



PROSIDING **SIMPOSIUM** DUNIA DAKWAH DIGITAL 2021

Ketua Editor:
Dr. Baharudin Bin Othman

PROSIDING
SIMPOSIUM

**DUNIA DAKWAH DIGITAL
2021**

DITERBITKAN OLEH:
Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah
KM 6, Beg Berkunci No.12
89009 Keningau, Sabah, Malaysia
Tel: 087-331868
Faks: 087-336087

Hak Cipta Terpelihara @ 2021 Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah

Sebarang bahagian dalam buku ini tidak boleh diterbitkan semula,
disimpan dalam cara yang boleh dipergunakan lagi atau dipindahkan
dalam sebarang bentuk atau dengan sebarang cara elektronik,
mekanikal, penggambaran semula, rakaman atau sebagainya sebelum
mendapat izin bertulis daripada
Pengarah Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah (IPDAS)
Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM)

Semua artikel yang terkandung di dalam prosiding ini adalah kertas pembentangan dan
sisipan sempena Webinar Simposium Dunia Dakwah Digital 2021
Anjuran Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah pada 24 Jun 2021.

ISBN 978-967-19140-2-1



Perpustakaan Negara Malaysia
Data Pengkatalogan Dalam Penerbitan

KETUA EDITOR :
DR. BAHARUDIN BIN OTHMAN

TEAM EDITOR :
MOHAMAD SYAFIQ BIN ABD LATIP
SAEIDAH SYAMIELAH BINTI ABD RAHMAN
NOORLINA BINTI SAIDI @ ZALI
NUR AZIERA BINTI NAHAR

PEREKA GRAFIK :
AL AMIN BIN ALBAR
MD. HAMIZI BIN ABDUL KAMIL

KATA PENGHARGAAN
KETUA PENGARAH
JABATAN KEMAJUAN ISLAM DAN DAKWAH

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته دان سلام سجهترا

Alhamdulillah, syukur ke hadrat Allah SWT, dengan izin dan kurnia-Nya, perancangan menganjurkan Webinar Simposium Dunia Dakwah Digital (WSDDD) 2021 dapat direalisasikan.

Setinggi-tinggi tahniah diucapkan kepada seluruh warga Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah yang sangat komited dalam menjayakan WSDDD 2021. Ucapan penghargaan juga saya tujukan buat semua pembentang kertas atas sumbangan mereka dalam menjadikan simposium ini sebagai medan perkongsian pengalaman dan cetusan idea ke arah menempa jalan mendepani cabaran dunia dakwah digital dewasa ini.

Sesungguhnya, penganjuran WSDDD ini adalah sangat tepat berasaskan suasana kehidupan pada abad ke 21 yang berpaksikan teknologi digital telah menjadi norma kehidupan seharian manusia dan tidak boleh dipisahkan. Justeru, ia merupakan usaha dakwah untuk menyampaikan ajaran Islam seiring dengan perkembangan teknologi dan mudah diakses dalam pelbagai bidang dimensi ilmu. Meskipun begitu, kandungan dakwah digital tetap berdepan dengan lambakan kandungan lain yang bersifat destruktif yang turut bersaing dan berkembang pesat.

Saya amat yakin, inisiatif WSDDD yang julung kali diadakan oleh Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah akan mempertingkatkan kefahaman, kompetensi dan kemahiran para rijal al-dakwah dari sudut infrastruktur mahupun infostruktur media Islam bagi berdepan dengan cabaran besar dakwah dalam persekitaran digital supaya hasrat dan misi risalah yang dibawa oleh Nabi SAW dapat diteruskan dan direncanakan secara efektif.

Akhir sekali, saya berharap agar Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah (IPDAS) terus komited memberikan sumbangan dalam menyokong fungsi Jabatan Kemajuan Islam Malaysia dalam melaksanakan program-program pembangunan ummah agar penghayatan Islam akan terus segar dan kesucian akidah Islamiyyah di Malaysia akan sentiasa terpelihara. Saya juga sangat berharap agar semua yang terlibat dalam WSDDD ini agar terus memberi komitmen yang padu dalam merealisasikan peranan masing-masing demi mengangkat dan meninggikan syiar Islam di negara ini.

Sekian, terima kasih.

DATUK ABDUL AZIZ BIN JUSOH
Ketua Pengarah
Jabatan Kemajuan Islam Malaysia

KATA PENGANTAR
PENGARAH
INSTITUT PENGAJIAN ISLAM DAN DAKWAH SABAH

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته دان سلام سجهترا

Alhamdulillah, syukur ke hadrat Allah SWT, dengan keizinanNya, Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah dapat melaksanakan Webinar Simposium Dunia Dakwah Digital (WSDDD) 2021. Prosiding WSDDD merupakan manifestasi penelitian para pembentang dan penyelidik dalam menterjemahkan Ekosistem Dunia Digital, cabaran masa depan dunia dakwah, peranan karyawan dan pemain industri dalam merencanakan kandungan Dakwah Digital, keperluan Pendidikan Dakwah Digital serta potensi pasaran Industri Dakwah Digital.

Dakwah dalam Era Digital menjadi perhatian Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah kerana ia selari dengan *niche* dan cita-cita IPDAS menjadi “*champion*” dalam bidang dakwah. Justeru, IPDAS perlu melonjak keluar dari Pendidikan Dakwah secara konvensional dan berani berdepan dengan polemik dakwah di Era Digital. Justeru, WSDDD pada kali ini menjadi asas dalam merungkai isu dan menyediakan tasawur yang holistik tentang perkembangan digital, ruang tempat praktis dakwah, keperluan dan inisiatif dakwah semasa agar keupayaan dakwah secara maya lebih objektif dan memberi masalah kepada ummah.

Selain itu juga, melalui WSDDD dan penerbitan prosiding ini, ia akan membina dan membantu IPDAS dalam merangka Kurikulum Dakwah Digital yang memerlukan kefahaman dan kepakaran dalam menggabungkan kurikulum secara bersepadu yang menyentuh kandungan agama dan integrasi dengan sains dan teknologi. Dengan adanya Pendidikan Dakwah Digital yang komprehensif di masa hadapan, pastinya medan dan agenda dakwah akan lebih kukuh sama ada dalam persekitaran sebenar (*real*) ataupun maya (*virtual*).

Akhirnya, semoga WSDDD dan prosiding ini dapat menjadi wadah perbincangan dan terbitan ilmiah di samping membentuk motivasi tinggi kepada para daie dalam memahami konteks cabaran dan solusi Dakwah Digital masa kini.

Sekian, terima kasih.

MOHAMAD ZAMRI BIN MOHAMED SHAPIK
Pengarah
Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah

KANDUNGAN

EKOSISTEM DAKWAH DIGITAL: CABARAN MASA DEPAN DUNIA DAKWAH Profesor Dato' Dr. Zulkiple Abd Ghani	1
PEMBANGUNAN KANDUNGAN DAKWAH DIGITAL: PERANAN KARYAWAN DAN SENIMAN ANIMASI Fariz Azmir bin Mohd Ghazali dan Marzuki bin Abdullah	25
PENDIDIKAN TINGGI DAKWAH DIGITAL: ANTARA KEPERLUAN DAKWAH DAN INDUSTRI (DIGITALISASI DAKWAH DALAM ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0) Datuk Prof.Madya. Dr Abdul Kadir Rosline & Dr. Mohd Syahiran Abdul Latif	42
POTENSI PASARAN INDUSTRI DAKWAH DIGITAL DALAM DUNIA PENYIARAN MENURUT PERSPEKTIF RTM SABAH Aritika Haji Mabni @ Matbee	58
PEMBANGUNAN KEPIMPINAN DA'I DALAM DAKWAH ERA DIGITAL Prof.Madya Dr. Abdul Ghafar Don	80
PENDIDIKAN KEIBUBAAPAN TERHADAP REMAJA: PENGGUNAAN TEKNOLOGI DAN MEDIA SIBER Dr. Izzah Nur Aida Zur Raffar	101
POLA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM KALANGAN REMAJA MALAYSIA Muhamad Faisal Ashaari, Nor Faizah Ismail, Rosmawati Mohamad Rasit, Hasanah Khafidz, Khazri Osman	125
'DAKWAH DIGITAL': GERAKAN SINEMA ISLAM MELALUI DIALOG DAN SINEMATOGRAFI FILEM SYUKUR 21 (2000) Al Amin Albar	148
DASAR MANHAJ RABBANI DALAM MELONJAK DAKWAH DIGITAL DI MALAYSIA Al Amin Albar, Saeidah Syamielah Abd Rahman & Mohd Syafiq Abd Latip	175
TAHAP PENERIMAAN NON-MUSLIM TERHADAP AKTIVITI-AKTIVITI PENYEBARAN AGAMA ISLAM MELALUI PENYIARAN RADIO DAN TELEVISYEN Noor Amani Mohamed Hussin	193
PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN FACEBOOK TERHADAP PENCAPAIAN AKADEMIK PELAJAR INSTITUT PENGAJIAN ISLAM DAN DAKWAH SABAH (IPDAS) Mohamad Syafiq Abd Latip, Mohamad Rafiee Badurus, Dygku Ezharrinna Awgku Matarsat, Mohd Ibnu Fakri Vermond & Puad Jaragan	214
KESAN PERMAINAN VIDEO TERHADAP TAHAP PEMBELAJARAN Abdul Aziz Mokhtar, Khadijah Radzuan, Mohd Hafizi Nurodin, Masleha binti Yusof, Siti Aisah Kebajikan & Sulaiman bin Nawawi	238
RESOLUSI SIMPOSIUM DUNIA DAKWAH DIGITAL	276

EKOSISTEM DAKWAH DIGITAL: CABARAN MASA DEPAN DUNIA DAKWAH

**Profesor Dato' Dr. Zulkiple Abd Ghani
Fakulti Kepimpinan dan Pengurusan Universiti Sains Islam Malaysia
(USIM)**

EKOSISTEM DAKWAH DIGITAL: CABARAN MASA DEPAN DUNIA DAKWAH

Profesor Dato' Dr. Zulkiple Abd Ghani
Fakulti Kepimpinan dan Pengurusan Universiti Sains Islam Malaysia (USIM)
drzulkip@usim.edu.my

ABSTRAK

Perubahan teknologi digital masa kini telah menyebabkan keperluan manhaj dakwah berubah dan perlu disesuaikan dengan keperluan masa. Oleh itu, ekosistem dakwah digital perlu dibangunkan secara terancang dengan mengambilkira semua unsur, manhaj, objektif dan kaedah dakwah serta kepelbagaian sasaran. Kertas ini akan membincangkan tiga ekosistem utama dakwah digital melibatkan pembangunan ekosistem media Islam merangkumi falsafah pemikiran dan teori, kemantapan sumber manusia dan organisasi serta kandungan berlandaskan syariah. Turut dibincangkan ialah cabaran-cabaran baru yang muncul dan menuntut kepada keperluan supaya umat Islam keluar dari zon pengguna kepada zon pencipta dan mengetuai pembangunan teknologi seperti dalam ajaran Islam. Antara dapatan utama ialah keperluan membangun tekno daie yang kompeten dalam kandungan dakwah dan teknologi, keperluan pihak berkuasa iaitu kerajaan dan organisasi sebagai peneraju dakwah digital dan usaha penghasilan kandungan yang cekap dan efisien supaya berimpak tinggi untuk mencapai objektif dakwah

KATA KUNCI: Ekosistem, Dakwah Digital, Teknologi

PENDAHULUAN

“Go Mobile” dan “The future already arrived” merupakan dua frasa yang boleh menggambarkan realiti kehidupan semasa. Perlumbaan menguasai manusia di atas planet bumi berkait rapat dengan penguasaan teknologi. Sifir mudah yang dipakai ialah siapa yang menguasai teknologi akan menguasai manusia lain. Justeru, syarikat-syarikat gergasi berkaitan komputer dan teknologi berlumba-lumba membangunkan teknologi baru dan memperuntukkan jumlah kewangan yang besar untuk tujuan penyelidikan dan pembangunan (R&D). Microsoft contohnya membelanjakan USD 19.3 bilion pada tahun 2020 hanya untuk R&D. Sebagai bandingan, jumlah berkenaan bersamaan dengan kira-kira 26% dari bajet tahunan kerajaan Malaysia pada tahun berkenaan (RM297 bilion). Amazon, Alphabet (Google), Volkswagen, Samsung dan Intel adalah antara syarikat yang menfokuskan kepada R&D bertujuan membangunkan teknologi baru dan dapat mengekalkan “competitive advantage” mereka berbanding dengan pesaing masing-masing.

Persoalan kita ialah di mana kedudukan umat Islam yang berjumlah 1.7 bilion (dari 7.83 bilion) dalam persaingan teknologi ini? Apakah kita kekal menjadi pengguna kepada teknologi yang berkembang pesat ini atau ada pemikiran dan usaha untuk membangun dan mengetuai aspek teknologi untuk kepentingan dakwah dan umat Islam? Manhaj dakwah sudah pasti sedang dan akan berhadapan dengan perkembangan teknologi komunikasi semasa dan cuba melakukan penyesuaian berdasarkan prinsip hikmah, mau'izah dan mujadalah bil husna. Artikel ini akan membincangkan skop ekosistem dakwah digital dalam mendepani cabaran semasa berdasarkan firman Allah dalam surah Fussilat, ayat 33, yang bermaksud: “Siapakah yang lebih baik perkataannya daripada orang yang menyeru kepada Allah, mengerjakan amal yang soleh dan berkata: ‘Sesungguhnya aku termasuk orang yang menyerah diri?’”

MEMAHAMI DAKWAH DIGITAL

Dakwah ialah usaha menyeru, mengajak, memujuk dan memandu manusia ke arah memahami dan menerima Islam sebagai agama yang lengkap. Dakwah adalah satu tanggungjawab mulia yang tinggi martabatnya di sisi Allah SWT dan menjadi sebab utama para rasul diutuskan. Justeru, al-Qur'an dan Sunnah Nabi SAW menjadi kandungan utama yang perlu disampaikan kepada manusia di sepanjang zaman. Dalam proses penyampaian ini, Allah membekalkan kaedah atau metode asas bagi menjayakan aktiviti pendakwahan. Dalam surah al-Nahl, ayat 125 Allah berfirman maksudnya: "Serulah ke jalan Tuhanmu (wahai Muhammad) dengan hikmah kebijaksanaan dan nasihat pengajaran yang baik, dan berbahaslah dengan mereka (yang engkau serukan itu) dengan cara yang lebih baik". Ayat ini menjadi pokok perbincangan kepada metodologi dakwah, iaitu berhubung dengan cara, kaedah atau pendekatan dalam menyampaikan maksud dakwah. Ketiga-tiga metodologi iaitu - 'hikmah', 'al-mau'izah al-hasanah' dan 'al-mujadalah al-husna' – adalah manhaj rabbaniyyah yang sesuai diaplikasi di sepanjang masa dan tempat.

Sementara itu, perkataan "digital" bukan berasal dari komuniti Islam. Ia berasal dari bahasa Latin iaitu *digitus*, merujuk kepada makna *jari* (finger). Jari mengasingkan nilai angka-angka yang dikira, justeru 'digital' berkait rapat dengan angka, penomboran, pengiraan (computing) dan elektronik. Lawan kepada perkataan 'digital' ialah 'analog', iaitu suatu sistem yang reproduksinya sama atau hampir sama dengan yang asal. Persekitaran digital merujuk kepada persekitaran yang dibentuk oleh alat-alat (devices) elektronik melibatkan komputer, teknologi internet, telefon mudah alih dan pelbagai peranti lain yang memproses data dan membentuk komunikasi secara sebenar (real) dan maya. Teknologi digital terbukti lebih tepat dan jelas berbanding dengan penggunaan sistem analog. Dalam kehidupan seharian kita, teknologi digital boleh dilihat memasuki setiap bidang kehidupan dan sukar dipisahkan, dari ruang peribadi di

rumah seperti pelbagai peralatan rumah hingga kepada ruang publik seperti di dalam institusi pendidikan, perniagaan, kerajaan dan termasuk juga kerohanian.

