

PENGGUNAAN MEDIA BAHARU SEBAGAI MEDIUM PENYAMPAIAN AGAMA ISLAM

Siti Noor Amyah Khasbullah

Taylor's University

SitiNoorAmyah.Khasbullah2@taylor.edu.my

Rusniyati Mahiyaddin

Taylor's University

Rusniyati.Mahiyaddin@taylor.edu.my

Sharliana Che Ani

UNITAR International University

sharliana@unitar.my

ABSTRAK

Media baharu adalah istilah yang digunakan merangkumi digital, komputer, atau jaringan teknologi informasi dan komunikasi di akhir abad ke-20. Media baharu adalah media yang terbentuk daripada interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. Media baharu ini terdiri daripada laman web, blog, *online social network*, *online forum* dan lain-lain yang menggunakan komputer sebagai medianya. Di Malaysia, media baharu mula memainkan peranan penting sebagai agen transformasi dakwah dan telah digunakan sebagai bahan rujukan dan pembelajaran agama oleh masyarakat dengan keupayaannya menyediakan pelbagai maklumat mengenai Islam (Umar & Samsudin, 2010). Dalam kalangan sarjana Islam, kekusaran mengenai fenomena dakwah dari laman sesawang ini tetap ada. Medium dakwah ini mula berhadapan dengan perubahan ruang dan masa serta beberapa nilai baru yang muncul dalam khalayak manusia (Zulkifle Ghani, 2010), ianya sesuai dengan saranan Fadzli Adam et.al (2015) persoalan berkaitan media yang berfungsi sebagai medium penyebaran dakwah ini perlu dibincangkan secara lebih terperinci. Justeru itu kajian ini dilakukan bagi mengenalpasti kegunaan media ini dalam penyampaian maklumat berkaitan agama di Malaysia. Di samping itu, menganalisis penggunaan media baharu yang sering digunakan oleh masyarakat Malaysia.

Kata Kunci: media baharu, kegunaan, penggunaan, penyampaian agama Islam

Pengenalan

Media merupakan alat yang paling berpengaruh bagi aktiviti komunikasi. Setiap individu memerlukan media sebagai perantara untuk berkomunikasi dan mendapatkan maklumat tidak kira sama ada melalui media cetak mahu pun media elektronik. Perkembangan drastik teknologi komunikasi maklumat berjaya menjurus kepada penggunaan saluran internet dengan lebih meluas dalam komunikasi seharian khususnya dalam aspek penglibatan pengguna dalam berinteraksi melalui atas talian (*online*) atau lebih dikenali sebagai komunikasi siber. “Media merupakan antara jalan terbaik untuk berdakwah mengenai Islam kepada masyarakat kerana ia mempunyai pelbagai wasilah seperti radio, televisyen, akhbar dan internet.

Internet tidak lagi asing dalam dunia komunikasi maklumat. Media baharu ini dianggap kuasa besar dengan kekuatannya menyampaikan maklumat dan mesej merentasi sempadan tempat dan masa dengan kapasiti besar dan pantas (Fadzli Adam, Ab Hamid Ali, Marhana Mohamed Anuar dan Engku Muhammad, 2015).

Keupayaan teknologi komunikasi masa kini mewujudkan fenomena yang memungkinkan penggunaan aplikasi media sosial seperti *Facebook*, *Whatsapp*, *Instagram* dan *Twitter*, dilihat memberi ruang yang lebih luas dalam penyebaran mesej dakwah. Ini benar sebagaimana statistik pengguna media sosial di Malaysia merekodkan lebih 22 juta rakyat di negara kita memiliki akaun *Facebook*, majoritinya berumur dalam lingkungan 16-35 tahun (Noor Azaiyan, Mohd. Yusof dan Mohd. Azul, 2017).

Sememangnya tidak dapat dinafikan bahawa kemajuan teknologi komunikasi telah berjaya mengubah landskap penggunaan media dalam kalangan pengguna dan juga dalam aktiviti dakwah. Limpahan laman web, blog agama menjadikan proses penyebaran ilmu agama menjadi lebih mudah dan efektif. Namun, hakikatnya penggunaan meluas media baharu ini ternyata mendatangkan pelbagai cabaran khususnya sebagai medium dakwah khususnya di Malaysia dan amnya di peringkat antarabangsa.

