

ULAMA DAN MEDIA SOSIAL: BENTUK DAN DOKUMENTASI PENYEBARAN MAKLUMAT FATWA DI MALAYSIA

Azman Md Zain
Kamarudin Ahmad
Mohd Nizho Abdul Rahman
Solahuddin Abdul Hamid
Mohd Akram Dato' Dahaman
Zulhilmi Paidi
Mohd Hilmi Hamzah

Pusat Pengajian Bahasa, Tamadun dan Falsafah
Universiti Utara Malaysia
manzain@uum.edu.my

ABSTRAK

Setiap keputusan fatwa yang dikeluarkan seharusnya sampai, diketahui dan boleh diamalkan oleh masyarakat Islam. Oleh itu perlu ada suatu media massa yang berkesan sebagai perantaranya samada dalam bentuk bercetak ataupun selaras dengan perkembangan teknologi masa kini iaitu media sosial. Justeru itu, artikel ini membincangkan mengenai bentuk dan dokumentasi penyebaran maklumat Fatwa di Malaysia berdasarkan kepada media sosial yang telah disampaikan oleh ulama (Mufti). Berdasarkan kepada temubual yang dijalankan, hasil kajian analisis Nvivo 10 menunjukkan ulama memanfaatkan penggunaan teknologi masa kini iaitu media sosial sepenuhnya dalam penyebaran fatwa kerana kepentingannya pada masa kini sangat bermanfaat dan diperlukan oleh masyarakat. Bentuk media sosial yang digunakan oleh ulama dalam proses penyebaran maklumat fatwa kepada masyarakat melibatkan jaringan sosial, *collaborative working*, komunikasi bertulis dan pendengaran serta tontonan. Bentuk-bentuk ini digunakan oleh ulama untuk menyampaikan fatwa berdokumentasi berkaitan akidah, ibadah, muamalat dan pelbagai. Berdasarkan kepada dapatan kajian ini bolehlah disimpulkan bahawa golongan ulama pada masa kini menerimaguna maklumat (TAM) berkaitan penyebaran Fatwa di media sosial berdasarkan tanggapan bahawa media sosial mudah diguna dan amat bermanfaat pada zaman kini.

Kata Kunci: *Fatwa, Ulama, Media Sosial, Penyebaran Maklumat, TAM*

PENGENALAN

Pada awal abad ke 21 ini, perkembangan media sosial yang sangat pesat terutamanya di Malaysia telah memungkinan serta merancakkan lagi kaedah pendakwahan ulama di negara ini terutamanya melalui medium baharu yang mendapat tempat dalam kalangan masyarakat. Dalam era globalisasi atau dunia tanpa sempadan dan penggunaan media sosial yang semakin digemari di negara ini, kaedah pendakwahan ulama melalui media sosial menjadi sangat penting dan relevan malah mungkin perlu dimaksimumkan lagi. Menurut Azizan (2014), pendekatan menggunakan media sosial dalam kalangan ulama pada masa kini amat penting dalam penyebaran maklumat seperti fatwa. Dengan penggunaan media sosial ini ulama bukan sahaja dapat menyebarkan maklumat malahan dapat menyertai komuniti dalam sesi

soal jawab berkaitan hukum hakam supaya komuniti lebih jelas memahami sesuatu isu. Sebagai contoh, penggunaan laman web facebook sebagai alat penyampaian dakwah dalam kalangan ulama, mampu memperlihatkan keberkesanan dari segi sambutan masyarakat terhadap sesuatu isu yang diketengahkan. Melalui facebook ini, ulama dapat menilai minat masyarakat Islam awam terhadap intipati dakwah dengan cara penerimaan 'like' yang disediakan oleh laman web tersebut (Azizan, 2014).

Justeru melalui artikel ini, satu perbincangan mengenai dapatan kajian yang diperolehi daripada tembuial dengan beberapa ulama daripada Jabatan Mufti di seluruh Malaysia akan dilakukan. Perbincangan meliputi aspek mengenal pasti bentuk media sosial dalam penyebaran maklumat fatwa dan melihat dokumentasi sebaran maklumat yang disebarkan serta sejauhmana penerimaan ulama dan masyarakat terhadap penggunaan media sosial.

