor  
nurainabila@kuis.edu.my

### **ABSTRACT**

Kewujudan internet telah membuka ruang serta peluang secara meluas kepada masyarakat untuk mendapatkan pelbagai maklumat dan ilmu termasuklah maklumat keagamaan. Perkembangan ini harus dimanfaatkan oleh masyarakat Islam dalam usaha meningkatkan lagi penyertaan mereka dalam isu yang berkaitan dengan keagamaan. Kajian ini dijalankan bertujuan untuk mengenalpasti faktor yang mempengaruhi tingkah laku pencarian maklumat keagamaan dalam talian dalam kalangan generasi muda Muslim terhadap pelajar Program Komunikasi, Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS). Dengan menggunakan kaedah kajian kuantitatif iaitu kaedah survey satu set soal selidik telah diedarkan kepada 98 orang pelajar dari Program Komunikasi, KUIS. Mana kala, data dianalisis menggunakan perisian “Statistical Package of the Social Sciences” (SPSS) iaitu data deskriptif. Pencarian maklumat keagamaan didorongi oleh tujuan seperti untuk menyelesaikan kekeliruan (4.31), menambah pengetahuan (4.37), berkongsi dengan orang (4.29). Mana kala faktor yang mempengaruhi pencarian maklumat keagamaan dalam talian adalah mudah (4.16) dan bila-bila masa (4.26), maklumat yang pelbagai (4.07) dan juga bebas mencari tajuk yang diperlukan (4.10). Hasil kajian ini dapat digunakan untuk menjelaskan penggunaan internet dalam aktiviti pencarian maklumat keagamaan di samping suatu usaha menggalakkan penyertaan digital secara dalam kalangan generasi muda Muslim khususnya dalam konteks keagamaan.

*Kata kunci: Tingkah laku pencarian maklumat, Keagamaan, atas Talian, Generasi Muda Muslim*

### **PENGENALAN**

Perkembangan ICT seperti internet membantu masyarakat mengakses serta mendapatkan maklumat tanpa sempadan dengan pantas. Ab Hamid, Muhammad Ridzuan dan Mohd Nazri (2016) mendapati bahawa berdasarkan kriteria digital dan interaktif, blog umpamanya semakin diterima oleh golongan generasi Y Muslim sebagai medium yang digemari untuk belajar serta mengajar tentang Islamik. Malah turut digunakan sebagai sumber rujukan dan pembelajaran agama oleh masyarakat kerana kapasitinya menyediakan pelbagai maklumat tentang Islam (Umar & Samsudin, 2010).

Hari ini internet menjadi medium yang semakin popular, ekonomik dan selesa untuk mengakses maklumat (Majid et al., 2012). Dalam hal ini, Johnson (2010) juga menegaskan internet berpotensi tinggi dalam pembangunan selain peranannya sebagai sumber maklumat serta agen perubahan sosial yang penting. Perkembangan serta penggunaan internet ini turut membawa kesan kepada masyarakat dalam pelbagai dimensi baik budaya, kepercayaan dan juga amalan keagamaan. Internet telah diterima tidak sekadar sebagai ruang hubungan sosial

malah sebagai medium untuk individu mencari pengukuhan kerohanian peribadi (Campbell, 2005).

Topik agama dalam internet mula menimbulkan minat pengkaji di akhir tahun 1990-an sehingga kini. Internet sebuah medium yang bersifat interaktif, berkembang sebagai suatu inovasi terbaharu dan penting untuk mengembangkan pengetahuan atau maklumat keagamaan atau ritual. Dengan menggunakan chat room, guest books, FAQs dan juga forum perbincangan, manusia boleh memerhatikan bagaimana pengetahuan atau maklumat agama disebarkan secara dalam talian (Kuger, 2005). Ini memperlihatkan teknologi maklumat dan komunikasi baharu berpotensi sebagai suatu inovasi yang penting untuk tujuan keagamaan (Azimaton, Nor Hazlina & Hasrina, 2015; Chawki, 2010; Haslin & Hamdzun, 2013; Iqbal et al., 2014; Juhana, Sharida & Mohd Shahizan, 2011; Kluver & Cheong, 2007). Bahkan penggunaan internet untuk tujuan keagamaan semakin diterima masyarakat lantaran sifatnya yang interaktif, selesa, pantas dan mudah digunakan (Kapahi et al., 2013; Liza & Saodah, 2011).