Penyataan Masalah

Di Malaysia, media baharu mula memainkan peranan penting sebagai agen transformasi dakwah dan telah digunakan sebagai bahan rujukan dan pembelajaran agama oleh masyarakat dengan keupayaannya menyediakan pelbagai maklumat mengenai Islam (Umar & Samsudin, 2010). Dalam kalangan sarjana Islam, kekusaran mengenai fenomena dakwah dari laman sesawang ini tetap ada. Medium dakwah ini mula berhadapan dengan perubahan ruang dan masa serta beberapa nilai baru yang muncul dalam khalayak manusia (Zulkifle Ghani, 2010), ianya sesuai dengan saranan Fadzli Adam et.al (2015) persoalan berkaitan media yang berfungsi sebagai medium penyebaran dakwah ini perlu dibincangkan secara lebih terperinci

Objektif Kajian

Objektif kajian adalah seperti berikut:

- a) Mengenalpasti media baharu yang berperanan menyampaikan maklumat agama Islam di Malaysia.
- b) Menganalisis jenis media baharu yang sering digunakan oleh masyarakat Malaysia untuk mendapatkan maklumat agama Islam di Malaysia.

Persoalan Kajian

Persoalan kajian adalah seperti berikut:

- a) Apakah media baharu yang berperanan besar menyampaikan maklumat berkaitan agama Islam di Malaysia?
- b) Apakah jenis media baharu yang sering digunakan oleh masyarakat Malaysia untuk mendapatkan maklumat agama Islam?

Metodologi

Kajian ini berbentuk kualitatif. Pengkaji menggunakan kaedah pengumpulan data sekunder yang diperoleh daripada internet dan analisis kandungan. Pengkaji meneliti laman web yang sering atau popular dilayari oleh masyarakat Malaysia dan mengkaji kandungan di dalam laman web tersebut. Data dianalisis berdasarkan kandungan yang terdapat di dalam laman web tersebut.

Definisi Media Baharu

Media baharu boleh ditakrifkan sebagai teknologi informasi tanpa sempadan. Ia juga membawa maksud cara mengajar baharu yang menggunakan media jaringan komputer dan internet. Istilah media baharu ini diguna bagi menerangkan kemunculan jaringan teknologi informasi dan komunikasi. Sebahagian besar teknologi yang ditafsirkan sebagai media baharu adalah digital, bersifat jaringan, padat, mampat, interaktif dan tidak memihak.

Media baharu juga dapat dimengertikan sebagai wacana penyampaian maklumat dengan cara yang lebih moden dan terkini di mana ianya melibatkan forum-forum, blog-blog yang mudah difahami dan ditulis oleh penyampai maklumat yang bebas menyampaikan maklumat secara terang-terangan (Norazleen Mohd. Nor, Edwin Michael, Afi Roshezry, Ira Meilita & Mohd. Azmir, 2011).

Oxford English Dictionary menterjemahkan media baharu sebagai kaedah elektronik untuk berkomunikasi atau menyalurkan maklumat manakala Ensiklopedia Wikipedia pada tahun 2009 pula, menerangkan istilah media baharu menerangkan tentang fenomena kewujudan teknologi digital untuk menyalurkan maklumat dan berkomunikasi.

Dalam pada itu, media baharu juga boleh dirujuk sebagai sekumpulan teknologi yang melahirkan wadah interaksi kepada pengguna. Merujuk kepada Socha dan Eber-schmid (2012), dalam artikel mereka "*Defining new media isn't easy*", media baru tidak termasuk televisyen, filem, buku atau majalah melainkan ia mempunyai teknologi yang membenarkan interaksi kepada pengguna kerana ia memberikan peluang kepada mereka untuk mengeluarkan pendapat mereka.

Peranan Media Baharu Sebagai Agen Penyampaian Dakwah Atau Agama Islam

Dakwah merupakan satu kewajipan ke atas setiap individu dan menjadi tonggak utama kepada agama dalam usaha mengangkat martabat Islam di seluruh dunia. Oleh hal itu, tidak dapat dinafikan ruang dan peluang yang terdapat di media sosial sewajarnya di dimanfaatkan untuk mempromosi kefahaman Islam dan perkara yang berhubung dengannya. Kewujudan media baharu ini menjadi medium pilihan utama bagi masyarakat dunia termasuklah Malaysia dalam usaha menyampaikan ilmu agama dan segala aspek yang berkait rapat dengan agama. Penggunaan media baharu khususnya media sosial nyata dominan dalam kalangan penyampai dakwah (*dae'i*). *Facebook*, *Youtube*, *Intagram* dan pelbagai lagi menjadi pilihan utama bagi *dae'i* seperti Prof. Dr. Muhaya, Datuk Dr. Nurhafizah Musa, Ustaz Ahar Idrus dan ramai lagi untuk berinteraksi, berkongsi ilmu dengan semua yang meminati mereka. Bila-bila di mana sahaja, ilmu ini boleh diakses, ditonton, didengari dan dikongsi. Pantas dan mudah. Itu dua perkataan paling tepat sebagai gambaran peranan media baharu ini (Siti Eizaleila Mustafa & Azizah Hamzah, 2010).