ULAMA DAN FATWA

Ulama biasanya merujuk kepada mereka yang mempunyai kebolehan yang tinggi dalam ilmu keagamaan, mampu memahami kitab-kitab agama dan dapat mengajar kitab-kitab tersebut melalui cara atau kaedah tertentu sehingga boleh mengeluarkan fahaman atau hukum secara teliti dalam sesuatu masalah, serta beramal dengan ilmunya dan melaksanakan ajaran-ajaran sekadar yang terdaya. Ulama juga dikenali sebagai orang alim dan tuan guru (Hasan, 1983). Dalam konteks negara Malaysia, konsep ulama turut disempitkan dengan hanya melibatkan urusan dalam bidang keagamaan sahaja, iaitu mereka yang mengerti tentang hukum-hukum keagamaan, sama ada dalam urusan ibadah mahu pun muamalah. Menurut Muhammad (1991), fungsi ulama ialah mengajar, membimbing dan memimpin, sesuai dengan semangat "pewaris nabi".

Sementara itu, perkataan fatwa pula diambil daripada *afta-ifta'an* yang memberi maksud menjelas dan menghuraikan hukum permasalahan. Fatwa boleh dibaca dengan *futiya* atau *fatwa* atau *futwa* apabila seseorang alim menerangkan hukum. Perkataan ini apabila dijamakkan menjadi *al-fatawa* atau *al-fatawi* (Jakim, 2010).

Menurut al-Qaradawi dan al-Zuhaili, fatwa merujuk kepada apa sahaja jawapan hukum terhadap apa jua persoalan tentang agama sama ada secara individu atau berkumpulan. Fatwa merupakan perkataan Arab yang berasal daripada kata *fatayafu-fatwan*. Mengikut Ibn Manzur dan Khalid Ramadhan Hasan, *futyān* dan fatwa ialah dua kata nama yang digunakan bagi *al-ifta'* yang membawa maksud perbuatan menetapkan sesuatu fatwa yang dilakukan oleh mufti tentang sesuatu hukum atau satu kepentingan hukum yang dikeluarkan oleh faqih. Seseengah ulama seperti al-Baidawi dan al-Badakhshi memberikan definisi keautoritian berfatwa kepada mereka yang bergelar mujtahid (Abdul Razak, 2013).

Justeru dalam konteks Malaysia, ulama yang terdiri daripada para Mufti dan ahli-ahli Jawatankuasa yang dilantik oleh ketua agama Islam negeri berperanan menghasilkan fatwa-fatwa yang diperlukan oleh masyarakat. Penghasilan fatwa itu pula akan disebarkan kepada masyarakat terutamanya yang beragama Islam melalui pelbagai medium sama ada yang bersifat lama seperti buku dan surat pekeliling mahupun yang bersifat baharu seperti media sosial.

PENYEBARAN MAKLUMAT FATWA DALAM MEDIA SOSIAL

Kajian yang dilakukan oleh Najwa dan rakan-rakan (2006) menunjukkan bahawa kesemua ulama di jabatan mufti di setiap negeri telah menggunakan kemudahan ICT. Kemunculan penggunaan ICT boleh dikesan melalui penyebaran bentuk dan penulisan fatwa yang bersangkutan dengan isu akidah, syariah dan lain-lain. Ianya telah disebarkan kepada umat Islam bukan sahaja di Malaysia malahan ke seluruh dunia dengan menggunakan media sosial melalui perantara portal laman web. Walaupun begitu, beberapa penemuan kajian mendapati bahawa fungsi dan perkhidmatan yang disediakan melalui laman web tersebut masih terhad. Sebagai contoh, dalam aspek ciri-ciri kegunaan laman web, hanya berfungsi sebagai penyebar info dan perbincangan khusus sahaja. Hal ini mungkin disebabkan oleh pelbagai halangan yang telah membatasi laman web sepanjang penggunaannya. Justeru itu kepelbagaian penggunaan media sosial perlulah dipertingkatkan bukan hanya bergantung kepada satu atau dua saluran sahaja tetapi hendaklah mampu berhubung (link) kepada mana-mana bentuk media sosial lain yang boleh diakses dan mendapat perhatian masyarakat.