Aktiviti dakwah juga tidak terlepas dari persekitaran digital. Dakwah digital boleh didefinisikan sebagai usaha-usaha untuk menyampaikan ajaran Islam menggunakan pelbagai peranti berasaskan teknologi digital untuk mencapai matlamat dakwah iaitu *tahqiq sa'adah wa nasyrus salam* (merealisasikan kebahagiaan dan menyebarkan kesejahteraan). Sumber al-Qur'an, al-Sunnah, kitab-kitab muktabar dalam pelbagai bidang telah didigitalisasikan dan boleh dicapai dengan pantas melalui peranti tertentu. Selain itu, pelbagai kandungan ditransformasi dalam bentuk infografik, audio-visual dan animasi yang ringkas dan menarik serta mudah difahami. Cabaran besar ialah untuk memastikan kandungan digital sampai kepada sasaran, dapat diproses difahami dan dapat diamalkan oleh khalayak dalam kehidupan berpandukan ajaran Allah SWT. Kandungan dakwah digital bagaimanapun tetap berhadapan dengan persaingan lambakan kandungan lain yang bersifat destruktif yang juga berkembang dengan pesat.

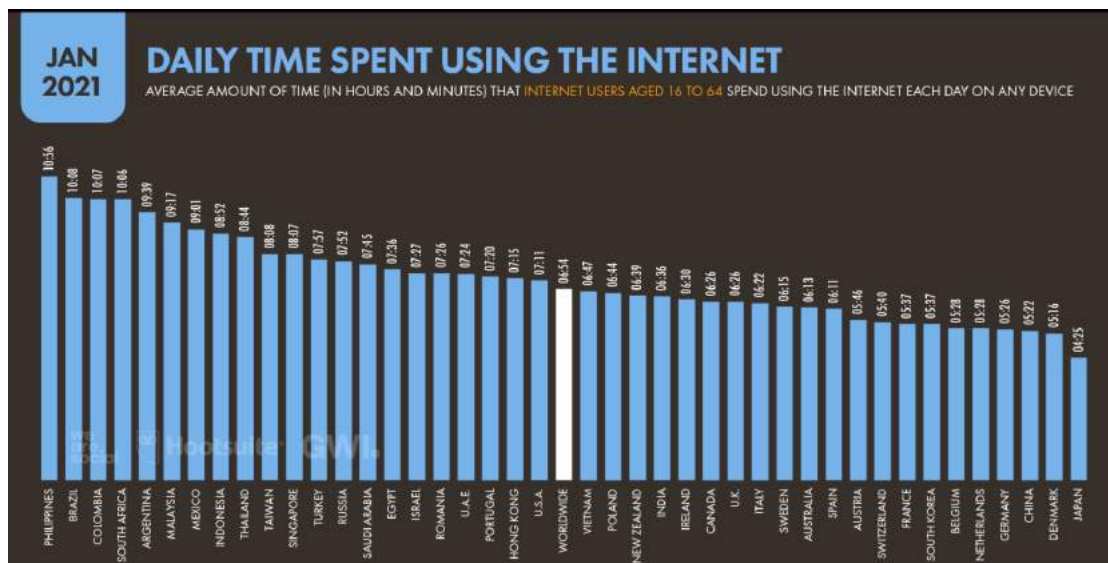
CABARAN DAKWAH BERPERANTI TEKNOLOGI

Berdasarkan laporan Global Digital Statbites pada Mac 2021, dari 7.83 bilion populasi penduduk dunia ketika ini, 5.22 bilion atau 66.6 peratus menggunakan telefon mudah alih (mobile phone). Dari jumlah berkenaan, terdapat 4.2 bilion atau 53% adalah pengguna media sosial iaitu tambahan 490 juta dari tahun sebelumnya atau peningkatan sebanyak 13%. Disebabkan oleh pandemik Covid 19 yang melanda seluruh dunia, pengguna aktif media sosial makin meningkat dan jangkamasa penggunaan sehari juga turut meningkat dengan mendadak. Penduduk-penduduk di dunia ketiga seperti Filipina, Brazil, Nigeria didapati memperuntukkan masa lebih banyak (melebihi 4 jam sehari) untuk

melayari media sosial berbanding negara maju seperti Jepun, United Kingdom dan Amerika Syarikat (kurang dari 1 jam). Dari segi volum komunikasi, bagi pengguna telefon aplikasi Android sahaja, secara kumulatif dalam tempoh setahun lepas pengguna memperuntukkan sejumlah 3.5 trilion jam melayari skrin telefon mudah alih (<https://datareportal.com/reports/digital-2021>) .

Menariknya, apa yang dilayari oleh pengguna atau netizen dan berapa besar isi kandungan yang disediakan oleh penyedia-penyedia pelantar atau platform ini? Jawapannya, aplikasi video dan hiburan (entertainment) dan permainan (games) merupakan antara segmen besar (35%) merujuk kepada masa diperuntukkan dan trend tersebut makin meningkat dari sehari ke sehari. Malah, sekiranya diambil masa diperuntukkan untuk tidur setiap hari antara 7-8 jam, masa melayari internet secara purata mendekati jumlah masa tidur setiap hari bagi kumpulan umur dan status pekerjaan tertentu. Data-data yang dikeluarkan mungkin tidak tepat sepenuhnya, tetapi trend yang ada boleh ditafsir dan boleh diambilkira dalam membuat perancangan bagi dakwah digital serta mendepani cabaran mendatang. Contohnya, segmen pengguna terbesar ialah golongan berumur 16-24 tahun, diikuti oleh kumpulan 25-34 tahun dan seterusnya 35-44 dan lebih kecil bagi golongan berikutnya.

Merujuk kepada situasi umat Islam, pendedahan kepada kandungan yang ada dalam internet boleh dilihat antaranya kepada purata masa yang diperuntukkan setiap hari melayari internet. Malaysia tergolong antara negara yang tertinggi dari segi purata jam melayari internet setiap hari iaitu 9 jam 17 minit, diikuti oleh Indonesia (8:52), Turkey (7:57), Arab Saudi (7:45), Mesir (7:36) dan UAE (7:24) seperti ditunjukkan dalam Rajah1.



Rajah 1: Peruntukan masa melayari internet setiap hari

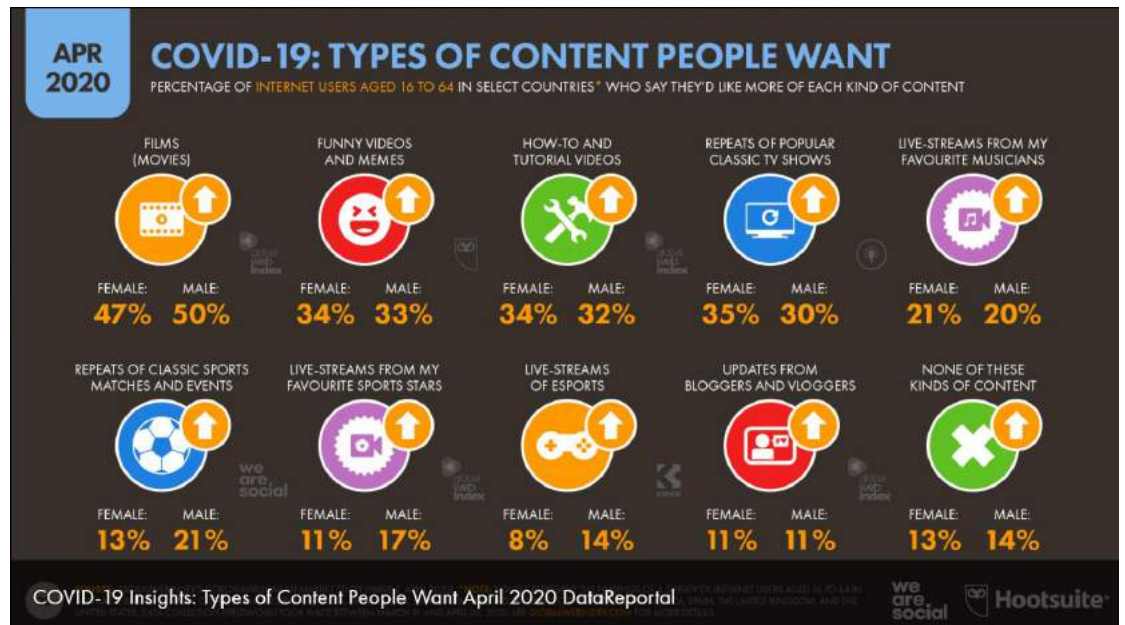
Sumber: (<https://datareportal.com/reports/digital-2021>)

Melihat kepada aspek jangkamasa pendedahan kepada internet, kadar literasi dan perilaku (behavioural) merupakan penentu kepada produktif atau tidak masa yang diperuntukkan melayari internet. Antara item positif dan produktif yang boleh dilihat ialah seperti melayari internet untuk mencari informasi, berhubung dengan keluarga dan kawan, mendapat berita dan peristiwa terkini, tujuan pengajaran dan pembelajaran, mencari idea dan inovasi baru, menyelidik produk dan jenama barang, mencari tempat bagi tujuan pelancongan, mengurus kewangan dan e-pembelian, menyempurnakan urusan kerja dan perniagaan, di samping menonton video, filem dan permainan.

Beberapa pengajaran boleh diselidiki bila membincangkan mengenai dakwah digital. Pertama, umat Islam terbangun dengan komunikasi oral dan tradisi oral ini sangat kukuh. Teknologi percetakan, penyiaran (broadcasting), teknologi komputer, internet, satelit, telefon pintar dan pelbagai peranti baru bukan ciptaan umat Islam. Teknologi tersebut datang dari luar dan umumnya

umat Islam adalah sebagai pengguna walaupun bagi negara yang mempunyai pendapatan GDP per kapita yang tinggi seperti Qatar (USD 61K) dan Brunei (USD 28K). Berbanding pencipta, pengguna selalunya akan mudah dimanipulasi dan terdedah kepada percaturan pencipta seperti supaya akan terus kekal sebagai pengguna khususnya dalam konteks sistem ekonomi kapitalis yang mengukuh. Mereka perlu membayar bagi setiap inovasi baru yang dijual oleh pencipta di samping tahap kebergantungan yang tinggi kepada teknologi. Bagi dakwah digital, ia terkait dengan segala unsur teknologi yang ada kaitan dengan proses mengendali data dan informasi dalam bentuk teks, imej, video dan audio serta melibatkan tahap-tahap proses seperti pemerolehan, penyimpanan, pemprosesan dan penyebaran.

Kedua, jika dilihat kepada beberapa jargon baru yang muncul seiring dengan era digitalisasi seperti fake news (berita palsu), 'data smog', 'digital dystopia', 'tech slavery', dan 'infobesity', ia menuntut skala literasi yang tinggi dan daya kawalan diri serta kefahaman mendalam mengenai hardware dan software untuk mengelak umat dari terjerumus ke lembah keruntuhan. Berita palsu yang tersebar secara meluas dan cepat khususnya melalui media sosial perlu ditangani dengan kadar segera kerana ia boleh mengucir kacir kehidupan selain mendatangkan ketidakharmonian dari segi hubungan antara kaum. Begitu juga dengan data smog dan infobesity yang boleh menyebabkan kegusaran dan pencemaran maklumat akibat jumlah maklumat keterlaluan banyak dan menyukarkan proses pembuatan keputusan yang tepat dan bermakna. Isu kelesuan bersangatan (extremely fatigue) akibat pandemik covid 19 dan perintah kawalan pergerakan menyebabkan saluran media sosial menjadi tumpuan masyarakat dunia. Rajah 2 memperlihatkan kecenderungan pengguna sosial memilih kandungan khususnya menonton filem, video dan persembahan. Tidak ketinggalan, kunjungan ke laman-laman lucah seperti pornhub turut menerima kunjungan sebanyak 3.94 bilion pelawat pada Januari 2021 iaitu berada pada ranking ke tujuh terbanyak.



Rajah 2: Jenis kandungan dilayari pelayar internet

Sumber: (<https://datareportal.com/reports/digital-2021-global>)

Secara ringkas, umat Islam perlu mempunyai niat, keazaman dan mengambil inisiatif untuk keluar dari status pengguna teknologi kepada pencipta teknologi. Islam mengajar umatnya supaya mencipta dan mengguna teknologi untuk tujuan kesenangan hidup dan dalam masa yang sama mengagongkan kebesaran Allah SWT sebagai Pencipta. Semasa membentangkan syarahan perdana pengukuhan anugerah profesor, saya berhujah (2019):

“... bahawa cabaran besar dakwah dalam persekitaran digital ialah bagaimana menukar pendekatan membangun dan mengembang teknologi komunikasi digital menjadi sebuah ‘perkhidmatan’ (services) kepada umat manusia, bukan sebagai suatu komoditi seperti diamalkan ketika ini. Dengan mengamalkan falsafah ini, jurang digital (digital divide) dan ketaksamaan kekayaan (wealth

inequality) yang menjadi ancaman utama kepada kesejahteraan sejagat ketika ini dapat ditambahbaik.”

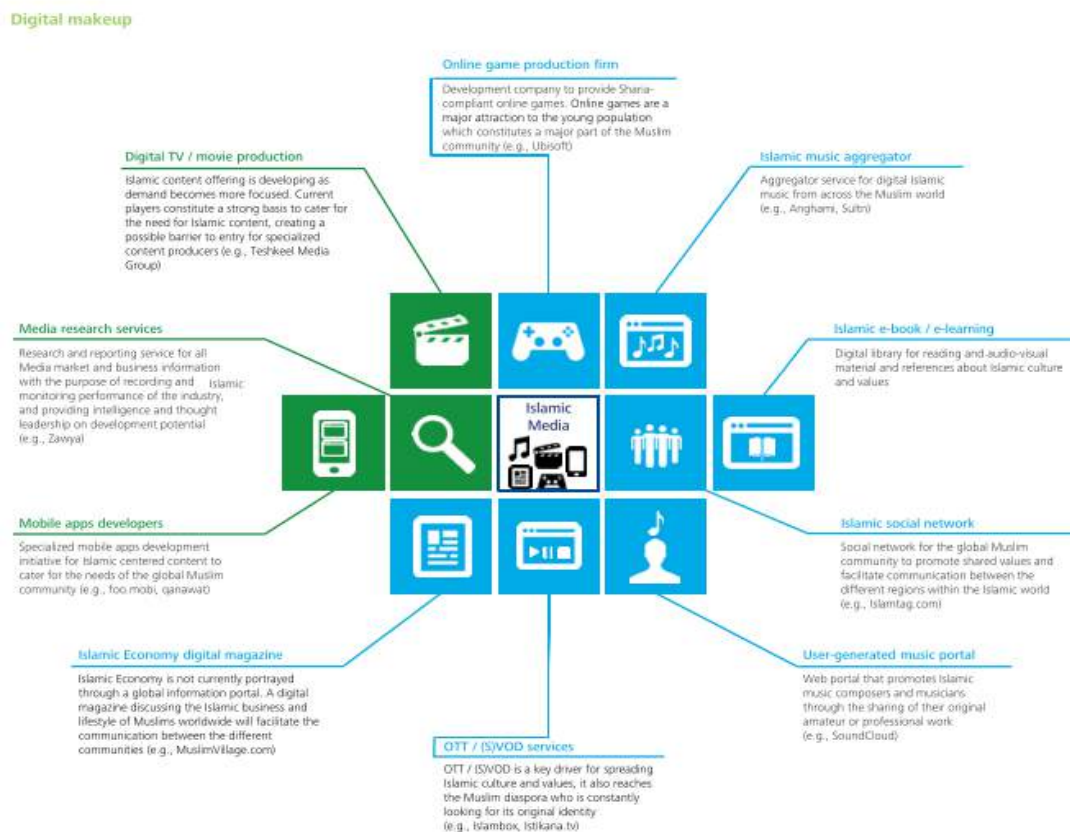
EKOSISTEM DAKWAH DIGITAL

Antara keperluan utama dalam pendekatan dakwah digital ialah dengan mewujudkan atau memperbaiki ekosistem yang komprehensif supaya hasrat mewujudkan kesinambungan misi risalah yang dibawa Nabi SAW dapat diteruskan. Perkataan ‘ecosystem’ asalnya diguna dalam bidang biologi merujuk kepada hubungan timbal balik antara makhluk hidup dengan komponen abiotiknya dalam satu kesatuan tempat hidup yang mapan. Ekosistem dakwah digital berkait dengan proses penghasilan kandungan, pemprosesan kandungan dan penyebaran kandungan. Dalam kerangka yang lebih komprehensif, kajian oleh Deloitte dan Noortel (2015) mengemukakan sebuah model yang dianggap lestari sebagai sebuah model perniagaan seperti rajah 3 di bawah. Media Islam boleh bergerak secara dinamik dengan disokong oleh bahagian produksi, infrastruktur, infostruktur, percambahan pelantar atau platform dan juga disokong oleh penyelidikan dan pembangunan.