Dakwah adalah mengajak kepada perintah Allah dan Rasul. Dakwah bermaksud mengajak, memanggil dan mengundang. Dalam Al-Quran kalimah dakwah ditemukan 198 kali menunjukkan kewajipan dakwah tidak berlaku secara berkelompok, tetapi meliputi setiap Muslim (Berita Harian, 2016). Semua Muslim diseru menyebarkan dakwah.

Secara umumnya, elemen-elemen penting dakwah adalah:

- i. usaha, aktiviti atau kegiatan manusia yang dilakukan oleh pendakwah supaya diterima oleh sasaran dakwah.
- ii. pengajaran, iaitu isi penyampaian mesej dakwah.
- iii. dilaksana berpandukan *manhaj* (jalan yang jelas dan terang) dan *uslub* (kaedah yang diperjuangkan oleh Islam) yang dirancangkan.
- iv. disalurkan melalui media tertentu.

Dakwah adalah tugas bersama semua umat Islam, bukan sekadar tugas pendakwah atau ustaz yang tampil di televisyen, radio, masjid, surau atau media massa. Secara umumnya, aktiviti agama dilakukan di masjid atau surau dan golongan yang tertarik untuk menyertai aktiviti itu adalah golongan 'beragama' juga, seolah-olah dipandang 'tertutup' untuk mereka yang bukan Islam atau Muslim yang jauh daripada Islam. Allah SWT berfirman mafhumnya: "Dan hendaklah ada kalangan kamu yang menyeru kepada kebajikan, dan menyuruh berbuat segala perkara baik, serta melarang daripada segala yang salah. Dan mereka yang demikianlah orang yang berjaya." (Surah Ali Imran: 104).

Dakwah tidak hanya terhad kepada seruan secara lisan, tetapi harus menggunakan media terkini asalkan tidak bercanggah syariat Islam. Perkembangan teknologi mencorak pemikiran masyarakat ke arah menerima sesuatu maklumat secara tepat, praktikal dan mudah. Kurun ke-21 ini disebut sebagai abad masyarakat pasca moden, masyarakat pasca industri dan masyarakat bermaklumat.

Apapun istilahnya, masyarakat didominasi teknologi komunikasi. Justeru, dakwah perlu selari dengan perkembangan pesat teknologi hari ini. Golongan pendakwah perlu meningkatkan kemahiran menguasai setiap bidang ilmu khususnya laman sosial baharu hari ini. Ia perlu berperanan sebagai ejen dakwah.

Perkembangan dalam penggunaan media baharu atas talian untuk tujuan berdakwah melahirkan dua konsep *e-dakwah* (Nor Raudhah, 2006) dan *tekno da'i* (Wan Adli & Mohamad Kamil, 2006). Dalam dunia Islam hari ini, penggunaan *e-dakwah* semakin meluas apabila pendakwah menyampaikan maklumat tentang Islam melalui penggunaan alat multimedia secara interaktif dengan menggunakan alat-alat telekomunikasi yang terus berkembang dan semakin canggih sehinggakan semuanya di hujung jari (Wan Adli & Mohamad Kamil, 2006). *Tekno-da'i* pula melibatkan golongan pendakwah yang menggunakan teknologi untuk menjalankan kerja-kerja dakwah dalam usaha menyeru umat Islam ke jalan Allah dengan melakukan kebaikan dan meninggalkan kemunggaran (Shaikh Mohd. Saifuddin, 2003).

Produk dakwah yang diterbitkan dengan jelas, mudah difahami, kreatif dan inovatif mampu menarik perhatian umum. Inisiatif gerak kerja dakwah melalui *tekno-da'i* dan dakwah siber melalui perfileman, pengiklanan, hiburan, humor dan sebagainya, amat membantu dalam penyampaian mesej dakwah secara berkesan. Pendekatan digunakan menyentuh realiti kehidupan masyarakat dan menjawab persoalan semasa masyarakat dalam institusi kekeluargaan, pengukuhan jati diri remaja, hubungan pelbagai kaum antara agama, resam budaya, muamalat, sistem ekonomi semasa serta pendidikan berbentuk Islam, semuanya ditonjolkan secara santai yang memperlihatkan Islam dari sudut universal dan praktikal.