Hasil kajian daripada Mohd Noor et. al. (2008) mendedahkan bahawa pendekatan menggunakan media sosial seperti penghasilan e-Fatwa menjadi penyelesaian terbaik bagi masyarakat Islam untuk mendapatkan pelbagai info keagamaan sesuai dengan era teknologi maklumat dan komunikasi yang berkembang pesat kini. Ia sepatutnya menjadi rujukan yang paling berwibawa dengan kemudahan patukan (klik) yang mampu mengakses sebarang maklumat, bersifat mesra pelayar, boleh dipercayai, terkini dalam aspek rujukan tepat pada masa dan sepanjang hayat. Oleh itu penggunaan media sosial mesti dikekalkan namun perlu dipertingkatkan dengan beberapa sistem tambah nilai dan pengurusan yang lebih baik.

Bagi memastikan portal e-fatwa (Mohd Noor et. al, 2008) dapat dipertingkatkan, bentuk dan cara untuk meningkatkan fungsi portal tersebut supaya boleh dipercayai sangat diperlukan. Antaranya seperti maklumat fatwa yang perlu sentiasa dikemaskini, melakukan klasifikasi supaya konsisten dan diseragamkan, enjin carian yang disediakan bersifat pantas, bilik interaktif untuk penjelasan (eQ & A) yang perlu bersedia, proaktif dan responsive, rujukan tahun, alasan dan sebagainya mesti dilampirkan, sokongan multimedia/grafik untuk dipertimbangkan agar penjelasan sesuatu isu dapat difahami dengan mudah, isu utama (asbab) kepada penghasilan fatwa perlu didedahkan, bilik interaktif dengan mufti (e-Forum) perlu diaktifkan, menyedia dan membuat hubungan (link) di antara Portal laman web dengan Facebook, Youtube dan sebagainya.

MODEL PENERIMAAN TEKNOLOGI (TAM) DALAM PERSEKTIIF ISLAM

Penerimaan dan penggunaan teknologi yang berkait dengan hal ehwal Islam di Internet yang dikaji melalui penggunaan dan pengaplikasian Model Penerimaan Teknologi (TAM) dalam kalangan ulama khususnya yang berada di Jabatan Mufti negeri-negeri memperlihatkan kesediaan dan kemampuan dalam kalangan mereka untuk turut serta merencanakan lagi kemajuan teknologi tersebut. Golongan ulama turut menggunakan Internet dengan meluas khususnya dalam perkongsian, komunikasi dan perbincangan pelbagai konteks maklumat dan ilmu berkaitan agama Islam (Zulkiple, 2010; Uthman, 2000).

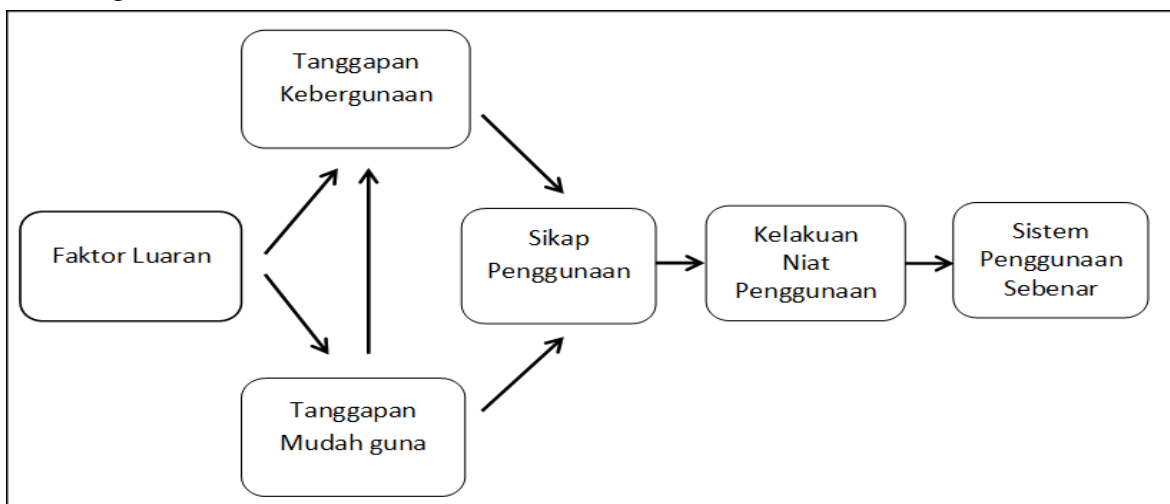
Dapatan kajian yang dilakukan oleh Mohd Sobhi (2014) menunjukkan bahawa golongan ulama pada masa kini menerimaguna maklumat (TAM) berkaitan Islam di Internet berdasarkan tanggapan bahawa Internet mudah diguna dan tanggapan Internet adalah

berguna. Kesimpulannya, pengguna Internet daripada latar pendidikan agama telah dapat menerima penggunaan medium Internet sebagai medium komunikasi maklumat berkaitan Islam. Penerimaan ini menjadi petanda signifikan dalam menjelaskan kepentingan Internet sebagai medium komunikasi maklumat merentasi pelbagai bidang ilmu.