Zaman sekarang adalah zaman bekerja dengan data. Ada negara Islam yang berpendapatan tinggi mampu melengkap infrastruktur komunikasi pada tahap yang terbaik manakala sebahagian besar yang berpendapatan rendah terpaksa memberi keutamaan kepada keperluan asas lain seperti makanan dan tempat tinggal. Maklumat menjadi komoditi yang tinggi nilainya dalam rantaian ekonomi kapitalis. Justeru, syarikat-syarikat gergasi seperti Google melengkapkan keperluan data raya (big data) mereka dan menguasai maklumat. Data-data diproses mengguna kepintaran buatan (artificial intelligence) dengan kapasiti storan yang besar dan kemudian dijual (agih) khususnya kepada entiti-entiti perniagaan yang memerlukan. Industri media

dikenal menerusi monopoli oleh beberapa taikun besar seperti Rupert Murdoch (Australian-American) dan Jimmy Lai (Hong Kong).

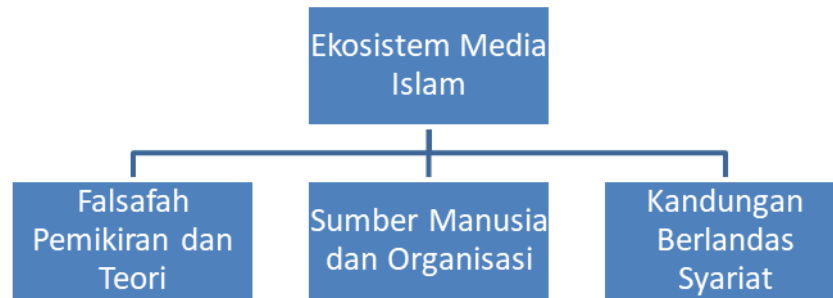
Selain keperluan infrastruktur media, infostruktur bagi media Islam juga cukup penting. Infostruktur merujuk kepada rekabentuk sumber-sumber informasi yang menyokong sistem seperti laman sesawang dan pelbagai aplikasi web yang membolehkan informasi dicapai secara efisien, tepat dan produktif. Ekosistem media Islam yang berperanan sebagai enjin dakwah digital perlu direncana supaya saling menyokong dan berlaku dalam bentuk *dakwah binnizam* seperti dalam model rajah 3.



Rajah 3 : Ekosistem Perkhidmatan Media Islam

Sumber: Deloitte dan Noortel (The Digital Islam Service Landscape, 2015)

Untuk menghadkan perbincangan dalam artikel ini, saya memilih untuk membincangkan tiga ekosistem asas iaitu keperluan membangunkan kajian media Islam meliputi isu falsafah dan teori; membangunkan sumber manusia (personnel) dan organisasi media Islam yang mampan; dan, membangun kandungan media Islam yang menjadi teras kepada media seperti dalam Rajah 4.



Rajah 4: Ekosistem media Islam

Islam melihat perubahan sebagai satu *sunnahtullah*, iaitu aturan hidup yang ditentukan oleh Allah SWT. Mengatur hidup dalam persekitaran fitrah dengan dilengkapi ekosistem yang saling berinteraksi secara mampan antara satu sama lain boleh mencapai matlamat kesejahteraan dan kebahagiaan. Setiap unsur saling lengkap melengkapi dalam keseimbangan (mizan) dan kesejahteraan (salam). Ekosistem media Islam adalah bidang baru yang belum diterokai secara mendalam, namun sangat penting untuk dibangunkan secara sistematik bagi memastikan wujudnya solusi media Islam sebagai wadah kepada pembinaan identiti dan penerusan dakwah digital.

Pertama, falsafah pemikiran dan teori media Islam penting untuk menentukan hala tuju aplikasi media sebagai medium dakwah dalam masyarakat Islam. Sejauhmana mana para intelektual Islam menelaah dan menemukan hasil yang boleh menjadi dasar dan polisi dan seterusnya memandu pelaksanaannya dari satu tahap ke tahap yang lebih tinggi.

Dalam konteks penyampaian dakwah, ilmu komunikasi memainkan peranan penting. Persoalannya kenapa ilmu komunikasi dan apa kaitannya dengan persekitaran digital yang sedang mentransformasi pemikiran dan perilaku ummah? Jawabannya, kita perlu melihat apa yang berlaku kini dalam korpus ilmu yang lebih luas, yang mendasari perlakuan dan perkembangan teknologi media semasa. Realitinya, terdapat beberapa konglomerat besar berkaitan media yang memainkan peranan dominan menggunakan platform hypermedia untuk membentuk perilaku global ke arah apa yang disebut oleh Hamid Mowlana, seorang pengkritik media, sebagai pembentukan “masyarakat *super secular*”. Ilmu komunikasi dalam Islam perlu difahami secara komprehensif dan dibangunkan secara sistematik sebagai satu disiplin ilmu yang boleh memandu ummah kepada kesejahteraan. Ketiadaan kerangka berfikir yang selaras dengan ajaran Islam dalam bidang ini menyebabkan wujudnya suasana *imitative inertia*, iaitu istilah yang digunakan oleh Merryl Wyn Davies (1989). Beliau yang pernah menjadi pengarah Muslim Institute, London, dan juga seorang penyiar dan penulis Muslim berketurunan Wales berhujah bahawa masyarakat dan negara Islam mengikut secara membuta tuli bila mengimport perkakasan dan perisian (termasuk program-program khususnya televisyen) tanpa mengkaji secara mendalam kesan yang bakal timbul serta melakukan proses tapisan dan saringan yang perlu untuk memelihara nilai dan budaya Islam. Keperluan membangun dan memperkasa ilmu komunikasi dan media Islam menjadi semakin mendesak dengan berlakunya revolusi dalam teknologi media. Perubahan yang berskala besar, pantas, berteraskan falsafah kapitalisme dan mempunyai ciri *intimacy but solitudes* makin membimbangkan banyak pihak. Tanpa penguasaan ilmu komunikasi yang menjadi teras kepada persekitaran digital ketika ini serta menguasai ilmu multi disiplin yang berkaitan seperti komputer, internet, kejuruteraan informasi dan kecerdasan buatan (Artificial Intelligent), umat Islam akan terus menjadi pengguna dan ketinggalan dalam pembangunan teknologi.

Cabaran media sosial seperti diutarakan diawal artikel ini disebabkan oleh berlakunya 'convergence' (percantuman) teknologi media melibatkan media elektronik, telekomunikasi, komputer serta banyak elemen digitalisasi yang berlangsung dari proses storan, pemprosesan hingga kepada penyebaran dan perkongsian kandungan. Selain perubahan perkakasan atau *hardware*, percantuman teknologi membuka ruang kepada pengguna untuk menjadi 'pemain' aktif sebagai penyumbang kandungan (user-generated content) dalam pelbagai bentuk seperti teks, imej, video dan audio. Institusi media turut mengalami perubahan struktur di mana 'gatekeeper', kerajaan atau organisasi swasta, bukan lagi penentu mutlak kandungan. Kajian tentang Islam dan platform media sosial boleh dikategorikan sebagai baru. Terdapat beberapa kajian ilmiah di peringkat kedoktoran dan sarjana telah dihasilkan dan banyak memberi fokus kepada aspek impak positif dan negatif kepada sasaran Muslim. Misalnya, di Arab Saudi yang dianggap konservatif, internet dan sosial media membuka ruang komunikasi baru khususnya kepada kaum wanita. Ghayda Aljuwaiser (2018) mendapati sosial media telah mencabar nilai dan tradisi komunikasi antara gender di Arab Saudi yang dianggap konservatif dan proses adaptasi mula berlaku dan bakal mengubah pola perilaku komunikasi sosial. Selain itu, dengan latarbelakang sosio-politik yang tegang di Mesir dengan hampir 97 juta penduduk, beberapa pengkaji (Neila Hamdy dan Mohamed Gameel, 2018; Ahmad Tohamy, 2017) mendapati golongan muda yang terlibat sebagai aktivis masyarakat menggabungkan antara online dan offline aktiviti bagi menggerakkan kesedaran menghadapi pemerintah yang dianggap sebagai autokratik. Antara platform yang popular ialah Facebook dan Twitter yang mengalami peningkatan penggunaan yang ketara (Facebook dari 81% pada tahun 2013 kepada 87% tahun 2015, manakala Twitter dari 23% tahun 2013 kepada 25%, 2015). Selain itu, 27 juta pengguna mengakses internet melalui telefon pintar pada tahun 2015.

Dari sudut mengambil peluang dari kemudahan media baharu, terdapat pelbagai aplikasi seperti iPray, iQuran, Islamic Calender, Find Mecca dan sebagainya yang memudahkan urusan kehidupan beragama umat Islam dari segi kandungan dan logistik. Umumnya, ruang publik (public sphere) makin melebar dan kandungan dalam media baharu makin pelbagai. Perdebatan publik (public discourse) meliputi agenda identiti, komuniti, kepimpinan dan penghayatan beragama dalam masyarakat Islam makin beragam. Antara isu berbangkit yang diketengahkan ialah soal authoriti dan kredibiliti maklumat yang sebahagiannya turut mencabar institusi tradisional seperti institusi ulama dan pemerintah. Justeru, melahirkan sumber manusia yang kompeten dan struktur organisasi yang berdayasaing diperlukan untuk menyokong ekosistem media Islam.

Ekosistem kedua, media Islam perlu diurus secara profesional dan diterajui oleh personel yang terlatih dan berkemahiran. Ketika ditemubual oleh Abdullah Schleifer pada tahun 2004, tokoh ulama yang dihormati Dr. Yusof Al-Qardhawi menjelaskan sikap beliau terhadap media: “So, I have never once opposed the television or hesitated in using it. Nor the Internet, for that matter. We have created one of the first Islamic web sites, Islam Online”. Dr. Yusof muncul hampir setiap minggu dalam rancangan *Syariah wal Hayah* yang disiarkan secara langsung oleh stesyen al-Jazeera dan ditonton oleh jutaan penonton termasuk di Amerika Syarikat, Australia dan Kanada selain dari di Timur Tengah, Afrika Utara dan Asia. Al-Jazeera Satellite Channel dilancarkan pada 1 November 1996 dengan modal permulaan sebanyak USD 137 juta (QAR 500 juta) dan mempunyai kira-kira 500 pekerja dengan perbelanjaan tahunan melebihi USD 25 juta di tahun-tahun awal penubuhannya. Penubuhan al-Jazeera dianggap sebagai satu titik penting dalam perbincangan mengenai organisasi media Islam dan pembangunan sumber manusia yang bertanggungjawab menguruskannya (tanpa menafikan terdapat beberapa pandangan kontroversi dalam sejarah al-Jazeera).

Secara umum media *ownership* dimiliki sama ada oleh kerajaan atau organisasi swasta, dan beroperasi berdasarkan kerangka perundangan dan ideologi sesebuah negara. Dalam analisis mendalam untuk mengurus media massa berdasar perspektif Islam, Profesor Siddiqui (1991) merujuk kepada latarbelakang ideologi yang mendominasi perkembangan media iaitu kapitalisme dan konsumerisme. Tegas beliau:

“Capitalist philosophy also had its sway: ‘Money does not hurt. Anything for money and nothing but for money’ was the message. Information, entertainment, education and persuasion were only labels for the convenience of the academy. Otherwise, all communication is ‘to sell’... sensationalism, glorification of sin, and idolization of the sinful were considered effective instruments for making a quick buck today regardless of future consequences”.

Sebagai perbandingan, dari segi organisasi media, Business Insider menyenaraikan 30 konglomerat besar berdasarkan pendapatan syarikat pada tahun 2015 iaitu antaranya Alphabet (yang memiliki Google) dengan nilai USD 59.62 bilion, The Walt Disney Company USD 22.45 bilion, Comcast USD 19.72 bilion, 21st Century Fox USD 18.67 bilion, Facebook USD 11.49 bilion, dan Bertelsmann USD 10.04 bilion. Organisasi berkenaan menguasai pelbagai produk media dan kandungan meliputi penerbitan majalah, filem, ensiklopedia, pengiklanan, penyiaran, hiburan, suratkhbar, enjin carian, berita dan platform media sosial. Persoalannya, di mana kedudukan organisasi media Islam dalam ekosistem media yang serba kompleks dan *ownership* bukan lagi bersifat lokal tetapi global? Justeru, isu organisasi ini juga berkait dengan pengurusan media dan kandungan yang menepati keperluan syariat.

Ekosistem ketiga, media memerlukan kandungan (mauduk) dan kandungan perlu sesuai dengan medium. Seni membina kandungan media untuk radio tidak sama dengan televisyen, begitu juga dengan keperluan media sosial yang baharu. Berdakwah dalam era media digital kini masih perlu berhadapan dengan persoalan dalaman antara golongan literalis, idealis dan realitis. Ijtihad dalam perkara-perkara *furu'* boleh memberi jalan penyelesaian dan dibenarkan dalam lingkungan ajaran Islam. Ada dua kumpulan pemikiran berkaitan kandungan media Islam, pertama, bagi sekumpulan ulama yang tidak melibatkan diri secara praktikal dalam operasional media, mereka cenderung menafsir persoalan berkaitan alat muzik, muzik, tarian dan kebudayaan popular secara literal. Manakala bagi kumpulan kedua, yang terlibat secara langsung menggunakan media untuk menyampaikan mesej, didapati pandangan mereka lebih praktikal, menggabungkan antara unsur-unsur literal, ideal dan realiti. Ambil contoh apa yang dilalui oleh Dr. Yusof al-Qardhawi melalui pengalamannya:

“I used to argue with the clerics in Saudi Arabia who were adopting a conservative attitude about television. Some were against it for its content, saying that it broadcast music and other such things. Others were opposed to it for its appearance itself, saying that it reproduces the likeness of creatures of Allah, which is forbidden in the Prophetic Traditions. I don't know how many times I have tried to point out that those are not likenesses but the very creatures of Allah themselves who appear. They are not likenesses or anything of the sort. So, I have never once opposed the television or hesitate in using it”.

Kenapa perlu ekosistem budaya popular yang patuh syariah penting untuk mengisi medium media yang pelbagai ketika ini? Apakah dengan

memakai tudung kepada anak patung Barbie yang dijual di sekitar Masjidil Haram dan Masjid Nabawi menjadikannya Islamik dan bagaimana pula dengan imej robot Transformers akan dimodifikasi untuk menjadi budaya popular Islam? Siapa pula yang mesti bertanggungjawab mewujudkan budaya popular Islam sebagai 'soft power' untuk menyaingi nilai pasaran media dan hiburan global yang bernilai USD 1.9 trilion pada tahun 2016? Mengikut laporan U.S. Department of Commerce, International Trade Administration (2017), budaya Amerika menguasai pasaran media dan hiburan (media and entertainment, M&E) dalam empat sektor utama iaitu filem, muzik, penerbitan buku dan permainan video dengan pendapatan USD 712 bilion pada tahun 2016, diikuti China (USD 190 bilion), Jepun (USD 157 bilion), German (USD 97 bilion) dan United Kingdom (USD 96 bilion). Selain itu, untuk memastikan mereka terus mendominasi dan menguasai produk sektor audio-visual di dunia, Amerika mengamalkan polisi 'market liberalization' dengan mengenakan peraturan dan undang-undang yang memberi kelebihan kepada mereka melalui seksyen 301 World Trade Organization (WTO). Industri hakcipta menjadi sektor utama yang menyumbang kepada eksport (USD 177 bilion pada tahun 2015) mengatasi sektor *chemicals* (USD135.8 bilion) dan *aerospace* (USD 134.6 bilion).

Walaupun falsafah tentang kesenian Islam telah dijelmakan dalam pelbagai dimensi seperti seni berpakaian, binaan, pertukangan, kaligrafi, figura hatta seni berkaitan al-Quran, namun dalam dekad-dekad tertentu perkembangannya menjadi statik. Ia terperusuk ke dalam kancah dan polimik halal haram sehingga yang halalnya tidak berupaya dibangunkan oleh orang-orang Islam sendiri. Realitinya, seni yang kemudiannya dikaitkan dengan budaya popular menjadi kaku dan kosong (vakum).