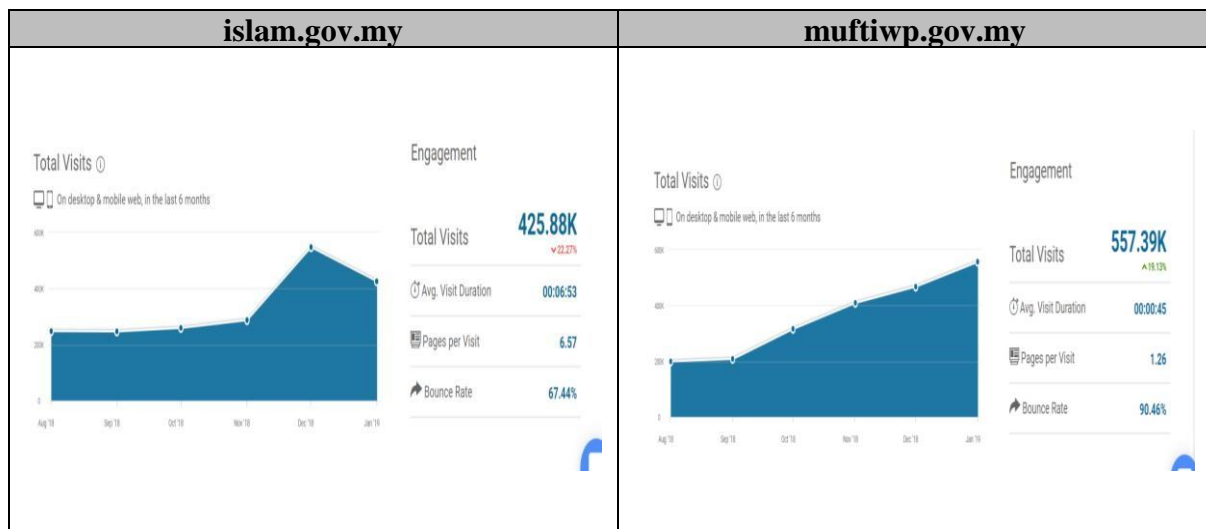
Manfaat Media Baharu

Sememangnya tidak dinafikan, media baharu mendatangkan pelbagai manfaat kepada masyarakat dunia khususnya di Malaysia. Menurut Ahmad Al-Munzir (2014), antara manfaat media baharu adalah:

1. menjadi platform perkongsian ilmu.
2. menzahir, menjelas dan memunculkan nilai-nilai pembinaan masyarakat yang lebih bertamadun.

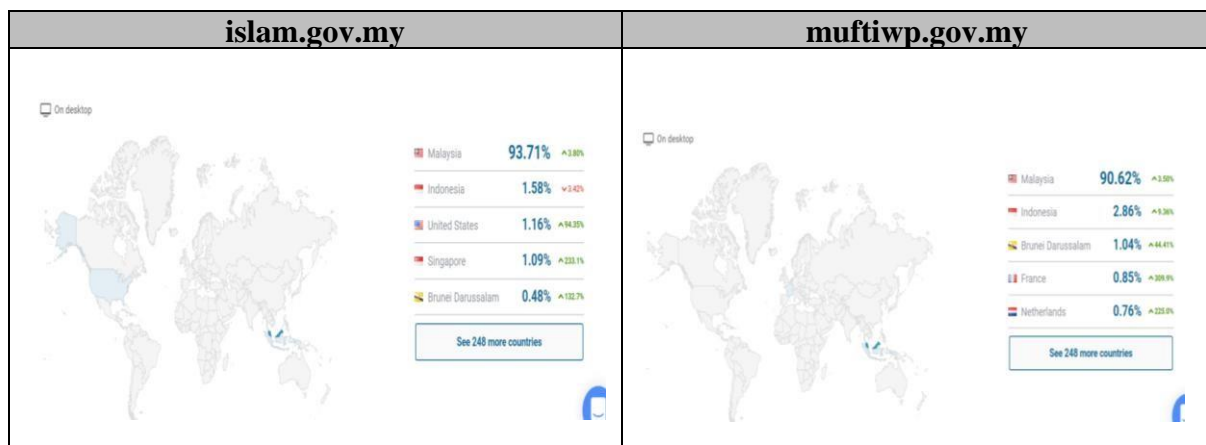
3. meninggikan martabat dan nilai-nilai Islam, prinsip-prinsip akidah dan ketamadunan khususnya aspek pemikiran, ilmu, akidah, akhlak dan syariah dalam semua dimensi media.
4. memberi pendedahan akan bahayanya ideologi semasa, konspirasi jahat dan isu-isu lain yang mampu mempengaruhi minda masyarakat Islam seluruh dunia. Oleh yang demikian, pendedahan yang dikongsikan melalui medium ini perlulah bersifat holistik, tepat, jujur dan objektif.
5. memberi peluang kepada pendakwah dan pendokong agama dalam memberikan gambaran Islam secara menyeluruh kepada masyarakat dalam pelbagai isu dan perkara. Ini penting dalam membentuk dan memperbetulkan pandangan atau persepsi masyarakat umum terhadap agama Islam. Didikan kepada masyarakat dalam membuat penilaian sesuatu perkara atas neraca agama dapat mengekang kepada penyelewengan akidah, penghinaan terhadap agama yang sekali gus merendahkan syariat Islam.