Kajian Khadijah Muda et al (2013) mengenai aplikasi TAM dalam isu e-Zakat melibat hukum hakam dalam Islam terutama semasa kajiannya yang melibatkan isu zakat menunjukkan bahawa persepsi pengguna laman web zakat adalah tinggi terhadap manfaat, kemudahan penggunaan dan kepercayaan kerana kesahihan sudah ditapis oleh bahagian teknologi di laman web zakat.

Penyebaran e-fatwa yang sahih yang telah diluluskan pihak-pihak pakar boleh dilakukan dengan apa cara sahaja mengikut pembudayaan setempat selagi tidak bertentangan dengan agama (Mohd. Amirul Akhbar, 2011). Oleh itu, kewujudan media baharu sebagai agen transformasi dakwah telah diterima secara umum dan tidak bertentangan sama sekali dengan agama (al-Dusi, 2001). Islam sendiri menyuruh umatnya supaya menyeru kepada agama Allah dengan penuh berhikmah dan dengan memberikan tunjuk ajar yang baik (al-Quran, Surah al-Nahl ayat 125). Hikmah sebagaimana yang dinyatakan sebelum ini termasuklah penyediaan kaedah yang terbaik dalam merubah tabiat manusia. Selari dengan perkembangan teknologi, media baharu boleh menjadi salah satu dari kaedah terbaik ke arah tujuan tersebut. Perkembangan teknologi terkini menyaksikan pelbagai alat sebaran am mula berkembang secara berleluasa. Oleh itu, media atau maklumat tidak boleh dipersalahkan di atas ketidakupayaan masyarakat Islam mendapatkan maklumat fatwa yang benar dalam kehidupan agama (Rahimin Affandi, 2000).

Dalam kajian yang dilakukan terhadap jabatan Mufti negeri-negeri, pengkaji telah mengguna pakai model TAM sebagai kerangka asas kepada kajian ini. Tujuan penggunaan model TAM seperti dalam rajah 1 di bawah bagi melihat hubungan antara faktor penggunaan internet iaitu menerusi aplikasi media sosial khususnya dengan penerimaan mesej fatwa dalam kalangan masyarakat serta bentuk dan dokumen yang disebarikan menggunakan teknologi itu.



Rajah 1: Dialih bahasa kepada Bahasa Melayu daripada Fred D. Davis mengenai Technology Acceptance Model (TAM)/Model Penerimaan Teknologi (Ahmad Althunibat, Nor Azan & Noraidah, 2012)

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini telah dijalankan di seluruh Malaysia dengan memfokuskan kepada beberapa agamawan (ulama). Ulama ini terdiri daripada mufti dan ahli jawatankuasa fatwa. Data yang diperolehi daripada kerja lapangan direkodkan dan dianalisis. Untuk menganalisis data pula, pengkaji menggunakan program perisian Nvivo 10 (source, nodes, queiries, model dan classfication). Tujuan kesemua analisis ini dibuat adalah untuk memperolehi gambaran keseluruhan mengenai bentuk media sosial yang digunakan dalam sebaran maklumat fatwa dan mengenalpasti dokumentasi yang disebarikan serta melihat sejauhmana kepuasanhati organisasi yang menghasilkan fatwa dan masyarakat terhadap pendekatan penggunaan media sosial dalam penyebaran maklumat fatwa.