Era globalisasi telah membuka ruang kepada masyarakat dunia untuk berinteraksi serta mendapatkan pelbagai maklumat dengan mudah dan pantas termasuklah maklumat keagamaan atas talian di samping juga untuk tujuan menyebarkan dakwah (Liza & Saodah, 2011). Dikatakan juga masyarakat hari ini gemar bergantung kepada keupayaan internet terutamanya melalui media sosial untuk mendapatkan pengetahuan, kepercayaan, persoalan hidup dan nilai-nilai agama melalui forum keagamaan (Lerner 2010; Piela 2010).

Dalam menggalakkan penggunaan internet sebagai medium maklumat keagamaan, laman sesawang Islamik yang ada seharusnya memiliki ciri-ciri daya tarikan yang unik untuk aktiviti Islamik atas talian (*Islamic activity online*). Laman sesawang Islamik ini boleh dimanfaatkan untuk belajar tentang Islam, bertanya golongan cerdik pandai agama, atau bersembang (chat) (Aliyu, Mahmud & Md Tap, 2012). Kewujudan internet ini juga membuka ruang kepada masyarakat dunia untuk berinteraksi serta mendapatkan pelbagai maklumat dengan mudah dan pantas termasuklah maklumat keagamaan atas talian di samping juga untuk tujuan berdakwah. Oleh yang demikian, amatlah rugi jika umat Islam tidak memanfaatkan kepentingan internet kerana pencarian maklumat dan ilmu keagamaan tidak seharusnya terhad kepada komunikasi bersemuka semata tetapi mereka juga perlu mengikut perkembangan serta perubahan teknologi masa kini.

Dalam konteks keagamaan, kini ramai agamawan serta individu tertentu sudah mula mewujudkan *personal online media portal*, laman web, dan juga platforms media sosial yang membawa kesan persekitaran siber agama yang lebih dalam kalangan masyarakat Islam di dunia. Internet yang meliputi blog, Twitter, sebagai platform perkongsian video, serta penglibatan yang tinggi dalam mikroblog dan muat naik foto serta video (Siti Ezaleila, 2013). Malah perkembangan ICT juga telah meningkatkan pertambahan maklumat untuk orang ramai dari sebelumnya dan keadaan ini menggalakkan lagi aktiviti pencarian maklumat serta penyertaan keagamaan. Internet telah berperanan sebagai arkib maya maklumat tentang Islam (Kort 2005) kerana kapasitinya untuk menyimpan maklumat. Internet juga turut menyediakan dialog berkumpulan untuk berkongsi maklumat keagamaan dalam usaha merealisasikan pendemokrasian maklumat keagamaan dalam kalangan masyarakat Islam dan bukan Islam.

Maka dengan adanya ruang maya seperti kewujudan laman sosial, portal, blog, Youtube, atau rangkaian media sosial yang lain tidak hanya terhad kepada proses penyampaian dakwah malahan juga menyumbang secara positif kepada aktiviti pencarian maklumat agama Islam dalam kalangan masyarakat Islam seluruh dunia. Justeru itu, kajian ini bertujuan untuk mengetahui tujuan dan faktor yang mempengaruhi pencarian maklumat keagamaan dalam talian dalam kalangan generasi muda Muslim.