Dapatan Kajian Dan Analisis



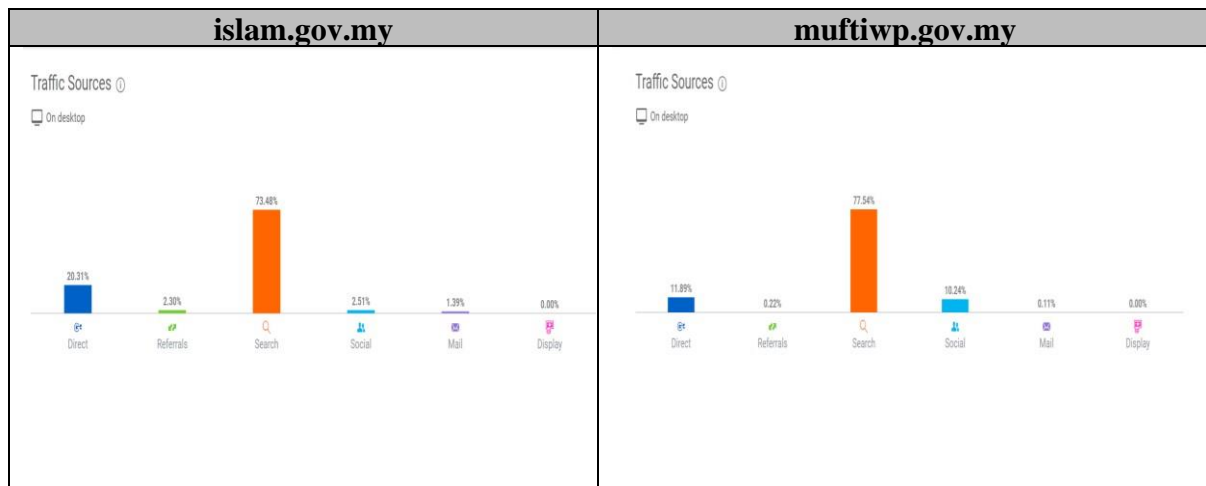
Sumber: SimilarWeb.com

Berdasarkan data analisa terhadap laman web islam.gov.my terdapat seramai 425.88K dan 557.39K mengunjungi laman web muftiwp.gov.my. Data ini menunjukkan bahawa ramai pengguna yang mengunjungi laman berkenaan untuk mendapatkan maklumat yang diperlukan.