HASIL DAN PERBINCANGAN

Hasil dapatan *tree nodes* menunjukkan bahawa kaedah atau bentuk yang digunakan oleh ulama di Jabatan Mufti dalam penyebaran maklumat fatwa di media sosial terbahagi kepada empat bentuk iaitu jaringan sosial (*Facebook*), *collaborative working* (portal web dan e-fatwa), komunikasi bertulis (*Twitter* dan *RSS*) serta pendengaran dan tontonan (*YouTube*) (Lihat rajah 2 di bawah). Antara dokumentasi maklumat yang disebarikan pula melibatkan perkara yang bersangkutan dengan aspek akidah, syariah, muamalat dan lain-lain. Dari segi penerimaan ulama di jabatan mufti dan masyarakat luar terhadap penggunaan media sosial dalam proses penyebaran maklumat fatwa menunjukkan trend positif di mana jabatan dan masyarakat menerima media tersebut bersesuaian dengan perkembangan terkini yang amat memerlukan kepada peranan media tersebut walaupun media tradisional pada masa yang sama masih lagi digunapakai.

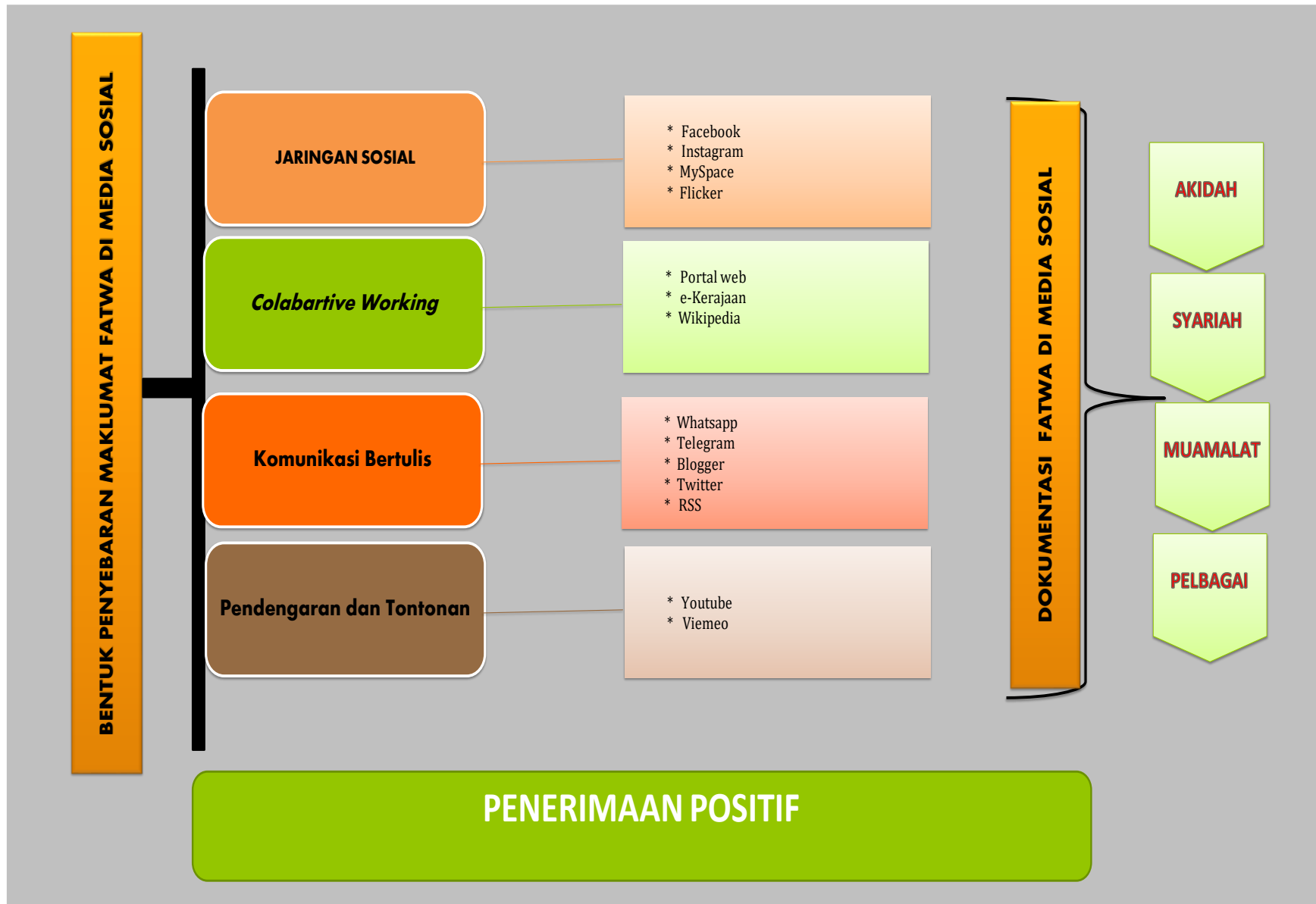
Berdasarkan kepada dapatan kajian ini dapatlah ditegaskan bahawa pihak agamawan memainkan peranan yang penting dalam menyebarkan maklumat berasaskan penggunaan teknologi terkini melalui media sosial. Hasil kajian ini menyokong dapatan daripada kajian yang telah dilakukan oleh Jakim (2010) dan Najwa (2006) yang menyatakan amat berpuas hati dengan kebolehan OSS (satu bentuk rangkaian dalam media sosial) dan yakin ianya mampu dikembangkan untuk projek-projek lain akan datang. Dengan adanya media sosial seperti pendekatan *colbaritve working* melalui e-Fatwa dan dihubungkan (link) dengan plattform lain, ini akan menjadi *workflow* penerbitan fatwa yang lebih tersusun.