Budaya popular Islam khususnya yang berkaitan seni muzik, nyanyian dan tarian terhad kepada genre tertentu seperti lagu-lagu nasyid. Orang-orang Islam di Nusantara umumnya senang menerima sesuatu lagu-lagu dalam

bahasa Arab walaupun muziknya adalah rock dan rap, sementara tema utamanya ialah cinta. Namun, jika lagu-lagu nyanyian yang difahami dalam bahasa Melayu di luar dari tema biasa lagu nasyid yang biasanya berkaitan puji-pujian kepada Allah dan Rasul serta hari kebesaran Islam, timbul keraguan di kalangan sebahagian umat Islam yang kuat nilai pegangan agamanya sama ada ianya nasyid atau sebaliknya. Tidak ramai individu dan organisasi Islam yang menjadikan budaya popular berkaitan sebagai industri dan berusaha keras memimpin budaya popular yang luhur dan berobjektifkan ketuhanan. Untuk menjadikan sesuatu budaya sebagai budaya massa, kerja besar perlu digerakkan secara internasional dan menyeluruh di kalangan semua peringkat umat Islam. Walaupun hakikat yang berlaku sudah terlalu amat perit untuk ditempuhi terutama oleh generasi muda Islam, namun perhatian yang diberi terutama oleh golongan elit yang bertanggungjawab masih terlalu kecil.

Bagi menjayakan dakwah dalam era digital, perlu ada keberanian untuk keluar dari perangkap kemelut 'imitative inertia' yang disebutkan sebelum ini. Penelitian mendalam dalam isu ini menemukan kita dengan situasi ketidakpastian (uncertainty) yang menjadikan bidang kesenian Islam dan budaya popular Islam tidak dapat berkembang sewajarnya bagi menyokong aktiviti dakwah melalui media. Saya pernah berhujah bahawa terdapat unsur-unsur kejujuran di satu pihak khususnya golongan agamawan untuk memastikan seni murni tersebar dalam masyarakat, namun mereka kebanyakannya hanya sampai kepada martabat teori seni tanpa melalui fasa praktis dalam kelompok sebenar apresiasi seni. Untuk merungkai kemelut besar yang melanda umat Islam selama berabad-abad, kerangka teori seni dalam Islam perlu diperbahas dalam konteks semasa dengan melihat kepada masalah ummah, perkembangan teknologi serta objektif dakwah yang lebih realistik.

Media cetak, elektronik dan media baharu yang mempunyai ciri-ciri interaktif tinggi adalah tempat bagi operasional teori seni Islam. Pelbagai bentuk seni seperti seni lukis, grafik, bunyi atau suara, animasi, kostum, persembahan sehingga kepada tiga dimensi (3D) dan sebagainya menjadikan media sebagai tempat praktis yang menonjolkan keupayaan memujuk khalayak bagi mencapai matlamat dakwah. Perkembangan bidang seni semasa sentiasa mendapat suntikan dan elemen baru dengan wujudnya jenis-jenis alat komunikasi baharu. Persoalan utama yang perlu diketengahkan ialah apakah kesenian Islam turut berkembang dalam kerangka teori yang betul, menelusuri ciptaan alat-alat komunikasi baharu berkenaan? Apa yang jelas ialah alat-alat komunikasi utama iaitu sejak penciptaan media filem, radio, TV dan teknologi media baharu bukan dicipta dalam komuniti Muslim, tetapi ia adalah inovasi Barat. Sebagai pengguna kepada teknologi berkenaan, umat Islam sentiasa berada dalam keadaan 'defensif' iaitu terpaksa memikirkan bagaimana seni Islam perlu disertakan kepada alat-alat media. Apa yang lebih tragis ialah teori seni Islam tidak berkembang sewajarnya, malah terperangkap dalam kemelut intelektual seni yang tidak selesai.

Isu membina identiti dan membangun budaya popular Islam tidak dapat lari dari keperluan *production house* yang barangkali boleh dinamakan dengan "Islam-wood" atau "halaly-wood". Banyak pengajaran boleh dipelajari dari proses 'contraflows' budaya Amerika yang mendominasi kandungan media. Contohnya Korea Selatan pasca krisis ekonomi 1997 membangunkan 'Hallyu-wood' iaitu taman tema dengan sokongan kerajaan berjumlah USD 1.9 bilion, menyediakan fasiliti dan struktur bagi produksi drama dan filem yang membawa nilai dan budaya mereka. Dengan polisi dan sokongan kerajaan, 3 buah syarikat produksi berjaya menghasilkan 91% program TV dan berjaya mengeksport ke banyak negara termasuk di Asia, Asia Tenggara, Timur Tengah dan Amerika. Selain itu, Brazil dapat membangun dan mengeksport Telenovela

ke 130 negara, India dengan industri filem Bolywood, Jepun pula dengan anime (animasi) dan mangga (komik) (Omar Katerji, 2014).

Teknologi internet dan platform media sosial memberi kelebihan kepada pengguna untuk membina dan berkongsi kandungan. Antara ciri-ciri utama media baru ialah lebih bersifat interaktif, pembentukan khalayak yang lebih kecil atau “narrowcasting” dan berkeupayaan mengekalkan kandungan dan boleh dicapai bila-bila masa yang dikehendaki. Kandungan media baru lebih mencabar kerana persaingan mauduk yang lebih luas dan memerlukan kemahiran teknikal yang tinggi untuk kekal bersaing dalam jangkamasa yang lama. Era persekitaran digital menyaksikan penglibatan Muslim secara agak agresif berbanding semasa pengenalan media penyiaran. Satu sebab utama ialah media baru bukan lagi monopoli stesyen atau agensi kerajaan, tetapi ia lebih bersifat terbuka dan banyak bergantung kepada kepakaran dan kehendak individu dan organisasi. Antara jenis-jenis kandungan yang diperlukan bagi dakwah digital kini ialah:

- i. Infotainment –merujuk kepada kandungan berasaskan informasi seperti berita, isu semasa dan *lifestyle* merangkumi negara-negara OIC dan kumpulan diaspora
- ii. Muzik dan Nasyid – merangkumi muzik dan nyanyian sebagai sebahagian budaya popular Islam
- iii. Kandungan Filem – merujuk kepada ‘halalywood’ dalam pelbagai genre yang membawa identiti budaya Islam
- iv. Rangkaian TV dan Radio – termasuk ‘live Islamic shows’ dan pelbagai program TV dan Radio dan yang berkaitan Pendidikan
- v. Permainan (games) dan Aplikasi – menonjolkan permainan dan aplikasi yang menarik minat khususnya generasi muda sebagai medium bagi pendidikan dan membina karakter

Ringkasnya, untuk menjadikan budaya popular Islam dalam aspek seni dan hiburan bersifat massa, ia bukan sahaja memerlukan falsafah pemikiran yang mantap, tetapi juga memerlukan struktur sosial yang menyokong serta organisasi yang menggerakannya dalam bentuk skala besar dalam ekosistem yang mampan. Justeru itu penguasaan media yang bersifat industri dan dipandu dengan nawaitu yang betul perlu diperjuangkan kerana meninggalkan ruang kosong yang tidak diberi alternatif ternyata memudaratkan generasi mendatang yang bakal meneruskan agenda perjuangan ummah.

KESIMPULAN

Justeru, dari Islam ke 'Islamnet', dari 'culinary dakwah' (merujuk kepada kewujudan restoran halal yang dimiliki oleh Cina Muslim) kepada digital dakwah, keberkesannya banyak bergantung kepada kefahaman umat Islam terhadap sains dan teknologi. Abdul Hamid Abu Sulayman (1993) yang pernah menjadi Rektor Universiti Islam Antarabangsa Malaysia (UIAM) pernah mengutarakan masalah utama umat Islam yang beliau sebut sebagai 'crisis in the Muslim mind', iaitu pendidikan yang memisahkan ilmu agama dengan sains dan teknologi. Krisis ini menyebabkan wujud kelemahan ketara dan ketidakmampuan negara-negara Islam untuk bersaing dalam menghasilkan teknologi baru. Kurikulum bersepadu yang menggabungkan keperluan agama dengan sains dan teknologi serta mewujudkan generasi yang memiliki sikap kreativiti dan berinovasi masih menjadi cabaran besar kepada ummah walaupun sebahagian negara Islam dikurniakan kekayaan sumber yang banyak. Hasil-hasil bumi di dalam negara-negara Islam tidak dapat diproses menjadi produk bernilai tinggi tanpa penguasaan ilmu sains dan teknologi. Ekosistem media Islam termasuk di Malaysia perlu dibangunkan secara berpengetahuan dan terancang supaya Islam, dalam konteks persekitaran

digital lebih jelas lagi tepat dan menghasilkan kualiti penyebaran dakwah yang lebih baik setelah proses digital iaitu 'tracking' dan 'tuning' dilakukan.

RUJUKAN

- Ahmad Hassan dan Donald Hill. (1986). *Islamic Technology An Illustrated History*. London: Cambridge University Press.
- Bunt, G. R. (2009). *iMuslim Rewiring the House of Islam*. The University of North Carolina Press, http://www.unc.edu/browse/page_577, akses 15 Ogos 2009.
- Deloitte dan Noortel, (2015). "*The Digital Islamic Services Landscape: Uncovering the Digital Islamic Services Opportunity for the Middle East and The World*". <https://www2.deloitte.com/x/en/pages/financial-services/articles/the-digital-islamic-services-landscape.html>. Akses 20 Februari 2019.
- Davies, M. W. (1989). "Serving the Public: Muslim Presence on the Airwaves". Dalam *Beyond Frontiers: Islam and Contemporary Needs*, London: Mansell.
- Ghayda Aljuwaiser (2018), *Cultural Adoption Through Online Practices Across Social Media Platforms: The Case of Saudi Women Sheffield Hallam University CyberOrient*, Vol. 12, Iss. 1.
- Hamid Mowlana, (1993). "The New Global Order and Cultural Ecology". *Media, Culture and Society*, vol. 15, no. 1. Majid Tehranian, (1988). *Communication Theory: An Islamic Perspective*, dalam Wimal Dissanayake (ed.), *Communication Theory: The Asian Perspectives*. Singapore: Mass Communication Research and Information Centre.
- Omar Katerji, (2014). "Why US Media Conglomerates Will Continue To Dominate the Global Media Landscape in the 21st Century, Though At a Diminishing Rate", <https://www.researchgate.net/publication/261991965>. Akses pada 25 Februari 2019.
- al-Qaradawi, Yusof. (1988). *Al-Islam hadharah al-Ghad (Islam Teras Tamadun Masa Depan)*. Terj. Arsil Ibrahim. Kuala Lumpur: Institut Terjemahan Negara Malaysia Berhad.

- al-Qaradawi, Syeikh Yusuf. (2004). Interview with Syeikh Yusof al-Qaradhawi, *TBS* 13, Fall. <http://www.tbsjournal.com/archives/fall04/interviewyusufqaradawi.htm> , Akses 25 Mei 2009.
- Schleifer, Abdullah S. (1987). "Mass Communication and Technicalization of of Muslim Society", *Muslim Education Quarterly*, vol. 4, no. 3.
- Zulkiple Abd. Ghani. (2001). *Islam, Komunikasi dan Teknologi Maklumat*. Kuala Lumpur: Utusan Publications and Distributors Sdn Bhd.
- Zulkiple Abd. Ghani, (2010). *Dakwah dalam Era Siber Di Malaysia*. Bandar Baru Nilai: Penerbit USIM.

PEMBANGUNAN KANDUNGAN DAKWAH DIGITAL: PERANAN KARYAWAN DAN SENIMAN ANIMASI

**Fariz Azmir Mohd Ghazali & Marzuki Abdullah
Akademi Seni Budaya & Warisan Kebangsaan (ASWARA)**

PEMBANGUNAN KANDUNGAN DAKWAH DIGITAL: PERANAN KARYAWAN DAN SENIMAN ANIMASI

¹Fariz Azmir Mohd Ghazali
fariz@aswara.edu.my

²Marzuki Abdullah
marzuki@aswara.edu.my

^{1,2}Akademi Seni Budaya & Warisan Kebangsaan (ASWARA)

ABSTRAK

Kandungan digital dalam konteks tajuk ini merujuk kepada kandungan kreatif. Secara amnya hampir semua karya kreatif muzik, video, filem, animasi dan lukisan yang disalurkan secara digital ke media elektronik boleh diklasifikasikan sebagai kandungan digital (digital content). Secara khususnya, kertas pembentangan ini akan melihat kepada peranan animasi tempatan dalam menyampaikan dakwah kepada masyarakat. Kertas ini juga mengulas isi kandungan animasi sedia ada dan aspek dakwah serta pembelajaran yang wujud padanya. Juga membincangkan peranan yang boleh diambil oleh karyawan dan seniman dalam bidang animasi bagi mempergiatkan dan membantu usaha dakwah.

KATA KUNCI: Dakwah Digital, Dakwah Animasi, Haiya BidDoa, Halal Entertainment

PENDAHULUAN

Hiburan membawa maksud yang sangat luas. Manusia secara semulajadi memerlukan hiburan, tidak kira bangsa atau agama. Definisi hiburan itu berbeza antara satu individu ke satu individu yang lain. Tertakluk kepada pengetahuan, pengalaman, sela masa dan kebiasaan masyarakat setempatnya, apa yang menghiburkan seseorang itu berbeza sama sekali. Dalam konteks seni, hiburan pada kebiasaannya dikaitkan dengan mendengar muzik, menyanyi atau bermain alat muzik, menonton filem dan drama, melakar, melukis dan menari. Dunia digital hari ini memperluaskan segala kegiatan ini dengan mudah. (Hatta Azad Khan, 2016) Muzik, filem dan animasi yang satu ketika dulu berbentuk analog dan memerlukan perantara yang besar dan berat, kini boleh disampaikan dengan perantaraan semudah dan seringan *smartphone*. Capaian yang kian meluas ini, bukan saja dari segi jumlah penonton tetapi juga jumlah masa tontonan, secara langsung telah meletakkan satu tanggungjawab pada kandungan kreatif, terutamanya filem dan animasi, untuk menerbitkan karya yang lebih baik dari segi moral, akhlak dan penceritaannya.

ANALOG DAN DIGITAL

Perubahan analog ke digital dalam dunia kini memudahkan kebanyakan proses pembikinan karya seni. Muzik yang satu ketika dahulu memerlukan ruang studio yang kedap bunyi dan kaedah rakaman yang canggih, kini menjadi sedikit mudah dengan peralihan ke digital. Rakaman alat muzik elektronik dapat dibuat secara terus. Penggambaran filem yang memerlukan proses rakaman, suntingan dan peralihan dari filem ke media akhir yang rumit dan mahal kini menjadi mudah dan murah dengan rakaman secara digital. Malah, merakam video telah menjadi satu norma baru yang boleh dilakukan sesiapa sahaja menggunakan *smartphone* masing-masing.

Pembangunan teknologi ini lebih jelas berlaku dalam dunia animasi. Proses melukis secara *frame by frame* 12 ke 25 kali untuk setiap saat telah dimudahkan dengan penggunaan komputer. Kerja menjadi semakin kemas, terurus dan menjimatkan. Proses mewarna secara manual di atas *cell* tidak lagi digunakan. Ratusan malah ribuan helaian kertas tidak lagi diperlukan kini apabila segala kerja animasi, samada secara 2D atau 3D dilakukan menggunakan komputer.

SEJARAH ANIMASI NEGARA

Industri animasi tempatan telah bertapak sejak 1970an melalui Filem Negara Malaysia. Di bawah satu unit grafik, beberapa pegawainya telah menghasilkan satu animasi pendek yang mengajar masyarakat akan nilai-nilai murni. 'Bagaimanapun, animasi pendek pertama hanya ditayangkan pada 1983 berjudul Hikayat Sang Kancil. Ini diikuti animasi pendek seperti Sang Kancil & Monyet, Sang Kancil & Buaya, Gagak Yang Bijak, Arnab Yang Sombong dan Singa Yang Haloba di antara 1985 dan 1987.' (hmetro.com)

Pada pertengahan tahun 1990an, negara telah menyaksikan kemunculan satu syarikat animasi tempatan, Kharisma Pictures Sdn Bhd, yang telah menerbitkan kartun animasi bersiri pertamanya iaitu *Usop Sontorian*. Siri ini, dalam bentuk animasi 2D telah ditayangkan pada tahun 1995. Animasi 2D ini kian popular dan mendapat tempat dihati penonton Malaysia, khususnya orang Melayu. Filem animasi pertama pula, *Silat Legenda* (Hassan Abd Muthalib) diterbitkan Peninsular Pictures Sdn Bhd telah ditayangkan pada 1998. Pada tahun yang sama, siri *Kluang Man* (Kamn Ismail) ditayangkan. Siri animasi 2D ini telah, sekitar tahun 2000, menerapkan unsur-unsur 3D dalam penghasilannya. Pada masa yang sama, dunia pengiklanan negara sedang cergas menghasilkan iklan-iklan menggunakan perisian animasi 3D. Iklan

pertama menggunakan perisian 3D merupakan iklan *Magnolia Mackup* (Hassan Muthalib, 1990). Menjelang penghujung tahun 1990an, hasil karya anak tempatan bukan sahaja bersiaran di dalam negara namun juga di negara jiran.