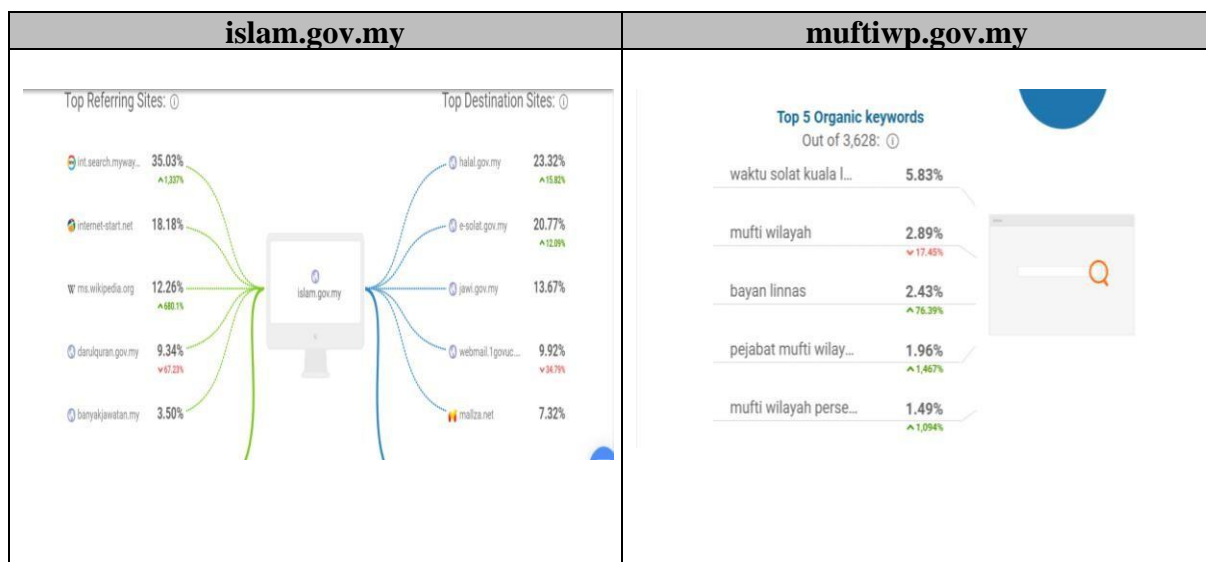
Sumber: SimilarWeb.com

Pengunjung laman islam.gov.my adalah terdiri daripada beberapa negara dengan 93.71% daripada Malaysia sendiri. Manakala 1.58% daripada Indonesia, 1.16% Amerika Syarikat, 1.09% daripada Singapura dan 0.48% daripada Brunei. Bagi laman web mufti wilayah persekutuan pula 90.6% dari Malaysia, 2.86% dari Indonesia, 1.04% daripada Brunei, 0.85% dari France dan 0.76% dari Nertherlands. Ini menunjukkan bahawa dunia tanpa sempadan memberikan kesan terhadap pengguna yang boleh mendapatkan maklumat di hujung jari mereka walaupun di mana mereka berada.



Sumber: SimilarWeb.com

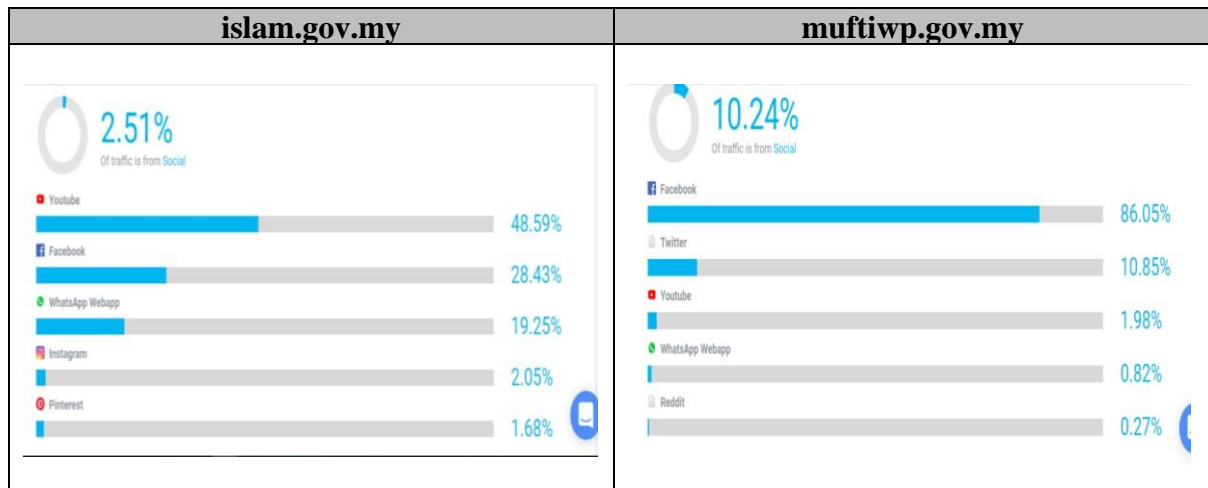
Hasil daripada analisa menunjukkan bahawa 73.48% pengguna laman ini menggunakan laman web ini sebagai carian. Manakala 20.31% adalah secara langsung dan 2.30% adalah menggunakannya sebagai rujukan bagi web Islam.gov.my. Bagi laman web muftiwp.gov.my pula, sebanyak 77.54% adalah dalam bentuk carian, 11.89% secara langsung dan 0.22% sebagai rujukan.