Selain itu, pembinaan platform yang kukuh oleh semua pihak yang terdiri dari Jabatan-jabatan Mufti Negeri seluruh Malaysia yang dapat bekerjasama antara satu sama lain mampu menyumbang dan menyampaikan pelbagai maklumat berkaitan kepelbagaian fatwa dengan mudah dan lancar. Selain itu, ianya juga sangat bersesuaian dengan suasana zaman dan masyarakat kini yang memerlukan teknologi dalam menyampaikan info dan mencari info. Berdasarkan kepada dapatan kajian ini bolehlah disimpulkan bahawa golongan ulama menerima pakai teknologi maklumat (TAM) yang berkaitan dengan penyebaran fatwa di media sosial berdasarkan tanggapan bahawa media sosial mudah digunakan sangat berguna pada zaman kini. Penerimaan ini juga menjadi petanda signifikan dalam menjelaskan kepentingan Internet sebagai medium komunikasi maklumat segera merentasi bidang ilmu.

Walaupun masyarakat dan agamawan di pejabat mufti berpuashati dengan pendekatan media sosial dalam penyebaran maklumat fatwa, namun beberapa elemen-elemen perlu juga diperbaiki. Menurut Wan Zulkifli dan rakan-rakan (2014) dan Najwa (2006) penyebaran maklumat berkaitan fatwa kepada orang ramai terutama dalam persoalan

atau masalah keagamaan yang dihadapi oleh masyarakat perlu mempunyai ruangan kemusykilan agama melalui media sosial seperti facebook, surat, emel, berjumpa sendiri dengan Mufti dan sebagainya. Ini kerana pemaparan dalam portal web tersebut hanya memfokuskan kepada info dan perbincangan tertentu sahaja. Oleh itu penyebaran fatwa perlu dipertingkatkan dengan beberapa sistem tambah nilai dan pengurusan yang lebih baik (Mohd Noor et al, 2008).

Walaupun ulama berminat dengan perkembangan dan penggunaan teknologi dalam proses penyampaian ilmu keagamaan, namun kekangan tertentu seperti tiada peruntukan khusus untuk menampung kos pengurusan dan pentadbiran yang melibatkan teknologi maklumat perlu diberi perhatian serius. Kekurangan kakitangan khusus untuk mengawal selia aspek teknologi maklumat di jabatan-jabatan mufti boleh menyebabkan proses penyebaran dan penyampaian maklumat berkaitan dengan keagamaan menjadi perlahan dan lambat sampai kepada sasaran terutama masyarakat. Keperluan untuk mendapatkan latihan khusus yang berkaitan dengan ilmu teknologi maklumat juga perlu didedahkan kepada penjawat yang bertanggung jawab menjaga portfolio tersebut. Kesemua cabaran tersebut perlu diperbaiki oleh pihak bertanggungjawab agar urusan yang berkaitan dengan hal ehwal Islam tidak tertinggal dan dilupakan oleh kesibukan masyarakat kini.



Rajah 2: Penerimaan Media Sosial Dalam Penyebaran Maklumat Fatwa Di Malaysia.