## **TINGKAH LAKU PENCARIAN MAKLUMAT KEAGAMAAN DALAM TALIAN**

Wilson (2000) mengatakan pencarian maklumat bertujuan mencari maklumat bagi mencapai matlamat menerusi sistem maklumat seperti perpustakaan atau pun sistem yang berasaskan komputer seperti *world wide web* (www). Tingkah laku pencarian maklumat dalam talian merujuk kepada aktiviti pencarian maklumat menggunakan media komunikasi seperti internet atau ruang siber atau dengan kata lain dalam talian (*online*). Namun pencarian dan kegunaan maklumat adalah berbeza antara seorang individu dengan individu yang lain bergantung kepada keadaan serta matlamat (Ismail & Rosni 2012). Selain itu, individu mencari maklumat bertujuan untuk merapatkan jurang antara situasi yang sedang mereka hadapi dengan keperluan yang ingin dipenuhi (Dervin, 1983). Ini membuktikan bahawa pencarian maklumat dipengaruhi oleh tujuan serta matlamat yang dingin dicapai.

Aktiviti pencarian maklumat merupakan kegiatan asas kepada setiap pencapaian seseorang sebagai kunci kompetensi yang perlu, sebagai sumber untuk memenuhi keperluan maklumat mereka (Ramnah & Laili, 2011). Pencarian maklumat penting sebagai satu proses pembelajaran kerana ianya dapat mengurangkan ketidakpastian, termasuk perasaan ragu-ragu tentang sesuatu (Saodah, Narimah & Mohd. Yusof, 2003). Dalam konteks kajian ini, pencarian maklumat keagamaan adalah untuk memenuhi keperluan maklumat dan ilmu pengetahuan keagamaan generasi muda Muslim untuk pelbagai tujuan. Oleh itu, tujuan pencarian maklumat setiap orang adalah berbeza bergantung kepada keperluan mereka agar maklumat serta ilmu pengetahuan tersebut dalam dipraktikkan dalam kehidupan seharian mereka sebagai umat Islam.

Kajian lalu menunjukkan generasi muda banyak menggunakan internet untuk tujuan hiburan dan mencari maklumat (Amran et al., 2013; Kudus et al., 2017; Teong & Ang, 2016; Xi & Yeo, 2015), Facebook, online gaming, dan bersembang (*chatting*) (Moslehpour & Batjargal, 2013). *Pew Research Centre* (2015) juga melaporkan 92 peratus remaja yang berusia 12-17 tahun adalah *going online daily*. Bahkan 71 peratus daripada mereka menggunakan lebih dari satu rangkaian sosial (Lenhart 2015). Kajian Noraizan et al. (2013) mendapati generasi muda lebih berminat menggunakan internet untuk tujuan mencari maklumat hiburan, aktiviti bersantai tetapi kurang berminat dengan topic yang serius dan mereka telah memperuntukkan masa secara purata dalam 10 jam seminggu untuk melayari internet (Soh, Chew & Ridhwan, 2007).

Di Malaysia, internet juga turut berperanan penting dalam aktiviti pendakwaan dan keagamaan. Digunakan sebagai sumber rujukan dan pembelajaran agama oleh masyarakat kerana kemampuannya menyediakan pelbagai maklumat tentang Islam (Abd Hadi & Zulkiple, 2015; Umar & Samsudin, 2010). Di Era teknologi digital ini juga, orang ramai bertumpu kepada peranan internet bukan sahaja sebagai sumber maklumat malahan juga sebagai sumber carian maklumat. Peningkatan maklumat percuma di web juga turut mempengaruhi gelagat pencarian maklumat (Natarajan 2012).

Ahli kumpulan agama di Barat sering menggunakan internet untuk aktiviti seperti ibadah dalam talian, permintaan sembahyang, mendapatkan nasihat dan maklumat, berkongsi pengalaman dan pendapat, mendengar khutbah, jaringan sosial serta membeli barang-barang yang berkaitan dengan agama (McKenna and West, 2007; Cheong et al., 2009; Campbell, 2005a; Hoover et al., 2004; Helland, 2002; Foltz & Foltz, 2003; Casey, 2001; Larsen & Rainie, 2001). Højsgaard and Warburg (2005) juga melaporkan sekitar tahun 2004 terdapat lebih kurang 51 milion laman sesawang agama dalam internet bertujuan untuk menyampaikan maklumat dan berkomunikasi dengan pengikut-pengikut mereka.