Menyedari potensi animasi sebagai sebuah industri, Multimedia University (MMU) antara Institusi Pengajian Tinggi (IPT) awal yang menyediakan kursus berteraskan animasi di Malaysia. Fakulti Multimedia Kreatifnya (Faculty of Creative Multimedia) telah ditubuhkan pada tahun 1999 di kampus Cyberjaya. MMU menawarkan kursus Ijazah Sarjana Muda Filem & Animasi, yang memberi pendidikan formal berkenaan filem, multimedia dan animasi. MMU adalah sebuah IPT pemangkin kepada industri kreatif negara kerana pengkarya-pengkarya asal *Upin & Ipin* merupakan graduan IPT ini.

Upin & Ipin adalah siri animasi kanak-kanak yang dicipta oleh Hj. Burhanudin Radzi, Hjh. Ainon Arif, Mohd Nizam Abdul Razak dan Mohd Safwan Abdul Karim. Animasi ini mula ditayangkan pada 14 September 2007 oleh Les' Copaque Production Sdn. Bhd. yang memaparkan tentang kehidupan dan pengembaraan dua orang kanak-kanak kembar yang berusia 5 tahun, iaitu Upin dan Ipin yang tinggal dalam masyarakat kampung di Malaysia. Animasi ini berkisarkan tentang kehidupan seharian Upin dan Ipin dalam keluarga, sekolah dan masyarakat. Animasi ini turut menonjolkan kenakalan, kepolosan dan kecerdasan Upin dan Ipin dalam cara yang cukup lucu dan santai. Mesej diterapkan dengan gaya yang halus dan santun. Masalah dan konflik yang diketengahkan dalam siri *Upin & Ipin* diselesaikan dengan kebijaksanaan watak-watak yang digarap oleh pengarang seperti watak Opah. Enam episod pertama *Upin & Ipin* memaparkan isu Ramadhan dan berpuasa bertujuan untuk mendidik kanak-kanak agar menghayati dan melaksanakan Ramadhan dan episod-episod seterusnya memaparkan tentang kehidupan watak Upin dan Ipin bersama keluarga dan kawan-kawan seharian. (Noor Aida Mahmor, 2015)

Kemunculan kartun *Upin & Ipin* melalui TV9 pada Ramadhan tahun itu telah

mencuit hati penonton negara. Sejak itu, animasi telahpun menjadi sebuah industri dalam negara. Rakyat mula nampak dan faham akan pengertian dan peranan animasi.

Kini, Malaysia boleh berbangga kerana animasi keluaran tempatannya telahpun berjaya dieksport ke luar negara. Tajuk seperti *Boboiboy*, *Ejen Ali*, *Didi & Friends*, *Rimba Racer* dan *Super Strika* menjadi bukti kekuatan kandungan animasi tempatan.

KANDUNGAN KREATIF BERUNSUR ISLAMIK

Islam tidak pernah menghalang untuk umatnya berhibur selagi berada dalam batasan agama. Hiburan yang dihasilkan oleh karyawan dan seniman animasi ini berbentuk karya animasi berdurasi bebas antara beberapa saat hingga melebihi satu jam. Karya animasi itu bukan sahaja melibatkan olahan pergerakan watak dengan baik, namun juga memerlukan kepada pembuatan cerita. Cerita yang disusun dan dirancang dengan baik pasti akan dapat menghiburkan. Dalam proses penghasilan cerita, muncul satu perasaan untuk tidak sekadar menghasilkan hiburan kosong. Apatah lagi pada industri animasi yang rata-rata penontonnya adalah kanak-kanak. Unsur-unsur dakwah perlu diterapkan. Dakwah merupakan kegiatan ajakan kepada manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan, untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan di akhirat. (Wahidin, 2012). Setelah syarikat-syarikat animasi tempatan mula bertapak, semangat untuk berdakwah atau menghasilkan karya yang berfaedah secara langsung untuk agama itu timbul. Sekitar tahun 2010, Industri animasi yang masih muda ini, dipacu oleh anak-anak muda yang baru menjadi bapa. Naluri untuk memberi hiburan berunsur islamik itu kuat. Lagu-lagu *nursery rhymes* yang biasa diajar pada anak kecil dirasakan kurang sesuai. Di kalangan karyawan

dan seniman animasi sudah mula menyatakan hasrat dan menimbulkan idea untuk menghasilkan karya animasi yang lebih islamik dengan lagu-lagu yang memuji Yang Maha Esa. (Otak IT, 2017)

Pada tahun 2010 juga, siaran TV percuma (free to air) pertama berteraskan konsep islamik, TV Al Hirjah telah dilancarkan. Penerimaan rakyat amat memberangsangkan. Ini telah memangkin karyawan animasi untuk mencuba menerbitkan animasi berkonsep islamik. Pada tahun 2011, siri animasi *Haiya BidDoa* telah diterbitkan.

HAIYA BidDoa

Haiya BidDoa merupakan satu siri kapsul animasi 3D yang terbitkan bersama oleh CIC Malaysia dan Tulus Fikir Sdn Bhd. Siri ini mengajar anak-anak kecil berkenaan doa harian dan kepentingannya. Sebelum *Haiya BidDoa*, watak-watak sedia popular seperti *Upin & Ipin* telah pun mengeluarkan siri mengajinya dan siri panduan solatnya dalam bentuk buku. Penggunaan watak animasi dan kartun bukanlah satu yang baru dalam pembelajaran. Namun, *Haiya BidDoa* merupakan animasi bersiri awal yang dibangunkan khas untuk menumpukan pada kandungan kreatif islamik.

Siri ini diterbitkan dalam bentuk kapsul (capsule). Sebagai memenuhi ruang di antara slot-slot rancangan TV. Jangka seminit setiap kapsul ini memungkinkan tayangan dilakukan berkali-kali setiap hari. Ini seumpama satu pengumuman khidmat masyarakat (atau PSA - Public Service Announcement) yang lebih kepada dakwah. Setiap satu dari 39 episod siri ini memperkenalkan satu doa harian kepada sasaran penontonnya. Setiap siri memaparkan satu bacaan doa beserta makna dan cerita animasi yang diolah. Siri ini berkisahkan kehidupan dua orang sepupu, seorang lelaki, Habib dan seorang perempuan

bernama Zara. Mereka adalah anak-anak pra-sekolah yang masing-masing berumur 6 dan 5 tahun. Kehidupan harian mereka digambarkan bukan sahaja di rumah, malah juga di pra-sekolah.

HAIYA Biddoa DAN CARA PENYAMPAIAN

Jika dilihat kepada beberapa animasi berunsur islamik ketika itu, watak yang diolah seakan terlalu sempurna. Watak Ibu bapa bercakap sopan dan anak-anak tidak nakal dan terkawal tingkahnya. Penggunaan bahasanya lengkap dan seolah menghafal. Kanak-kanak perempuan digambarkan memakai tudung dan kanak-kanak lelaki ada yang memakai kopiah.

Apa yang menarik berkenaan siri ini adalah perwatakan watak-watak mereka diolah sehampir mungkin kepada kehidupan masyarakat urban Malaysia. Perwatakan ayah dan ibu (atau Pak Long dan Mak Long) dalam siri ini juga menampilkan watak yang normal dan jauh dari sempurna. Dalam episod Doa Makan, watak Pak Long terkedu dengan soalan Zara. Dia tidak menjawab soalan-soalan yang pelik kebiasaanya ditanya oleh anak berumur 5 tahun. Dalam episod Doa Keluar Rumah, watak Pak Long dilakonkan (lebih tepat dianimasikan) seperti kanak-kanak dan bermain askar-askar dengan anaknya.

Episod Doa Sebelum Tidur mengisahkan Ibu mengajar Habib doa sebelum tidur. Habib pula seperti masih belum mengantuk dan banyak bertanya pada ibunya. Dia tidak mahu tidur. Ibu menjawab soalan Habib dengan laju dan ringkas dan terus menyuruh anaknya tidur. Dia digambarkan agak marah (annoyed) dengan Habib. Dan pada akhir episod ini, Ayah pula digambarkan garang dengan anaknya itu. (Rajah 1) Ini adalah unsur-unsur realiti yang cuba diselitkan dengan nada seloroh oleh animasi ini. Zara dan Habib juga berkelahi dan saling menyalahkan antara satu sama lain dalam episod Doa Jauhi Api

Neraka. Perwatakan mereka adalah watak kanak-kanak normal dalam kehidupan



Rajah 1: Ayah digambarkan sedang marah

Cuba perhatikan pula episod Doa Mendengar Guruh. Zara, setelah mendengar guruh, bertanya pada Mak Long dengan dialog, “Mak Long, bunyi guruh, kita kena buat apa?”

Mak Long dalam keadaan kelam kabut dan terlupa, lantas memikirkan baju di ampaian. Lalu ditegur oleh Zara bahawa “Kita perlu baca doa mendengar guruhlah, *teacher* cakap.”

Bukan sahaja Mak Long digambarkan terlupa, malah dia ditegur oleh anak kecil pra sekolah. Situasi sebegini agak janggal dalam kebanyakan animasi islamik yang kebiasaannya menampilkan orang dewasa yang mengajar anak-anak kecil, bukan sebaliknya.

Kelakuan dan senario-senario seperti ini biasa terjadi dalam rumah kita seharian. Pengarah Animasi *Haiya BidDoa* berkata, watak dan perwatakan yang lebih normal dan lebih rapat kepada realiti masyarakat urban dirasakan akan lebih terkait (relate) pada penonton sasaran.

MESEJ SUBLIMINAL

Selain menyampaikan mesej secara visual yang jelas, animasi (juga karya seni lain) berpeluang menyampaikan mesej secara subliminal. Menurut Kamus Dewan, subliminal adalah istilah pinjaman bahasa Inggeris yang membawa maksud bawah sedar. Dalam filem dan animasi, imej sekunder boleh menyampaikan mesej bawah sedar ini. Keberkesanan mesej subliminal ini sering dibahas keberkesanannya. Namun tidak dinafikan unsur visual memainkan peranan penting dalam pembelajaran anak-anak.

Pengarah Animasi *Haiya BidDoa* merasakan watak Zara tidak perlu memakai tudung kerana umurnya masih tidak mewajibkan menutup aurat. Ini adalah cara tersendiri penceritaan ini untuk berdakwah. Jika penonton sasanya, iaitu kanak-kanak bertanya, ibubapa pasti akan dapat menjelaskan berkenaan umur baligh dan kewajipan bertudung.



Rajah 2: Ibu memegang buku berlabel 'Tauhid'

Ibu dalam rata-rata siri animasi tempatan digambarkan sebagai seorang yang secara tradisinya menguruskan rumah tangga, masak, menyiapkan anak ke sekolah, mengemas dan mencuci. Peranan ibu dan wanita seperti yang digambarkan ini tidak dinafikan membawa kepada keseimbangan dan kebahagiaan keluarga. Walau bagaimanapun, *Haiya BidDoa* membawa sedikit kelainan dalam beberapa episodnya dengan menggambarkan Ibu sebagai seorang yang menelaah ilmu dan membaca. Dalam episod Doa Dunia Akhirat, Ibu sedang duduk membaca sebuah kitab dan kitab itu bertanda-tanda dengan kertas *sticky pad* berwarna warni, menggambarkan bacaannya tidak sekadar baca seperti sebuah buku cerita, namun dipelajari. Visual yang sama berlaku di episod Doa Tawakal (Rajah 2) di mana Ibu sedang mencari sesuatu pada rak buku sambil dipegang buku berlabel 'Tauhid'.

TAJUK ANIMASI TEMPATAN BERUNSUR ISLAMIK

Bermula tahun 2011, beberapa lagi animasi islamik telah diterbitkan oleh syarikat dan studio tempatan. Antara lain adalah *Ummi... Ceritalah Pada Kami* (Ummi) terbitan Hud Hud Media. Siri animasi ini diterbitkan pada tahun 2012 sebanyak 26 episod. Siri ini merupakan satu siri animasi muzikal. Unik kerana selain dari penceritaannya, *Ummi* telah menyelitkan lagu-lagu kanak-kanak yang mengajar secara langsung berkenaan Islam. Lagu *Erti Al Fatihah* yang diterbitkan pernah popular dan menjadi nyanyian kanak-kanak pra-sekolah. Siri ini telah ditayangkan melalui saluran TV Al Hijrah.



Rajah 3: Poster siri Omar dan Hana

Omar & Hana (Rajah) merupakan sebuah animasi Islamik kanak-kanak yang menyampaikan mesej Islamik secara santai menerusi lagu-lagu menarik khas buat penonton yang berusia satu hingga enam tahun. Siri ini juga berkonsepkan muzikal. Satu cara mudah dan berkesan untuk menarik minat dan mengajar kanak-kanak pra-sekolah. Diterbitkan oleh Digital Durian pada

tahun 2014, *Omar & Hana* pernah ditayangkan di Astro Ceria. Sekitar tahun itu juga, YouTube menjadi satu saluran tumpuan kanak-kanak. Penggunaan *smartphone* yang kian meningkat dikalangan masyarakat Malaysia memudahkan ibubapa memilih kandungan untuk tatapan anak-anak mereka. *Omar & Hana* berjaya mendapat tontonan sebanyak 16 juta selepas hanya dua minggu bersiaran. (farizasaidin.com) Saluran YouTube mereka kini mempunyai 4.7 juta subscriber dan antara siri animasi kanak-kanak yang popular di Malaysia. Penerimaannya bukan sekadar di dalam negara malah siri ini yang dialih bahasa berjaya menambat penonton Arab. 'Saluran YouTube berbahasa Arab siri berkenaan berjaya mengumpul 100,000 langganan (*subscribers*) selepas enam bulan dilancarkan sejak Julai, tahun lalu.' (hmetro.com.my)

Pada tahun 2016, Blinspot Studio pula telah mengeluarkan satu siri animasi gabungan 2D dan 3D bertajuk *Alif & Sofia*. Siri ini bersiaran di YouTube dan merupakan satu siri animasi muzikal juga. Dalam satu temuramah, Pengasas BlindStudio Lukman Nul Hakim Othman mengakui bahawa kekurangan kandungan animasi islamik tempatan merupakan antara faktor yang mendorong beliau menerbitkan siri ini. (otakit.my)

Pengembaraan Adam pula merupakan satu siri animasi yang bersiaran sebanyak 10 episod di TV1 pada tahun 2017. Kisah ini merupakan satu cerita seorang budak berumur 12 tahun yang mengembara merentas masa dan kembali kepada zaman Nabi-Nabi. Siri animasi terbitan Media Genic sdn bhd ini kemudian telah dijadikan siri komik pada tahun 2020.

Al Azhar Media sdn bhd pula telah menerbitkan siri animasi *Hadi & Huda: Siri Animasi PASTI* pada tahun 2019. Terbitan ini adalah untuk tayangan di saluran YouTube dan setakat ini mempunyai tiga episod. Selain yang disenaraikan, terdapat juga beberapa siri animasi lain seperti *Aqil Story* (2019), *Jana Wada Zaza* (2019) dan yang terbaru *Ustaz Kartun & Robojim* (2021).

PERANAN KARYAWAN DAN SENIMAN DALAM BERDAKWAH

Peranan berdakwah tidak terletak semata-mata pada bahu seorang ustaz atau ustazah. Ia merupakan satu tanggungjawab setiap orang islam. Berdakwah, samada menarik orang belum Islam ke arah Islam atau memanggil orang Islam ke arah kebaikan merupakan satu usaha yang perlu ditingkatkan.