KESIMPULAN

Berdasarkan kepada dapatan kajian yang menggunakan model penerimaan teknologi (TAM), maka bolehlah disimpulkan bahawa golongan ulama menerima kemajuan teknologi maklumat terutama yang berkaitan dengan penyebaran ilmu-ilmu yang dihasilkan daripada keputusan fatwa. Fatwa-fatwa yang dihasilkan itu telah disalurkan kepada masyarakat umum melalui kepelbagaian saluran yang terdapat dalam media sosial. Penerimaan penyampaian melalui media sosial ini disebabkan oleh wujud tanggapan bahawa media sosial mudah untuk digunakan oleh pelbagai pihak. Penerimaan ini juga menjadi petanda signifikan dalam menjelaskan kepentingan media sosial sebagai medium komunikasi maklumat yang pantas dan merentasi pelbagai bidang ilmu pada masa kini.

RUJUKAN

- Ahmad Althunibat, Nor Azan Mat Zin & Noraidah Sahari @ Ashaari (2012) Pemodelan Faktor Penerimaan Perkhidmatan Kerajaan Mudah Alih (M-Kerajaan) *Jurnal Teknologi Maklumat dan Multimedia Asia-Pasifik*, Vol.1 (1).
- Al-Baidawi (685H). *Minhaj al-Wusul fi Ma`rifah `Ilm al-Usul*, Mesir: Maktabah wa al-Matba`ah alMahmudiyah.
- Al-Badakhshi (1953), *Sharh al-Badakhshi Manahij al-`Uqul*. Kaherah..
- Al-Dusi, Hasan Salim. (2001). *Manhaj Fiqh al-Muwazanat fi al-Share al-Islami*. Majallah al-Shareah wa al-Dirasat al-Islamiyyah. Bil. 46. alKawayt: Majlis al-Nashr al-cIlmi Jamicah al-Kuwayt.
- Azizan Had (2014). Dakwah melalui internet di Malaysia: Masalah dan cabaran. *Seminar Antarabangsa Dakwah & Etnik 2014; Dakwah & Etnik: Perspektif Multi-disiplin*
- Mohd Sobhi Ishak & Junaidi Abd Ghani (2015). Pengurusan privasi Facebook Penjawat Awam: Pengaruh intensiti penggunaan, Kemahiran swaawas dan orientasi Privasi organisasi. *Malaysian Journal of Communication*, 31(2), 61-82.
- Najwa Hayati Mohd Alwi (2006). Malaysian Fatwa Websites Studies. In International Conference on Information and Communication Technology on the Muslim Worlds 2006.
- Hasan Idris. (1983). Sumbangan 'Ulama Dalam Bidang Pendidikan. Dlm majalah Dakwah. KL: YADIM.
- Hasnan Kasan (2006). *Institusi Fatwa di Malaysia*. Bangi: Penerbit UKM.
- Khadijah binti Muda, Mohd Daud bin Awang, Husniyah Abdul Rahim bin Abdul Wahab, & Dayang Shobihah binti Abang Abai. (2013). Persepsi Pengguna 200 Laman Web LZS Terhadap Pembayaran Zakat Secara Atas Talian. *Jurnal Pengurusan JAWHAR*, 7(2), 111-140.
- Muhammad Abu Bakar. (1991). *'Ulama Terengganu*. KL: Utusan Publication Distributors Sdn. Bhd.
- Mohd Amirul Akhbar Mohd Zulkifli. 2011. Ironi Komitmen Terhadap ICT: Ancaman Blog di Malaysia. *Malaysian Journal of Communication*. 27(1): 53-72.
- Mohd Nor Mamat, Siti Fatahiyah Mahamood, Mohd Nazir Ahmad, Aliza Ismail & Zam Hariro Jamaluddin (2008). *E-Fatwa Information Management: Sustainance And Enhancement Towards Friendly And Efficient Online Database*. World Congress of Muslim Librarian & Information Scientists 25th -27th November 2008, Putra World Trade Center.
- Othman bin Hj Ishak. (1981). *Fatwa Dalam Perundangan Islam*. Selangor: Penerbit Fajar Bakti.

- Rahimin Affandi Abd Rahim. 2000. Memperkasakan Budaya Berfikir Islam: Satu Analisa. *Jurnal Afkar*. 3: 57-80.
- Severin, W. J. & Tankard, J. W. (2001). *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media*. New York: Longman Publications.
- Zulkifli Mohamad al-Bakri. (2008). *Fatwa dan Mufti Hukum, Etika dan Sejarah*. Bandar Baru Nilai: Universiti Sains Islam Malaysia.