*Pew Research Centre* pada tahun 2010 di Amerika Syarikat mendapati 41 peratus pengguna dari kumpulan keagamaan serta kerohanian seperti ahli gereja aktif menggunakan internet untuk akses laman sesawang kumpulan mereka untuk mempelajari serta amalan mereka (Rainie et al., 2011). Bahkan pencarian melalui Google menggunakan perkataan

“Islam” dan “Blogs” menghasilkan sebanyak 42 juta site dan hampir 12 juta adalah laman yang diterbitkan dari Malaysia (Haslin & Hamdzun, 2013). Oleh yang demikian, internet merupakan sumber maklumat dalam talian dan boleh membantu masyarakat mendapatkan maklumat keagamaan dan kerohanian.

Kajian terhadap remaja Swedish terhadap penggunaan internet untuk tujuan keagamaan mendapati mereka melayari encyclopedia untuk mencari maklumat dengan melawati laman sesawang agama (23 %) di samping juga mencari muzik atau filem agama dalam talian (20%). Lovheim (2008) juga mendapati mencari maklumat dan hiburan keagamaan menerusi internet merupakan aktiviti yang popular. Mereka juga aktif menggunakan internet untuk mencari seseorang untuk bercakap tentang isu yang sukar dalam kehidupan, memberitahu orang lain tentang kepercayaan dan juga mengekalkan hubungan. Sementara di Kuwait, *Mosque Speechmakers* mencari maklumat untuk tujuan khutbah Jumaat di mana sumber mereka adalah biographies, buku terutamanya buku Islamik, media massa (akhbar, TV, video, etc) meskipun mereka terpaksa berhadapan dengan masalah bahasa (Mansour, 2015).

Dengan adanya website Islam dapat menyampaikan intipati ajaran dan amalan Islam secara dalam talian kepada masyarakat Islam dengan tujuan untuk mempromosikan keamanan dan kefahaman tentang Islam dalam kalangan masyarakat yang berbeza agama (Mansur, Murni & Abu Osman, 2012). Hari ini internet banyak digunakan bagi tujuan keagamaan (Badshah et.al 2012) untuk membangunkan ummah (Najidah & Abu Dardaa 2013) serta memupuk makna ketuhanan (Juhana, Sharida & Shahizan 2011) malah memudahkan perbincangan mengenai Islam (Chowki 2010). Kajian Haslin & Hamdzan (2013) turut menyokong penemuan di atas di mana didapati ramai orang Melayu mencari maklumat dalam talian untuk menyelesaikan masalah seperti menggunakan Google, Youtube atau Facebook tetapi mereka akan memilih ahli agamawan yang terkenal serta penerbit tempatan.

Facebook misalnya digunakan untuk menyampai serta mendapatkan maklumat yang berkaitan ajaran Islam seperti digunakan untuk menjawab persoalan yang berkaitan dengan ritual harian (Muhamad Zaki et al., 2013). Di Singapura, teknologi maklumat digunakan sebagai medium untuk mengajar agama, menggerakkan penganut agama serta untuk penghayatan pengamalan amalan agama (Kluver & Cheong, 2007). Sementara itu, Siti Zanariah, Nor Azura dan Jusang (2014) mendapati tingkah laku pencarian maklumat produk halal didorongi oleh kekeliruan, kesedaran, sikap serta tahap agama. Ini menggambarkan bahawa internet merupakan medium penting dimanfaatkan secara berkesan dalam konteks keagamaan dan pencarian maklumat ini dipengaruhi oleh beberapa faktor yang penting.

## **METODOLOGI KAJIAN**

Kajian ini menggunakan kaedah survey untuk mengumpul data iaitu dengan mengedarkan soal selidik kepada generasi muda Muslim yang terdiri daripada pelajar program Diploma dan Ijazah sarjana Muda Komunikasi, KUIS seramai 98 orang responden. Data dianalisis menggunakan SPSS version 20.0 secara deskriptif.