Media dan hiburan merupakan satu pengaruh penting dalam kehidupan kini. Perkembangan sejak 10 tahun lepas telah menyaksikan anak-anak seawal usia 3 tahun telah boleh menggunakan *smartphone* sepaling tidak untuk menonton video. Media digital kini mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan. Kanak-kanak tidak lagi perlu menunggu siaran kartun di kaca TV. Gajet malah menawarkan lebih lagi. Mereka boleh menentukan apa yang dicari. TV juga punya pilihan yang melampau. Jika saluran kartun, macam-macam pilihan disaji. Bahkan 24 jam lagi! (*Hamizul bin Abdul Hamid, 2019*) Natijah, seniman dan karyawan dalam bidang animasi perlu kepada memastikan kandungan yang diterbitkan memberi manfaat. Kandungan animasi, yang majoritinya adalah kanak-kanak, tidak sangsi lagi merupakan satu medium yang sangat berfaedah untuk membentuk generasi masa depan. Ini turut diakui oleh Ketua Pegawai Eksekutif TV Alhijrah, Namanzee Harris yang telahpun menandatangani memorandum kerjasama dengan Persatuan Animasi Malaysia (ANIMAS) untuk menerbitkan animasi nilai-nilai murni bagi tujuan mengajak generasi muda ke arah kebaikan. (tvalhijrah.com)

Selain kandungan kreatif berunsur islamik secara spesifik, karyawan animasi perlu membawa mesej kebaikan dalam apa jua siri dan tajuk yang diterbitkan. Animasi bukanlah satu medium yang menggantikan pembelajaran formal atau kuliah-kuliah agama. Bukan juga medium utama berdakwah. Ia perlu berfungsi sebagai medium sokongan. Tidak perlu semua pengkarya

animasi itu menerbitkan karya yang secara jelas berdakwah atau mengajar Islam. Maka disinilah karyawan boleh menerbitkan penceritaan animasi yang sekadar dapat mencuit perasaan ingin tahu dan yang mencetus minat, sepaling tidak memperkenalkan unsur kebaikan dan islamik dalam karya mereka. *Saladin* yang diterbitkan MDEC pada tahun 2009 rata-rata tidak mendapat pandangan positif dari peminat serta pengkarya animasi. Siri animasi ini tidak membawa mesej islamik dan sekadar sebuah cerita pengembaraan. Perwatakan watak-watak animasinya tidak ada mirip *Saladin* yang masyarakat Malaysia kenal dari pembacaan sebelumnya. Walau bagaimanapun, tidak dinafikan, melalui siri ini ramai peminat yang telah mengkaji sejarah Salahuddin Al Ayubi. Ini merupakan satu contoh penerbitan karya yang hanya memperkenalkan sejarah Islam secara permukaan (*surface*).

Definisi dakwah jangan dikecilkan kepada penyampaian agama secara tersurat sahaja. Siri animasi *Upin & Ipin*, walaupun tidak pernah dikategorikan sebagai *islamic content*, namun jika diteliti, *Upin & Ipin* membawa ciri-ciri kehidupan keislaman. *Upin & Ipin provides satire of moral and Islamic values through mixed-cultural manifestation that not only attracts local viewers but also has been accepted throughout other Asia neighbouring countries such as Indonesia, Brunei, Singapore, and Philippines.* (Dahlan, 2015)

KESIMPULAN

Kandungan dakwah digital, terutamanya karya animasi, perlu diperbanyakkan lagi dari penghasilan dan juga *genrenya*. Sasaran tidak harus sekadar tertumpu pada kanak-kanak pra-sekolah sahaja. Dakwah perlu diperluaskan kepada kanak-kanak pra-remaja (*preteens*) dan juga orang dewasa yang sebetulnya adalah *secondary target audience* bagi cerita kanak-kanak. Pada masa yang

sama, tidak perlu semua karya animasi jelas terlabel sebagai 'Islamik'. Apa yang diperlukan adalah olahan cerita yang patuh syariah dan memberi pengajaran jelas. Wataknya perlu berakhlak baik bagi memberi contoh kepada penonton sasarannya. Dakwah secara subliminal ini boleh menjurus kepada penghasilan apa yang boleh diistilahkan sebagai '*halal entertainment*'. Jika industri pemakanan halal dan perbankan islam boleh bekerjasama dengan negara-negara islam dunia dalam jaringan industri, tidak mustahil untuk karyawan industri kreatif mampu untuk mengangkat '*halal entertainment*' ke tahap yang sama. Ini bukan sahaja memerlukan karyawan bekerjasama untuk memasarkan kandungan kreatif mereka, ia juga perlu kepada satu badan atau persatuan untuk membantu usaha ini.

RUJUKAN

- ANIFEST: Dakwah Melalui Animasi Di TV AlHijrah* (18 Ogos 2020) TV Alhijrah.com <https://www.tvalhijrah.com/anifest-dakwah-melalui-animasi-di-tv-alhijrah/> dilayari pada 9 Jun 2021.
- Dahlan Bin Abdul Ghani. (2015). *Upin & Ipin: Promoting Malaysian Culture Values through Animation*. Historia y Comunicación Social. ISSN: 1137-0734
- Hatta Azad Khan. (2016). *Akal Budi Seni*. Kuala Lumpur: ASWARA. 27.
- Hamizul bin Abdul Hamid. (2019). *Kartun & Kanak-Kanak*. Edisi. Selangor: Majlis Agama Islam Selangor. ISSN: 2289 -635X
- Hassan Abdul Muthalib. (2016). *From Mouse Deer to Mouse: 70 Years of Malaysian Animation*. Kuala Lumpur: ASWARA. 77
- Noor Aida Mahmor. (2015). *Citra Wanita Melayu Dalam Cerita Animasi Kanak-Kanak Upin Dan Ipin*, Journal of Education and Social Sciences, Vol. 2, (Oct.) ISSN 2289-9855,2015
- Riadz Radzi. (15 Januari 2020). *Sudah Masuk Oscars*. My Metro <https://www.hmetro.com.my/rap/2020/01/535286/sudah-masuk-oscars> dilayari pada 8 Jun 2021.
- Rammel Ramli. (2017). *Lukman Nul Hakim CEO BlindspotStudios, Inspirasi Anak Hasilkan Animasi Islami*. Otak IT: Berita & Info Bisnes ICT. <https://otakit.my/lukman-nul-hakim-ceo-blindspotstudios-inspirasi-anak-pertama-hasilkan-animasi-3d/> dilayari pada 9 Jun 2021.
- Syafil Syazwan Jefri. (2021). *Animasi Omar & Hana jadi tarikan penonton Arab*. My Metro <https://www.hmetro.com.my/rap/2021/02/677024/animasi-omar-hana-jadi-tarikan-penonton-arab> dilayari pada 9 Jun 2021.
- Wahidin Saputra. (2012). *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers. 228

PENDIDIKAN TINGGI DAKWAH DIGITAL: ANTARA KEPERLUAN DAKWAH DAN INDUSTRI (DIGITALISASI DAKWAH DALAM ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0)

**Abdul Kadir Rosline & Mohd Syahiran Abdul Latif
Fakulti Sains Pentadbiran dan Pengajian Polisi, Universiti Teknologi
MARA Cawangan Sabah & Akademi Pengajian Islam Kontemporari,
Universiti Teknologi MARA Cawangan Sarawak.**

**PENDIDIKAN TINGGI DAKWAH DIGITAL: ANTARA KEPERLUAN DAKWAH
DAN INDUSTRI
(DIGITALISASI DAKWAH DALAM ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0)**

¹Abdul Kadir Rosline
akrosline@uitm.edu.my

²Mohd Syahiran Abdul Latif
syahiran@uitm.edu.my

¹Fakulti Sains Pentadbiran dan Pengajian Polisi,
Universiti Teknologi MARA Cawangan Sabah
²Akademi Pengajian Islam Kontemporari,
Universiti Teknologi MARA Cawangan Sarawak.

ABSTRAK

Islam adalah agama yang bersifat sejagat yang sentiasa mengajak manusia kepada kebenaran dan kebaikan. Allah SWT telah memerintahkan Nabi Muhammad SAW agar berdakwah dengan menyeru manusia ke jalan Allah iaitu agama Islam. Sifat dakwah (evangelistic) di dalam ajaran Islam telah berterusan sejak lebih daripada 1400 tahun yang lalu malah merupakan amanah kepada Rasul Rasul yang telah dilaksanakan sepanjang permulaan sejarah manusia. Kini, dalam era IR4.0 tanggungjawab ini perlu diteruskan oleh para pendakwah dan seluruh umat Islam sebagai misi membawa rahmat kepada seluruh umat manusia selaras dengan suasana dan persekitaran semasa. Pelbagai cabaran yang muncul akibat perubahan masa dan kemajuan teknologi menuntut agar para pendakwah era digital (ICT/IOT) memperkasakan ilmu, kemahiran dan keupayaan dalam mendepani malah memimpin kecanggihan baru ini dalam semua aspek. Ini adalah satu perjuangan agar agama Islam dikembalikan kepada kedudukan dan martabatnya sebagai satu satunya agama yang benar lagi sempurna selaras fitrah manusiawi sebagaimana jaminan dari Allah SWT yang maha berkuasa. Selaras dengan sifat syumul Islam inilah para pendakwah perlu diyakinkan agar tidak menolak malah menguasai dan memimpin semua kehebatan berkaitan teknologi dalam era IR4.0 sesuai dengan hakikat bahawa manusia sejagat fitrahnya adalah

Islamik. Perjuangan ini perlu disambut oleh generasi muda kita yang perlu berusaha menjadi umat terbaik yang menerajui IR4.0 dan segala aspek berkaitan. Akhirnya, semua usaha, perancangan dan pelaksanaan untuk merealisasikan kejayaan agenda dakwah digital Islamiyyah ini mesti mendapat sokongan dan komitmen dari semua pihak khususnya pihak berwenang.

KATA KUNCI: Pendidikan, Dakwah Digital, Revolusi Industri 4.0

PENDAHULUAN

Islam adalah agama yang bersifat sejagat yang sentiasa mengajak manusia kepada kebenaran dan kebaikan. Sifat dakwah di dalam ajaran Islam berterusan walaupun Rasulullah SAW telah wafat lebih daripada 1400 tahun yang lalu. Allah memerintahkan Nabi Muhammad s.a.w. agar menyeru manusia dan berdakwah ke arah jalan Allah iaitu agama Islam. Walaupun secara zahirnya perintah di didalam ayat tersebut ditujukan kepada Nabi s.a.w., namun ia juga ditujukan kepada para pendakwah dan seluruh umat Islam dalam sama-sama diperintahkan agar menyeru manusia kepada agama Islam. (Qutb, 1996)

Dakwah bermaksud sesuatu aktiviti yang melibatkan seruan dan ajakan kepada orang ramai agar menerima sesuatu kepercayaan (Kamus Dewan, 2010). Asalnya lebih kepada suatu keadaan di mana orang ramai diseru dan dipanggil untuk datang; seperti undangan atau jemputan ke suatu majlis dan sebagainya (al-Mu'jam al-Wasit, t.t.). Dalam al-Quran al-Karim, terminologi perkataan “dakwah” ada disebutkan beberapa kali dan lebih membawa maksud doa dan juga seruan. Ini kerana asal perkataan dakwah dalam bahasa Arab ialah. (*da`a – yad`u – du`a*) sebagaimana yang telah disebutkan di dalam firman Allah s.w.t. dalam Surah al-Baqarah, ayat 186 dan Surah Ghafir, ayat 43.

Al-Qaradawi (2006) telah mengidentifikasikan dakwah sebagai suatu usaha membawa orang lain kepada agama Allah mengikut petunjukNya, melaksanakan ketetapan Allah di bumi ini, mengkhususkan taat setia hanya kepadaNya, melepaskan diri dari segala kongkongan yang bukan dari Allah (*taghut*) yang terpaksa dipatuhi, memberi hak kepada orang yang ditetapkan haknya oleh Allah, menyeru kepada kebaikan dan menegah kemungkaran serta berjihad pada jalanNya. Dengan ini jelas menunjukkan bahawa dakwah merupakan satu usaha menyeru umat manusia beriman kepada Allah S.W.T dan melaksanakan setiap aspek kehidupan berlandaskan kepada ajaran Islam.

Namun dalam konteks yang selalu digunapakai masa kini, dakwah sinonim dengan seruan atau ajakan kepada orang ramai untuk mengetahui dan memahami agama Islam, dan seterusnya diharapkan jawapan atau sahutan menerima dakwah tersebut iaitu dengan menerima ajaran Islam. Pengertian dakwah begini hanya disebutkan sekali sahaja iaitu firman Allah s.w.t. dalam Surat Ibrahim, ayat 44 yang bermaksud:

“Dan berilah peringatan (wahai Nabi Muhammad) kepada manusia (yang ingkar itu) tentang hari (Kiamat yang pada ketika itu) datang azab kepada mereka. Maka orang-orang yang zalim berkata: “Ya Tuhan kami! Tangguhkanlah (balasan) ke atas kami (kembalikanlah kami ke dunia) hingga beberapa waktu lagi supaya kami menyahut seruanMu dan mengikut rasul-rasul”. (Dikatakan kepada mereka): “Bukankah kamu telah bersumpah dahulu (di dunia) bahawa kamu sekali-kali tidak akan binasa?”.

Seruan dan ajakan kepada agama Islam yang termaktub dalam al-Quran hampir kesemuanya, menggunakan ungkapan suruhan, perbuatan, penjelasan keadaan, pernyataan dan sebagainya. *Manhaj* atau metode dan pendekatan dalam pelaksanaan dakwah bermaksud bagaimana ia dijalankan dan

dilaksanakan sesuai dengan panduan yang telah digariskan dalam al-Quran. Sebagaimana yang telah disebut oleh Muhammad al-Ghazali, dakwah adalah satu perancangan yang lengkap dan mencakupi semua peringkatnya, mengandungi ilmu pengetahuan yang diperlukan manusia bagi menjelaskan tujuan dan matlamat hidup dan bagi menyingkap petunjuk jalan yang menjadi petunjuk kepada mereka.

DIGITALISASI DAKWAH

Dari perspektif Islam, dakwah perlu dilakukan berdasarkan kepada keadaan lokaliti dan kebudayaan setempat di mana ianya menekankan hikmah dalam seni berdakwah. Oleh yang demikian kewujudan agen transformasi baru dalam aktiviti dakwah adalah diterima selagi mana ianya tidak bercanggah dengan garis panduan dan ketetapan Islam. Konsep hikmah di dalam dakwah boleh diterjemahkan dalam pelbagai bentuk seperti metode dakwah yang dilaksanakan adalah sesuai dengan kehendak semasa, tidak membebankan dan menyusahkan manusia atau tidak perlu mengorbankan resam dan budaya masyarakat yang baik. Hikmah turut dimanifestasikan dengan keupayaan dan kepelbagaian dalam menggunakan kaedah (metode) yang paling sesuai bagi mencapai tujuan dakwah. Oleh yang demikian, media baharu sebagai alat komunikasi di era digital ini sangat menepati ciri-ciri hikmah yang dinyatakan. Perkara inilah yang amat ditekankan oleh Baginda Rasulullah SAW dalam misi dakwah Baginda SAW. Firman Allah Taala dalam Surah al-Nahl, ayat 125 yang bermaksud:

“Serulah ke jalan Tuhanmu (wahai Muhammad) dengan hikmat kebijaksanaan dan nasihat pengajaran yang baik dan berbahaslah dengan mereka (yang engkau serukan itu) dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah jua yang lebih mengetahui

akan orang yang sesat dari jalannya, dan Dialah jua yang lebih mengetahui akan orang-orang yang mendapat hidayah petunjuk”.

Setelah lebih daripada 1400 tahun Baginda Nabi Muhammad SAW wafat, Islam terus berkembang diseluruh pelusuk dunia sehingga menjadi antara agama terbesar di dunia dengan jumlah pengikut lebih daripada 1.9 billion orang. Perkembangan Islam sepanjang tempoh peninggalan Baginda Rasulullah SAW telah melalui proses dan perubahan fasa yang amat panjang. Proses tersebut juga menjadikan metode atau *manhaj* dakwah turut berubah menjadi lebih luas dan fleksibel. Namun begitu, asas dan matlamat dakwah tetap kekal dan tidak berubah.