Sumber: SimilarWeb.com

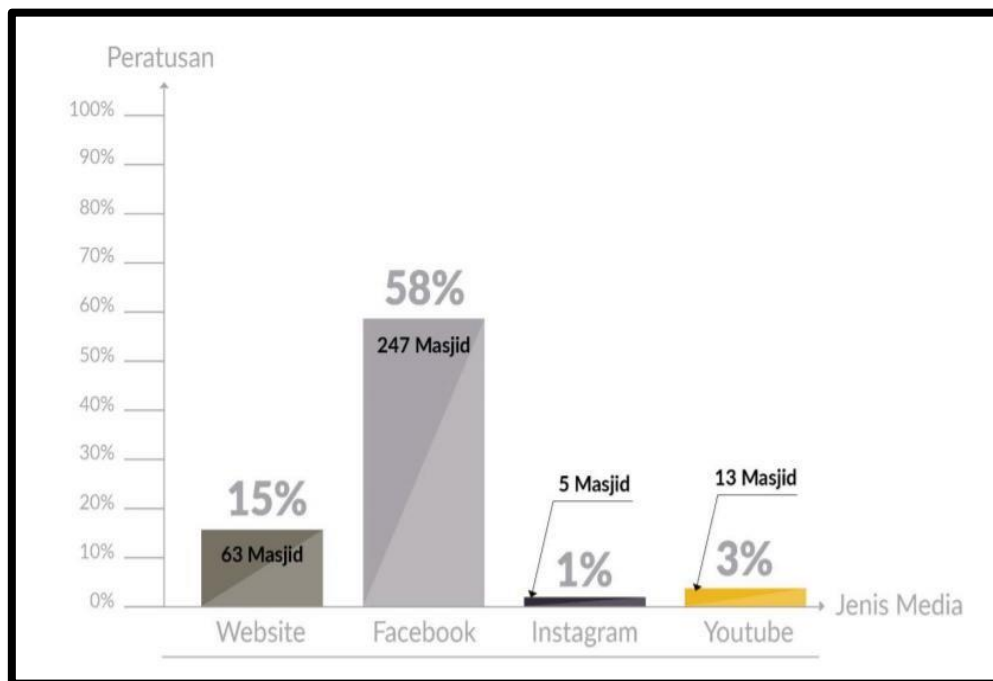
Analisa mendapati bahawa terdapat beberapa laman web islam yang lain menjadi perhatian pengunjung berkaitan dengan maklumat agama. Antaranya adalah darulquran.gov.my, halal.gov.my, e-solat.gov.my dan jawi.gov.my. Manakala bagi muftiwp.gov.my carian

berkaitan waktu solat mendapat peratusan tertinggi iaitu 5.83%, mufti wilayah 2.89%, bayan linnas 2.43% dan pejabat mufti 1.96%.



Sumber: SimilarWeb.com

Maklumat di atas menunjukkan bahawa pengguna yang merujuk kepada laman web islam.gov.my juga menggunakan kaedah dan aplikasi media baharu yang lain seperti *Youtube*, *Facebook*, *WhatsApp Webapp*, *Instagram* dan *Pinterest*. Bagi muftiwp.gov.my pula menunjukkan 86.05% daripada *Facebook*, 10.85% dari *Twitter*, 1.98% *Youtube*, 0.82% daripada *WhatsApp Webapp* dan *Reddit* 0.27%. Facebook antara aplikasi kegemaran yang digunakan oleh masyarakat pada zaman kini untuk berkongsi cerita atau berhubung dengan rakan. Hal ini bukan sahaja memberi impak apabila dilihat oleh masyarakat Islam, tetapi ia berupaya menarik minat kaum lain untuk sama-sama memahami keindahan Islam (Berita Harian, 2017)



Rajah: Penggunaan media secara 'online' oleh 423 masjid di negeri Selangor.

Sumber: <https://dakwahfunnel.com>

Berhubung dengan perkara yang sama, sekumpulan pengkaji, Team Dakwah *Funnel* telah menjalankan kajian tentang penggunaan teknologi sebagai mekanisme dalam berdakwah. Kajian mendapati, sejumlah 247 masjid sekitar Selangor menggunakan *Facebook*, diikuti 63 buah masjid membangunkan *website*, 13 masjid lebih cenderung menggunakan *YouTube* dan hanya 5 buah masjid yang menggunakan *Instagram* sebagai platform menyebarkan dakwah. Kajian ini turut membangunkan '*Mobile Apps*' sebagai platform terbaharu bagi institusi masjid setelah mendapati rakyat Malaysia secara umumnya menghabiskan masa selama lebih 3 jam sehari menggunakan telefon pintar (www.mstar.com, 2016: Rakyat Malaysia Habiskan Lebih Tiga Jam Bersama Telefon Pintar).

Berikut adalah contoh-contoh masjid yang menjadikan media baharu sebagai ejen penyebaran dakwah.



Masjid Negara Kuala Lumpur



Masjid Bandar Seri Putra



Masjid Negara Malaysia



Masjid Sultan Salahuddin Abdul Aziz Shah & Masjid Putra Putrajaya




Mobile Apps Masjid media paling terkini yang menawarkan perkhidmatan aplikasi masjid mudah alih. Diterajui oleh sekumpulan anak muda bergelar Dakwah Funnel, berbekalkan dengan misi mewujudkan Revolusi Dakwah ke arah Satu Masjid Satu Aplikasi *Mobile*", usaha ini dilihat begitu efektif dalam menyediakan informasi terkini secara digital.