## **HASIL KAJIAN**

Hasil kajian yang dilakukan dalam kajian ini ialah analisis deskriptif dengan melihat kekerapan serta peratusan. Analisis ini meliputi latar belakang demografi responden, tujuan mencari maklumat serta faktor yang mempengaruhi pencarian maklumat keagamaan dalam talian.

## Demografi Responden

**Jadual 1: Demografi Responden (n=98)**

	kekerapan	Peratusan (%)
<b>Pengajian</b>		
Diploma	45	45.9
Ijazah Sarjana Muda	53	54.1
<b>Jantina</b>		
Lelaki	34	35.4
Perempuan	62	64.6
<b>Umur</b>		
18-20	46	47.4
21-23	41	42.3
24-26	8	8.2
27 ke atas	2	2.1
<b>Semester</b>		
1	18	18.4
2	18	18.4
3	13	13.3
4	16	16.3
5	18	18.4
6	12	12.2
7	3	3.1

Jadual 1 menunjukkan taburan demografi responden. Seramai 98 responden yang terlibat dalam kajian ini terdiri daripada mahasiswa/i Program Komunikasi, Fakulti Pengurusan dan Muamalah, Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS) iaitu 45.9 % (n=45) adalah pelajar Diploma mana kala 63 responden (n= 54.1%) adalah pelajar ijazah Sarjana Muda Komunikasi. Daripada jumlah tersebut 35.4 % (n=34) adalah mahasiswa lelaki mana kala 64.6 % lagi (n=62) adalah mahasiswa perempuan. Seramai 47.4 % (n=64)) adalah responden yang berusia dalam lingkungan 18-20 tahun, 42.3 % (n=41) berusia 21-23 tahun, 8.2 % (n=8) berusia 24-26 tahun dan 2.1 % (n=2) lagi adalah berusia 27 tahun ke atas. 18.4% adalah pelajar semester 1 dan semester 2, 13.3 % (n=13) adalah pelajar semester 3, 16.3 % (n=16) dari semester empat, 18.4 % (n=18) dan 12.2 % (n=12) adalah pelajar Semester lima dan enam. Selebihnya 3.1 % adalah dari Semester 7.

## TUJUAN MENCARI MAKLUMAT KEAGAMAAN DALAM TALIAN

Jadual 2 menunjukkan tujuan mencari maklumat keagamaan dalam talian dengan skor min keseluruhan 4.2879. Responden mencari mencari maklumat keagamaan dalam talian adalah bertujuan untuk menambah pengetahuan yang sedia ada dengan min=4.37 (SP=.66), membantu orang lain pada Kadar skor min=4.39 (SP=.75), menyelesaikan kekeliruan sebanyak min=4.3163), berkongsi ajaran dengan orang lain (min=4.2959), untuk meningkatkan penghayatan agama pada pada skor min =4.26 (SP=.74). Manakala skor yang paling rendah ialah untuk hiburan Islamik dengan skor min=3.93 (SP=.88). Secara keseluruhannya

kebanyakan responden mencari maklumat keagamaan dalam talian untuk mengisi kekurangan dalam mereka seperti untuk menambah pengetahuan, tingkat penghayatan, dan juga untuk menyelesaikan kekeliruan mereka tentang isu agama yang mereka terima. Jadual 2 dapat membantu menjelaskan dengan lebih lanjut fenomena ini.