Memasuki era digital merupakan salah satu daripada fasa perubahan terhadap metode dakwah Islamiah yang membawa Islam lebih jauh berkembang dan terkehadapan. Ini kerana Islam adalah agama yang bersifat universal dan fleksibel yang sudah pasti dapat mengadaptasi perubahan baru ini tanpa ada kesulitan. Maka atas dasar itulah, jika dilihat pada masakini jalur digital digunakan secara meluas sebagai medium dakwah di serata dunia. Jika dahulu aktiviti dakwah hanya dilakukan ditempat-tempat tertentu dengan kehadiran sebilangan orang, tetapi melalui jalur digital, dakwah Islamiah telah merentas sempadan geografi, ras bahkan sempadan agama di seluruh dunia.

Kemajuan era globalisasi dipacu oleh kecanggihan teknologi. Keadaan ini menuntut para dai'e (pendakwah) untuk memiliki kecekapan untuk menguasai teknologi dengan sebaik mungkin sebagai medium dakwahnya. Malah para dai'e (pendakwah) masakini tidak boleh hanya berdiam diri menunggu “masalah datang” untuk berdakwah. Mereka perlu menggerakkan kreativiti berdakwah menggunakan platform media sosial yang ada di dunia digital. Para dai'e perlu memanfaatkan sebaik mungkin ruang-ruang yang ada di dalam

teknologi dan jangan sesekali menolak atau “memusuhi” teknologi kerana Islam adalah agama yang terbuka kepada segala bentuk perubahan yang baik dan bermanfaat.

Menerusi medium teknologi digital, kerja dakwah menjadi lebih mudah dan senang atau dalam erti kata lain peluang berdakwah menjadi lebih luas dan terbuka kepada sesiapa sahaja. Ini kerana tanggungjawab melakukan dakwah tidak semestinya orang tersebut “ustaz atau ustazah”, “tuan guru” atau “kiyai”. Berdakwah mengajak manusia kearah kebenaran dan kebaikan adalah tanggungjawab semua muslim. Justeru jika dilihat, banyak video pendek dan video animasi berkaitan dakwah Islamiah yang berdurasi kurang daripada 1 minit yang berlegar di alam maya sekarang kebanyakannya dihasilkan oleh pelajar dan orang ramai yang bukan dipanggil ustaz dan ustazah. Mereka hanyalah muslim atau muslimah yang patuh dengan ajaran Islam. Inilah maksud sebenar dakwah sebagaimana yang telah disebut oleh Baginda Nabi Muhammad SAW di dalam hadith yang bermaksud:

“Sampaikanlah kalian daripadaku walaupun sepotong ayat.”

Al-Bukhari (3461)

Penggunaan teknologi digital dilihat antara usaha dalam memenuhi konsep al-hikmah dalam berdakwah. Al-hikmah turut memberi maksud merombak kaedah lama yang menyukarkan supaya menjadi suatu kaedah baru yang lebih mudah dan menyenangkan. Dakwah melalui internet atau media baharu tiada batas yang mampu menghalang hubungan dengan individu dan kelompok yang mempunyai akses luas atau tiada ruang penghalang. Oleh itu, Islam mampu disampaikan kepada semua pihak tanpa batasan. Tambahan pula masyarakat kini berada dalam keadaan amat kompleks akibat faktor kapitalisme dan dunia tanpa sempadan serta pelbagai kefahaman. Oleh itu,

nilai Islam yang universal perlu disampaikan secara lebih kreatif dan inovatif melalui internet dan teknologi maklumat (IT).

Di sisi yang lain, tidak dinafikan juga bahawa kecanggihan teknologi digital turut memberikan kesan negatif terutama apabila “kebanjiran informasi” yang tidak terkawal di media sosial menyebabkan umat Islam terutamanya generasi baru keliru dan terpengaruh dengan informasi dan kepercayaan yang salah serta tiada asas. Selain itu, “kebanjiran maklumat” boleh mencetuskan huru hara dalam mencari maklumat yang boleh dipercayai. Amat membimbangkan apabila kemudahan teknologi internet yang membolehkan manusia berhubung tanpa batasan, jarak dan masa menyebabkan berlaku penyebaran dan akses terbuka tanpa batasan terhadap perkara-perkara negatif seperti penyebaran bahan pornografi, propaganda, sentimen bencikan agama, ras dan sebagainya serta yang paling merbahaya adalah dakwah golongan anti Islam yang bertujuan menyelewengkan akidah umat Islam.

Teknologi telah banyak merubah cara berfikir, pergaulan, komunikasi dan daya tahan hidup terutama generasi baru. Mereka akan merasa gelisah dan kebingungan jika tiada akses internet, masa banyak dihabiskan dengan gajet dan peranti teknologi serta seringkali kita melihat sekumpulan anak muda duduk berkumpul tetapi tiada komunikasi antara mereka kerana masing-masing memberi fokus kepada gajet di tangan mereka. Apa yang lebih parah lagi kecanggihan teknologi turut menjadikan mereka hilang rasa kepedulian terhadap apa yang ada di persekitaran mereka. Setiap hari mereka hidup di dalam dunia fantasi permainan online yang menjadikan mereka seolah lupa pada dunia realiti. Fenomena kecanduan teknologi ini amat membimbangkan kerana ia sangat cepat menjalar dikalangan masyarakat terutamanya generasi baru.

Ini adalah antara penyakit senyap yang menjalar di alam digital apabila berlaku lebih muatan maklumat. Diantara tanda-tanda lebih muatan maklumat ialah rasa cemas (anxiety), kecewa, marah, lemah semangat, kacau bilau, keliru dan hilang kawalan diri bersangkutan maklumat. Justeru, alam media baru seperti wikis dan blog memerlukan ukuran dan metrik yang tepat untuk menentukan kewibawaan (*credibility*) maklumat dan tanggungjawab (*trustworthy*) (Mohd Sani, 2009).

Kebanjiran maklumat juga turut melahirkan watak pendakwah “jadian” yang dilihat keliru dengan pegangan mazhab apatah lagi perkara-perkara yang melibatkan hukum-hakam di dalam agama. Kehadiran mereka ini menimbulkan kekeliruan minda dan menjadi fitnah kepada masyarakat terutamanya kepada pendakwah tulen. Mungkin juga boleh dikatakan bahawa punca kewujudan golongan ini adalah kerana terlalu banyak lompong agama yang tidak diisi oleh para dai`e (pendakwah) di alam maya. Kesempatan ini diraih oleh mereka-mereka yang tidak bertanggungjawab sehingga sewenang-wenangnya mengeluarkan “fatwa” tanpa didasari oleh ilmu yang berautoriti.

Justeru para dai`e (pendakwah) perlu lebih agresif dan peka dengan isu semasa yang berlegar di kalangan masyarakat. Selain daripada itu, menjadi tanggungjawab para dai`e (pendakwah) untuk memperkemas strategi dakwah mereka serta memastikan segala apa yang disampaikan kepada umum menepati garis panduan yang dikehendaki oleh syarak. Dai`e (pendakwah) dizaman sekarang tidak lagi hanya berkebolehan untuk berpidato atau berceramah di atas mimbar, tetapi dai`e dizaman sekarang adalah penggerak kepada penyelesaian masalah secara praktis yang menempatkan diri mereka dalam posisi strategik dengan memanipulasi teknologi informasi sebagai medium dalam dakwah yang mengajak manusia melaksanakan amar ma`ruf dan nahi munkar. Menurut Nor Azaian et. al (2021) tiada jaminan bahawa dakwah Islam boleh difahami oleh manusia, kerana kefahaman seseorang

individu terhadap sesuatu itu bukan hanya terletak pada kehebatan teknologi tetapi terletak pada mutu kandungan serta kaedah penyampaian yang menarik dan berkesan sehingga membolehkan ilmu tersebut masuk ke dalam jiwa manusia.

DAKWAH DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Semenjak tercetusnya Revolusi Industri 4.0 (IR4.0) perhatian dunia telah terarah kepada kebangkitan teknologi digital dimana teknologi pembuatan telah memasuki trend automasi dan pertukaran data. Ini merangkumi sistem siberfizikal, *internet of things (IOTs)* , pengkomputeran awan, dan pengkomputeran kognitif. Trend ini telah mengubah banyak bidang kehidupan manusia, termasuk ekonomi, dunia pekerjaan, dan juga gaya hidup manusia itu sendiri. Revolusi Industri 4.0 (IR4.0) menggunakan konsep penggabungan teknologi digital dan internet serta kaedah konvensional yang bertujuan meningkatkan produktiviti, kecekapan dan juga kepuasan pelanggan maksimum. Ringkasnya, IR4.0 menanamkan teknologi pintar yang dapat dihubungkan dengan pelbagai bidang kehidupan manusia sehingga menyediakan media massa untuk peluang berdakwah dan menyampaikan segala sesuatu yang ingin di sampaikan tentang Islam. Dalam erti kata lain, hidup manusia akan dipermudahkan dengan bantuan robot yang bakal menjadi "kawan" yang akan menguruskan hal ehwal dan tugas harian.

Kemajuan teknologi telah menyebabkan perubahan secara mendadak dalam sektor pekerjaan dengan peranan mesin pintar menggantikan tenaga manusia. Hal ini kerana, teknologi yang muncul dalam IR4.0 adalah teknologi yang mampu menggantikan tugas tenaga kerja. Maka secara langsung penglibatan manusia semakin mengecil (Zhou & Liu, 2015). Dalam kemunculan teknologi baru bukan sahaja mengganggu peluang pekerjaan. Malah kos pelaksanaan yang tinggi dalam merealisasikan teras IR4.0 (Zureen, 2018)

Namun, kehadiran IR4.0 bukan perkara yang perlu ditakuti atau perlu dihalang oleh muslim. Malah ianya perlu didepani dan ditangani dengan penuh hikmah dan bijaksana. Maka atas dasar itulah, umat Islam perlu membuat persediaan bagi menghadapi gelombang ini supaya mereka tidak hanyut di dalam arus revolusi teknologi yang sangat pantas ini. Jadilah seperti lebah yang mengumpul madu, walaupun bunga tersebut mungkin beracun, tetapi hanya madu sahaja yang diambil dan bukan racunnya.

Justeru dalam menghadapi gelombang IR4.0 ini perkara-perkara berikut perlu diambil perhatian penting dan dimantapkan di dalam diri setiap muslim:

- a) Akidah: Akidah adalah teras utama dalam kehidupan bagi umat Islam. Ini adalah sumber kekuatan yang membentuk jati diri umat Islam. Kejituan akidah yang tertanam di dalam jiwa akan membentuk perisai atau “antivirus” di dalam diri muslim dan akan terselamat dari sebarang jangkitan *mafsadah* yang merosakkan keimanan dan kepercayaan seseorang.
- b) Syariat: Muslim wajib mempelajari, memahami dan mengaplikasi tuntutan syariat di dalam kehidupan mereka. Roda kehidupan muslim mesti berada di atas landasan syariat yang benar supaya perjalanan hidupnya diredhai Allah dan berjaya mencapai al-falah diakhir perjalanannya nanti. Syariat juga turut memberi petunjuk kepada manusia jalan dan cara bagaimana yang harus dipilih di dalam meneruskan kehidupan.
- c) Akhlak: Akhlak adalah kelakuan reflek yang terpancar dari hati dan diterjemahkan oleh anggota badan. Akhlak terbentuk hasil daripada penyemaian akidah dan pematuhan syariat. Akhlak digambarkan sebagai pakaian yang membaluti tubuh seseorang manusia yang menonjolkan keindahan dan kehormatan dirinya.

Adalah menjadi tanggungjawab utama bagi umat Islam untuk memantapkan 3 komponen utama ini untuk membentuk ketahanan dan keselamatan diri dalam menghadapi gelombang revolusi industri. Maka disinilah peranan dan tanggungjawab para dai'e (pendakwah) dalam misi dakwah di era pasca modenisasi ini dalam memberi fokus terhadap agenda memperkasakan 3 komponen tersebut. Strategi dakwah perlu disusun secara sistematik dan berhikmah dengan isi kandungan yang lebih segar supaya ianya dapat menarik perhatian dan mudah diterima serta difahami oleh masyarakat.

Para dai'e perlu mengambil kira faktor lokaliti dan budaya setempat dalam mengatur strategi dakwah. Lebih-lebih lagi dalam kalangan masyarakat majmuk yang berbilang agama dan budaya. Dakwah dalam situasi seperti ini perlu ada genre atau *manhajnya* yang tersendiri sepertimana yang pernah dilaksanakan di Sarawak dengan *dakwah manhaj Sarawakiy* dan di Sabah dengan *dakwah manhaj Sabahi*. Ini adalah salah satu strategi bijak yang telah diatur oleh para dai'e kerana mereka lebih memahami situasi dan suasana penerimaan masyarakat di tempat mereka. Ini kerana konsep dakwah adalah mengajak manusia dan bukan memaksa mereka. Dakwah umpama sebuah tawaran dan pelawaan terhadap sesuatu seperti penawaran dalam urusan perniagaan. Tetapi jika penawaran atau pelawaan tersebut ditolak maka pemberi tawaran tadi tidak boleh memaksa untuk barangannya dibeli. Konsep ini jelas diterapkan di dalam Islam kerana tiada paksaan dalam menganut agama Islam.

Dakwah dalam era revolusi teknologi bukan hanya mengajak manusia masuk Islam, tetapi ianya perlu difokuskan pada nilai-nilai murni dalam kehidupan. Dalam erti kata kata lain dekati dan santuni dahulu fitrah hatinya sebelum menyentuh asas kepercayaannya. Dakwah *bil hal* inilah yang telah banyak membuka mata golongan non-muslim mendekati Islam. Dakwah ini bukan hanya terhad kepada isu tertentu, tetapi mencangkupi semua aspek termasuk ekonomi, teknologi, makanan, industri dan lain-lain. Seperti contoh

penekanan terhadap isu halalan tayyiban dalam pemakanan, amalan transaksi bebas riba dan judi yang merugikan dalam perbankan Islam, pematuhan etika kerja dan penjagaan hak asasi pekerja dalam pengurusan Islam dikembangkan berdasarkan kreativiti dai'e (pendakwah) selagi mana ianya tidak lari dari matlamat utama. Sebagai contoh, gagasan kontemporari pengurusan modal insan atau sumber manusia iaitu "Green HRM - humanising human towards a more humane workplace and working environment" yang dianggap lebih mesra kepada fitrah manusia justru sebenarnya lebih Islamik. Ini selaras dengan hasildapatan utama satu kajian saintifik seorang sarjana Islam Amerika yang mendapati bahawa negara paling 'Islamik' di dunia hari ini bukan dari kalangan negara Islam tetapi adalah negara Scandinivian di Eropah Barat. Perkara seperti ini seharusnya menjadi asas sandaran dan motivasi kepada para dai'e bahawa secara fitrahnya manusia sememangnya cenderung Islamik.

Tidak dinafikan bahawa, kemunculan IR4.0 merupakan cabaran baru dalam dunia dakwah khususnya para dai'e dalam usaha mempersiapkan diri menghadapi gelombang revolusi ini. Cabaran untuk terus menyebarkan dakwah dan syiar Islam dalam era IR4.0 perlu disambut umat Islam, khususnya generasi muda. Generasi muda mempunyai literasi teknologi maklumat yang tinggi, berkemahiran dan minat yang tulen lagi mendalam. Generasi muda yang secara umumnya sudah terdedah kepada teknologi maklumat dan IOTs, perlu digerakkan untuk kepentingan dakwah Islamiah. Hal ini mampu dilakukan melalui pemantapan ilmu pengetahuan yang lebih menyatu dan semangat berdakwah. Anak muda perlu memupuk minat dan mendekatkan diri dengan persatuan berdaftar atau pertubuhan arus perdana yang berjiwa dan berkonsepkan gerakan Islam yang banyak di negara ini dan di peringkat global.