Sumber: <https://dakwahfunnel.com>

Antara kemudahan perkhidmatan yang disediakan oleh *Mobile Apps Masjid* ini adalah:

Apa Kelebihan Mobile Apps Masjid Berbanding Apps Islamik Yang Lain?

		
Notifikasi Program Terkini	Azan Waktu Solat	Tanya Ustaz
User juga akan diberikan instant notification bagi setiap program yang akan dijalankan oleh masjid.	Notification azan masuk solat waktu membolehkan anda tahu waktu masuk solat khusus bagi masjid yang memiliki apps ini.	Feature Tanya Ustaz membolehkan anda untuk bertanya soalan berkaitan hukum hakam agama.

		
Video Kuliah	Pengumuman Penting	E-Donation
Tonton Video Kuliah daripada penceramah jemputan pada bila-bila masa dan dimana jua anda berada.	Penguna juga akan diberi notifikasi untuk sebarang info dan juga pengumuman terpenting oleh masjid.	Kini anda boleh menderma kepada anak-anak yatim atau sumbangan kepada masjid semudah dihujung jari sahaja.

Kesimpulan

Penyebaran dakwah melalui media sosial baharu adalah satu platform terbaik. Bukan hanya sekadar domain perkongsian ilmu namun lebih daripada itu, pengguna boleh mengakses dan mendapatkan maklumat lebih pantas pada bila-bila masa di mana pun mereka berada. Ternyata penggunaan teknologi maklumat dan komunikasi adalah signifikan dan sewajarnya dimanfaatkan secara bijak. *YouTube, Facebook, Twitter* dan pelbagai lagi menjadi wasilah kepada para pendakwah dan individu untuk berkomunikasi secara lebih pantas dan efisien. Tidak dapat dinafikan bahawa, kombinasi elemen dakwah dan teknologi telah mewujudkan satu fenomena yang mencetuskan pembangunan dan kemajuan ilmu agama (Najidah Zakaria, Abu Dhardaa Mohamad, 2016). Diharapkan hasil kajian ini dapat membantu dalam memberi maklumat kepada pihak yang berkaitan bagi menambahbaik mekanisme penyebaran dakwah secara khususnya di Malaysia dan di peringkat antarabangsa.

Rujukan

- Abd. Aziz Mohd.Zin. 1995. *Minhaj Dakwah Masa Kini: Suatu Pengenalan*. Jurnal Usuluddin, 3:77-102.
- Abdullah Muhammad Zin. 2016. *Teknologi Maklumat, Agen Baharu Dakwah* dalam Rencana Berita Harian.
- Ahmad Al-Munzir. 2014. *Cabaran Media Baru di Alaf Baru Menurut Perspektif Islam*. Selangor: Kolej Universiti Islam Antarabangsa.
- Berita Harian. 24 November 2017. *Berdakwah Melalui Media Sosial Beri Impak Lebih Meluas*. Diakses daripada <https://www.pressreader.com/malaysia/berita-harian-malaysia/20171124/page/74>

- Fadzli Adam, Ab Hamid Ali, Marhana Mohamed Anuar & Engku Muhammad Tajuddin Engku Ali. 2015. *Cabaran Media Baru sebagai Medium Pembelajaran Agama dan Penyelesaiannya dari Perspektif Islam*. Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporari.
- Najidah Zakaria, Abu Dhardaa Mohamad. 2016. *Media sebagai Wasilah Dakwah*. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Norazleen Mohd. Nor, Edwin Michael, Afi Roshezry Abu Bakar, Ira Meilita Ibrahim & Mohd. Azmir Mohd. Nizah. 2011. *Media Baru dan Demokrasi di Malaysia: Ke Arah Perpaduan Nasional* dalam Persidangan Kebangsaan Perpaduan Nasional: Kuala Lumpur.
- Noor Azaian Abdul Talib, Mohd. Yusof Abdullah & Mohd. Azul Mohamad Salleh. 2017. *Cabaran Dakwah Islam di Alam Siber* dalam *Journal of Social Sciences and Humanities*, Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Siti Eizaleila Mustafa & Azizah Hamzah. 2010. *Media Sosial: Tinjauan Terhadap Laman Jaringan Sosial Dalam Talian Tempatan*. Jurnal Pengajian Media Malaysia. Vol.12.
- Wan Adli Wan Ramli dan Mohamad Kamil Hj.Ab. Majid. 2006. *Memahami Islam Melalui Tekno-Da'i. Dalam Dakwah Islam Semasa: Konsep dan Perlaksanaannya*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya

Laman Web:

<https://dakwahfunnel.com>

<https://www.islam.gov.my> <https://www.muftiwp.gov.my>