**Jadual 2: Tujuan mencari maklumat keagamaan dalam talian**

	<b>Min</b>	<b>Sisihan piawai</b>
Tujuan akademik	4.2041	.73160
Menyelesaikan kekeliruan	4.3163	.75433
Menambah pengetahuan agama yang sedia ada	4.3776	.66604
Untuk meningkatkan penghayatan agama.	4.2680	.74324
Untuk hiburan Islamik.	3.9388	.88302
Keperluan rohani da spiritual.	4.1735	.77714
Tuntutan dalam agama.	4.1753	.84981
Untuk berkongsi ajaran dengan orang lain.	4.2959	.62934
Untuk berdakwah.	4.1735	.74648
Untuk membantu orang lain.	4.3980	.62160

#### **FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENCARIAN MAKLUMAT KEAGAMAAN ATAS TALIAN.**

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi responden pencarian maklumat keagamaan dalam talian dengan min keseluruhan 3.8450. Antaranya maklumat dalam talian mudah dicari di mana-mana dan bila-bila masa pada skor min=4.26 (SP=.74), mudah mencari maklumat menggunakan internet dengan skor min=4.16 (SP=.77) dan diikuti dengan kebebasan mencari maklumat/isu/tajuk yang diperlukan pada skor min =4.10 (SP=.83). Bagaimana pun, dari segi maklumat talian boleh dipercayai lebih rendah dengan skor min=3.24 (SP=.99), maklumat yang lebih dengan min=3.73 (SP=.89). Ini menunjukkan bahawa pencarian maklumat keagamaan dalam talian dipengaruhi oleh faktor seperti mudah, maklumat yang pelbagai serta maklumat boleh diakses bila-bila masa dan di mana-mana.

#### **PERBINCANGAN KAJIAN**

Secara keseluruhan kajian mendapati bahawa generasi muda Muslim mempunyai tujuan yang kuat untuk mencari maklumat keagamaan dalam talian seperti untuk menyelesaikan kekeliruan tentang isu atau maklumat yang mereka dengar atau terima. Apatah lagi dengan perkembangan ICT maklumat senang disebarkan dan dikongsi dengan orang lain yang mungkin boleh menimbulkan kekeliruan tentang kredibiliti maklumat tersebut mendorong mereka mencari maklumat selanjutnya. Selain itu, pencarian maklumat juga bertujuan untuk berkongsi serta membantu orang lain.

**Jadual 3: Faktor yang mempengaruhi pencarian maklumat keagamaan atas talian**

	Min	Sisihan Piawai
Internet membantu saya mencari maklumat keagamaan dengan mudah.	4.1667	.77686
Saya suka menggunakan internet kerana menyediakan pelbagai maklumat keagamaan yang diperlukan.	4.0729	.81104
Menggunakan internet memudahkan saya mencari maklumat keagamaan bila-bila masa dan di mana-mana.	4.2604	.74332
Mencari maklumat keagamaan atas talian lebih privasi.	3.7396	.89730
Menggunakan internet saya bebas mencari isu/tajuk maklumat keagamaan yang saya perlukan.	4.1053	.83122
Maklumat keagamaan atas talian boleh dipercayai.	3.2421	.99697
Maklumat keagamaan atas talian lebih menarik.	3.5263	.87327
Menggunakan internet lebih mudah untuk mengakses maklumat keagamaan.	3.5474	.86009
Maklumat keagamaan atas talian tidak boleh dipercayai.	3.7766	1.27342

Selain itu tujuan mencari maklumat yang kukuh ini juga telah menjadi pendorong kepada pencarian maklumat keagamaan. Dengan faktor seperti maklumat keagamaan mudah diperolehi dan kemampuan untuk mengakses maklumat bila-bila dan di mana sahaja antara faktor utama penggunaan internet dalam konteks keagamaan. Persekitaran digital yang canggih serta mudah ini boleh menggalakkan lagi aktiviti pencarian maklumat keagamaan dalam kalangan generasi muda Muslim. Justeru, internet memainkan peranan yang penting dalam menyebarkan Islam serta membentuk suatu wacana Islam yang baru (Sisler 2009). Era digital kini juga turut mengubah trends terkini di mana kebanyakan aktiviti penyertaan keagamaan secara atas talian untuk mencari maklumat (Sanaktekin, Aslanbay & Gorgulu 2012).

## **KESIMPULAN**

Perkembangan ICT hari ini seharusnya semakin dimanfaatkan oleh masyarakat Islam untuk mempelajari agama Islam. Kewujudan ICT ini sekurang-kurang menjadi medium alternatif untuk mempelajari serta mencari maklumat keagamaan kerana mereka mempunyai banyak pilihan seperti melihat kepada sumbernya, komunikatornya atau maklumat yang diterima supaya tidak tersalah pilih sumber atau maklumat yang dikhuatiri kesahihannya sehingga mencabar kredibiliti maklumat tersebut. Kebanjiran maklumat agama dalam talian hari ini juga mungkin boleh mencabar konsep mutawatir dan intergriti maklumat dalam Islam (Fadzli et al., 2015) di mana keadaan ini amat memerlukan kebijaksanaan khalayak itu sendiri untuk memilih mana maklumat yang boleh dipercayai atau sebaliknya. Oleh yang demikian, aktiviti pencarian maklumat ini juga suatu usaha masyarakat dalam memastikan lagi maklumat yang mereka terima dalam talian mempunyai nilai kredibiliti dan kesahihan yang tinggi untuk diterima serta dipraktikkan agar membawa kesan terhadap pemesanan akidah masyarakat Islam dan seterusnya berguna dalam usaha mencegah ammar makruf nahi mungkar.

## RUJUKAN

- Amran, N., Bahry, F.D.S., Anwar, N. & Bakar, R.A. (2013). Internet Usage Behaviors among Young Teenagers. *Journal of Information and Knowledge Management*. Volume 3, No.1:51-61
- Aliyu, M., Mahmud, M & Md Tap, A.O. (2012). Exploring Islamic Website features that influence user satisfaction: A conceptual Model. *Pocedia Social and Behavioral Sciences* 65:656-661
- Azimaton Abdul Rahman, Nor Hazlina Hashim & Hasrina Mustafa. (2015). Muslims in Cyberspace: Exploring Factors Influencing Online Religious Engagement in Malaysia. *Media Asia*, 42:1-2, 61-73. <http://dx.doi.org/10.1080.01296612.2015.1072343>
- Balaji, N. G & Ragavan, S.S. (2016) Information seeking behaviour of faculty members and research scholars of Bangalore University: A case study. *International Journal of research in Library Science*. Volume 2, Issue 2:38-43
- Chawki, M. (2010). Islam in the Digital Age: Counselling and Fatwas at the Click of a Mouse. *Journal International Commercial Law and Technology*, 5(4):165-180
- Dankasa, J. (2017). The effects of Cultural, Geographical and Religious Factors on Information seeking: A Contextual Study. *International Journal of Information Science and Management*. Vol.15, No.1:127-147
- Enochsson, A. 2005. The development of children's Web searching skills - a non-linear model. *Information Research*. Vol. 11 No. 1,
- Fatima, N. & Ahmad, N (2008) Information Seeking Behaviour of the students at Ajmal Khan Tibbiya College, Aligarh Muslim University: a survey. *Annals of Library and Information Studies*. Vol. 55:141-144
- Gunton, L. (2011). Religious information literacy: Using information to learn in church community. *Australian Library Journal*. 60(2):155-164.
- Haslin Hasan & Hamdzun Haron. (2013). Technology and Religion: Information Seeking Behaviour of Online Religious Information among Malays. *World Applied Sciences Journal* 28 (8): 1082-1088
- Iqbal, S., Anjum, N., Mubashar, M., & Hameed, A. (2014) The Use of internet by Students of Sargodha University. *International of academic Research and Reflection*. Vol. 2, No.2:
- Jacob, W., Muta, A.O., & Jeon, K.C. 2017. Health Information Seeking in the digital age: An analysis of health information seeking behaviour among UD adults. *Cogent Social Sciences* 3:1-11
- Juhana Salim, Sharida Zawani Saad, & Mohd Shahizan Othman. (2011). Penggunaan Bioinformatik Berstrategik sebagai Wadah Dakwah Islam. *Journal Hadhari* 3(1):1-20
- Kruger, O. (2005). Methods and theory for studying religion on the internet: Introduction to the special issue on theory and methodology. *Online-Heidelberg Journal of Religion on the Internet* 1.1:1-7
- Kluver, R & Cheong, P.H. (2007). Technological Modernization, the Internet, and Religion in Singapore. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Volume 12, Issue 3: 1122-1142.
- Kudus, N., Sidek, S., Izharrudin, Z., Kamalrudin, M., Abu, H.M. & Mohamed, S. (2017). Internet usage Pattern and types of internet user among Malaysian University Students. *Journal of Engineering and Applied Sciences* 12(6):1433-1439
- Liyana, S. & Noorhidawati, A. (2014) how graduate students seek for information: convenience or guaranteed result? *Malaysian Journal of Library & Information Science*. Vo. 19, No.2: 1-15



- Lovheim, M. (2008). Rethinking Cyberreligion? Teens, Religion and the Internet in Sweden. *Nordicom Review* 29, 2:205-217
- Mansour, E.A.H. (2015). The information seeking behaviour of Mosque speechmakers (MSs) in the State of Kuwait. *Library Review*. Vol. 64, No.3:194-215
- Medlock, S., Eslami, S., M., Askari, M., Arts, D.L., Sent, D., de Rooij, S.E., and Abu-Hanna, A. (2015). Health Information-Seeking Behavior of Seniors Who Use the Internet: A Survey. *Journal of Medical Internet Research*. 17(1):
- Moslehpour, M & Batjargal, U. (2013). Factors Influencing Internet Addiction among Adolescents of Malaysia and Mongolia. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.9, No.2: 101–116
- Muhamad Zaki Mustafa et al. (2013). Facebook as Social Media Tools among Muslim Youths in Malaysia. *American International Journal of Social Science*. Vol. 2 No. 8: 173-177
- Norhafezah Yusof. (2016). The credibility of Islamic Religious Institutional websites in Malaysia. *Malaysian Journal of Communication*. Jilid 32 (2):82-104
- Omidian, F. & Maleki, M.S. (2013). Information- Seeking Behaviour on Internet: A comparison between Arts and Science Undergraduate students in Iran. *Turkish Online Journal of Distance Education-TOJDE*. Volume 14, Number 4 Article 12:164-175
- Ramnah Abd Thani. (2011). An Exploration of Information Seeking Models: Its Importance to Higher Learning Institutions. *Gading Business and Management Journal*. Vol. 15:1-10
- Sankri, L., Chinnasamy, K., & Venkatachalam, A.M. (2011) A study of information seeking behaviour of user of Vinayaka Mission's Kirupananda Variyar Engineering College Library in Salem. *International Journal of Library and Information Science*. Vol. 3(8):179-186
- Shirley, S.S, Lee, W, & Hameed, S.S. (2008). Muslim surfers on the internet: using the theory of planned behaviour to examine the factors influencing engagement in online religious activities. *New Media & Society*. Vol 10(1):93–113
- Singh, K.P., Mumar, M & Khanchandan, V. (2015). Information Needs and Information Seeking Behavior of Foreign Students in University of Delhi: A Survey. *International Journal of Knowledge Content Development & Technology*. Vol.5, No.2: 25-43
- Teong, K.V & Ang, M, C.H. (2016). Internet Use and Addiction among Students in Malaysian Public Universities in East Malaysia: Some Empirical Evidence. *Journal of Management Research*, Vol. 8, No. 2: 31-47
- Sheng-Chau Tseng, Jyh-Chong Liang, and Chin-Chung Tsai. (2014). Students' self-regulated learning, online information evaluative standards and online academic searching strategies. *Australasian Journal of Educational Technology*, 2014, 30(1): 106-121
- Umar Halim & Samsudin A. Rahim. (2011). Penglibatan digital: Akses dan penggunaan e-agama dalam kalangan generasi muda Muslim. *Malaysian Journal of Communication*, 27 (2). pp. 121-135
- Xi, L & Yeo, K.J. (2015). Motivation of Internet use: Relation with Pathological internet use, gender, and internet activities. *Journal Teknologi* 78(1):181-188