Pendakwah muda Islam perlu mendekati dan menyampaikan Islam kepada masyarakat secara lebih berkesan serta produktif melalui instrumen teknologi yang pelbagai masa kini. Walaupun sudah ada usaha dibuat melalui media

sosial dan baharu, jumlahnya agak kecil dan kandungannya masih terhad. Usaha secara lebih terancang perlu dilaksanakan sehingga mesej Islam dapat disampaikan kepada masyarakat generasi baharu. Keberkesanan dakwah melalui alam maya akan tercapai apabila kandungan Islam mampu disampaikan dengan kreatif dan menarik dalam bentuk audio video, data, infografik dan inovasi lain serta diterjemah dan disebar dalam berbagai bentuk instrumen teknologi dan media sosial. Peningkatan kecekapan itu diharap bukan saja dapat memperluaskan ruanglingkup dan metode dakwah, bahkan membantu masyarakat yang berhadapan dengan pelbagai masalah sosial dan psikologi seperti tekanan, kekecewaan, sakit jiwa dan kegelisahan yang sebenarnya mampu dijawab dan diselesaikan menerusi pendekatan Islam.

KESIMPULAN

Dakwah melalui media baharu atau internet/IOTs dapat dinilai sebagai sebuah mekanisme yang efektif dan berupaya memberikan kesan yang positif dalam dunia dakwah kerana kerana sifatnya yang lebih fleksibel serta menjangkau batasan masa, tempat dan ras. Oleh yang demikian:

- i. Para dai'e (pendakwah) perlu menggunakan segala kemahiran termasuk memanipulasi uslub dan kaedah yang ada bagi mengembangluaskan misi dakwah kepada manusia.
- ii. Kerancangan perkembangan revolusi industri (IR4.0) perlu digunakan sebaik mungkin dalam merencana gerakan dakwah yang lebih komprehensif dalam semua aspek. Perkara ini sejajar dengan sifat anjal dan kesejagatan Islam. Jangan biarkan gerakan dakwah Islam hanya tertumpu pada satu ciri sahaja sedangkan banyak lagi aspek yang lain tidak diambilkira.

- iii. Justeru para dai'e (pendakwah) perlu bijak mengambil peluang dan ruang yang ada di dalam dunia digital ini. Penggunaan teknologi maklumat dan komunikasi dalam dakwah adalah sangat penting dan dimanfaatkan sebaik dan sebijak mungkin. Kewujudan platform baharu seperti laman sosial, Facebook, Twitter, TikTok, YouTube dan lain-lain sewajarnya menjadi wasilah kepada para dai'e (pendakwah) pada hari ini untuk berkomunikasi dengan golongan sasaran mereka dengan lebih rapat dan mesra.
- iv. Gabungan antara seni dakwah, gagasan kontemporari pengurusan moden dan teknologi/IOTs merupakan suatu kombinasi yang menarik kerana ianya dapat memberikan impak positif secara menyeluruh kepada golongan sasaran. Ini kerana kombinasi antara tradisi lama yang baik dengan metode baharu yang bermanfaat sudah pasti akan membuahkan hasil yang hebat dalam dunia dakwah Islamiah.

Sebagai rumusan, potensi besar dan peluang tulen dakwah Islamiyyah yang terbuka luas dan pelbagai dalam era digital IR4.0 seperti yang diutarakan dan disimpulkan di sini sememangnya memerlukan sambutan dari kumpulan tenaga para dai'e kita yang terbaik. Mereka ini adalah generasi muda era digital IR4.0 yang berpendidikan tinggi dan serba mahir dalam pelbagai kemahiran dan aplikasi digital dan IOTs (digital netizen). Mereka perlu diberi bimbingan dan dorongan yang lebih terancang dan sistematik untuk mempersiapkan diri selaku kader dakwah yang cemerlang. Justeru, generasi muda di institusi pendidikan dan pusat kemahiran tinggi perlu menjadi modal insan yang bukan sahaja menguasai ilmu kemahiran industri malah memiliki kesedaran dan kesepaduan ilmu serta pengetahuan yang menyerlahkan ciri global lagi Islamik.

RUJUKAN

Al-Quran al-Karim

Al-Bukhari, M. (1993). Sahih al-Bukhari (Jld. 3). Damsyik: Dar Ibn al-Kathir.

Al-Qaradawi, Yusuf. (2006). *Kayfa Nata'amal Ma'a al-Qur'an al-'Azim*. Mesir: Dar al-Shuruq.

Kamus Dewan Edisi Keempat (2010), Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

Mohd Sani Badron. 2009. *Zaman Ledakan Teknologi Maklumat dan Kemajuan Pengetahuan dalam Kerangka Pandangan Hidup Islam*. Jurnal Akidah dan Pemikiran Islam (AFKAR). 1: 83-108.

Noor Azaian et. al. 2017. *Cabaran Dakwah Islam di Alam Siber*. E-Bangi Journal of Social Science and Humanities. Universiti Kebangsaan Malaysia, Bangi.

Keliang Zhou, Taigang Liu, L. Zhou. 2015. *Industry 4.0: Towards future industrial opportunities and challenges*. Semanthic Scholar

Qutb, Sayyid. (1996). *Fi Zilal al-Qur'an*. Kaherah: Dar al-Shuruq.

Zureen Zulaikha Ismail. (2018). *Cabaran Industri Pembinaan Di Malaysia Terhadap Revolusi Industri 4.0*: Universiti Teknologi Malaysia

POTENSI PASARAN INDUSTRI DAKWAH DIGITAL DALAM DUNIA PENYIARAN MENURUT PERSPEKTIF RTM SABAH

**Puan Aritika Haji Mabni @ Matbee & Dg. Siti Alizawaty Ag. Ali
Jabatan Penyiaran Malaysia, Sabah**

POTENSI PASARAN INDUSTRI DAKWAH DIGITAL DALAM DUNIA PENYIARAN MENURUT PERSPEKTIF RTM SABAH

¹Puan Aritika Haji Mabni @ Matbee
aritika@rtm.gov.my

²Dg. Siti Alizawaty Ag. Ali
sitializawaty@rtm.gov.my

Jabatan Penyiaran Malaysia, Sabah

ABSTRAK

Kertas pembentangan ini berkongsi resolusi mengenai potensi pasaran industri dakwah digital dalam dunia penyiaran, khususnya di RTM Sabah. Potensi dakwah digital menumpukan kepada keupayaan mesej dakwah yang diolah secara digital disampaikan menerusi medium digital penyiaran. Situasi pandemik COVID-19 telah mengubah rutin kehidupan dan cara pergaulan masyarakat. Perintah Kawalan Pergerakan yang membataskan aktiviti bersemuka sedikit sebanyak memberi kesan kepada industri penyiaran. Pada masa sama, ketika masyarakat diminta duduk di rumah bagi mengekang penularan COVID-19, peranan media penyiaran radio dan TV serta media baharu adalah amat penting. Justeru, industri penyiaran yang tergolong dalam perkhidmatan perlu terus beroperasi untuk melaksanakan peranan penyebaran maklumat dan dasar Kerajaan. Keadaan itu secara langsung membuka laluan penerbitan rancangan dengan memanfaatkan kaedah alternatif tanpa bersemuka iaitu menggunakan telefon, kemudahan sidang video dan aplikasi interaksi sosial. Dalam konteks dakwah digital, rancangan bual bicara agama yang lazimnya diterbitkan secara fizikal, diberi 'sentuhan baharu' dengan penerbitan secara maya menggunakan platform digital. Dalam kertas pembentangan ini, dakwah digital dalam dunia penyiaran mempunyai potensi yang luas dan berupaya berkembang maju. Industri dakwah digital mampu dibangunkan lagi dengan penyusunan semula Fiqh Penyiaran dan pengukuhan modul latihan pendakwah sebagai nilai tambah dalam melahirkan lebih ramai da'i muda berilmu dan menjadi generasi pelapis untuk meneruskan perjuangan dakwah Islamiah.

KATA KUNCI: Penyiaran, Dakwah Digital, Teknologi

PENDAHULUAN

Dakwah dalam Dunia Penyiaran

Agama adalah kepercayaan pada Tuhan dan sifat-sifat serta kekuasaan Tuhan, penerimaan ajaran dan perintah-Nya. Di Malaysia, Islam adalah agama rasmi, seperti yang termaktub di dalam Perlembagaan Persekutuan.

Penyebaran ajaran agama Islam sebagai ad-din atau cara hidup berlandaskan Al-Quran dan As-Sunnah adalah selaras peranan agensi penyiaran dalam menyebarkan maklumat dan dasar Kerajaan kepada masyarakat menerusi siaran radio dan televisyen.

Dakwah dalam dunia penyiaran bukan suatu perkara baharu, sebaliknya penyebaran Islam sebagai satu gaya kehidupan merangkumi ritual, tradisi, falsafah dan sosial adalah bersifat berterusan dan tiada pengakhiran.

i. Penyiaran Digital

Seiring perkembangan semasa, pembangunan infrastruktur penyiaran membuka ruang kepada agensi penyiaran termasuk Radio Televisyen Malaysia (RTM) untuk terus menyampaikan syariat Islam menerusi pelbagai bentuk persembahan.

Selain medium konvensional radio dan TV, RTM turut menyahut cabaran dengan meneroka platform digital sebagai satu lagi medium baharu dalam penyiaran, seterusnya memanfaatkan aplikasi dan media sosial bagi penyampaian maklumat dan dasar Kerajaan secara meluas kepada masyarakat, termasuk warga maya.

Dalam konteks penyebaran mesej dakwah, platform digital berkenaan turut berperanan sebagai agen pendidik yang bersifat universal dalam membentuk sikap, akhlak dan pemikiran masyarakat.

.

ii. Dakwah Digital

Kandungan dakwah melalui penyiaran merangkumi pelbagai bentuk persembahan dan format rancangan seperti bicarawara, tazkirah, drama, dokumentari, hiburan dan lain-lain.

Objektif program dan rancangan agama di radio dan televisyen ;

- Memperkukuh akidah umat Islam
- Memupuk semangat perpaduan
- Memupuk nilai kerohanian
- Menekankan konsep ad-din atau *the way of life*

Perkembangan teknologi dan infrastruktur penyiaran secara tidak langsung membuka ruang penyampaian mesej dakwah kepada masyarakat secara lebih luas menerusi pelbagai platform komunikasi.

Penerokaan platform baharu dari semasa ke semasa pula mendorong penerbitan rancangan dalam pelbagai format persembahan, bersesuaian dengan platform yang digunakan.

POTENSI PASARAN INDUSTRI DAKWAH DIGITAL DALAM DUNIA PENYIARAN

Situasi Pandemi COVID-19 yang membataskan pergerakan dan aktiviti bersemuka sejak awal tahun 2020 telah mengubah rutin kehidupan dan cara pergaulan masyarakat.

Industri Penyiaran turut terkesan apabila kekangan pergerakan menyukarkan pelaksanaan program yang lazimnya dilakukan secara bersemuka. Ini termasuk temu bual secara langsung mahupun rakaman di konti radio dan studio TV yang tidak dibenarkan semasa pandemik.

Namun, di sebalik situasi tersebut, dunia penyiaran mula meneroka kaedah penerbitan rancangan menerusi media digital seperti aplikasi interaksi sosial dan sidang video sebagai medium alternatif, demi kelangsungan siaran. Pada masa yang sama, syariat Islam masih berterusan dan kehidupan sebagai umat Islam diteruskan. Justeru, pasaran industri dakwah digital adalah signifikan dan berupaya berkembang maju.

Potensi Dakwah Digital Di RTM Sabah

Jabatan Penyiaran Malaysia atau lebih dikenali dengan jenama stesen penyiaran Radio Televisyen Malaysia (RTM) tidak terkecuali dalam menerbitkan rancangan-rancangan agama menerusi stesen radio dan saluran televisyennya.

Rancangan Radio

Radio merupakan satu medium yang memudahkan dunia dakwah. Ini kerana, medium ini boleh didengari dimana-mana sahaja seperti dalam kenderaan dan telefon selain secara tradisonal.

Kebijaksanaan stesen radio dalam menyampaikan mesej dakwah di radio membolehkan ia sampai kepada khalayak. Radio yang bersifat langsung, personal, lokal dansantai memudahkan penyampaian mesej dakwah.

Stesen radio RTM berperanan menyampaikan dasar dan program kerajaan dari semasa ke semasa, informasi terkini dan hiburan dengan lebih cepat dan mudah diakses. Pelbagai pengisian rancangan disajikan kepada pendengar, termasuk rancangan agama, dakwah dan motivasi.

RTM Sabah mempunyai lima stesen radio iaituSABAHfm, SABAHVfm, SANDAKANfm, TAWAUFM dan KENINGAUfm. SABAHfm merupakan stesen tonggak Radio RTM Sabah, manakala SABAHVfm pula stesen radio pelbagai bahasa etnik tempatan Sabah seperti Kadazan, Bajau Pantai Barat, Bajau Pantai Timur, Murut dan Dusun, selain Bahasa Mandarin serta Inggeris.SANDAKANfm, TAWAUFM dan KENINGAUfm pula ialah stesen radio daerah. (Jadual siaran di Lampiran).

1. Rancangan Agama Tonggak :

i. SABAHfm

a. Forum Anjung At-Taqwa

Program forum bual bicara keagamaan yang menampilkan dua ahli panel berpengetahuan luas tentang agama Islam dan seorang moderator untuk membincangkan pelbagai isu agama.

Forum Anjung At-Taqwa kini diberikan 'sentuhan baharu' dengan penerbitan menerusi medium digital sepenuhnya.

b. Mari Belajar Bahasa Arab

Rancangan menampilkan seorang ustaz pakar bahasa arab, berkongsi dengan tiga pelajar yang tidak mempunyai asas bahasa Arab. Topik setiap minggu memfokus kepada perkataan dan ayat mudah dan sering digunakan dalam perbualan harian. Penyampaian secara santai.

c. Voice Note Siapa Hari Ini

Berkonsepskan soal jawab soalan berkaitan kehidupan dan agama melalui voice note menggunakan aplikasi WhatsApp daripada pendengar yang diutarakan kepada ustaz, sebelum dijawab secara santai dalam dialek tempatan agar lebih dekat dan memberi kefahaman kepada pendengar.

d. Sekilas Renungan

Ustaz secara santai akan menyampaikan mesej dakwah yang berkisartopik semasa termasuk agama Islam, kehidupan dan perpaduan yang boleh dijadikan panduan serta iktibar.

Info dakwah (grafik beraudio) turut diterbitkan bagi program terbitan stesen untuk dimuat naik bagi siaran media sosial rasmi stesen.

e. Refleksi

Rancangan berkonsepkan motivasi yang menampilkan seorang pakar motivasi atau ustaz untuk memberi semangat motivasi kepada pendengar, sama ada berkaitan urusan pekerjaan, rumah tangga, dan keluarga.

ii. SABAHVfm

SABAHVfm menerusi siaran bahasa Cina, Dusun, Murut dan Bajau Pantai Barat serta Pantai Timur pula menerbitkan rancangan agama berbentuk hidayah, tazkirah dan ceramah khas yang disampaikan pendakwah tempatan yang mahir berbahasa etnik.

Penggunaan bahasa etnik memudahkan golongan sasar memahami mesej dakwah yang disampaikan oleh pendakwah dengan latar belakang yang sama.

iii. SANDAKANfm

Rancangan agama tonggak :

a) albrah Sabda

Rancangan ini diterbitkan sebagai Satu Wadah untuk merungkai segala persoalan berkenaan ibadah puasa. Ia juga diselitkan kandungan hadis yang berkaitan dengan bulan Ramadan.

b) Semerbak Ramadan

Sepanjang bulan Ramadan. Rancangan ini diterbitkan sebagai satu wadah untuk membolehkan pendengar mencari isi kandungan rohaniah yang boleh menyinari hati nurani berdasarkan kandungan hadis yang dikongsikan.

iv. TAWAUfm

Rancangan agama tonggak :

a) Insan Super

Rancangan ini diterbitkan sebagai Satu Wadah untuk merungkai segala persoalan berkenaan ibadah puasa. Ia juga diselitkan kandungan hadis yang berkaitan dengan bulan Ramadan.

b) Rancangan Kemusykilan Agama

Rancangan berkonsepkan soal jawab agama melalui talian telefon antara pendengar dan ustaz jemputan

v. KENINGAUfm

Rancangan agama tonggak :

a) Renungan Jumaat iaitu Soal jawab agama dalam Bahasa Dusun bersama pendakwah jemputan.

- b) Hidayah Jumaat yang merupakan ceramah pendek mengenai perkara berkaitan fardu ain dan fardu kifayah yang disampaikan penceramah dari Jabatan Hal Ehwal Agama Islam Negeri Sabah JHEAINS dalam Bahasa Murut.

Majoriti penduduk di kawasan Keningau dan sekitar merupakan masyarakat Dusun dan Murut. Penggunaan bahasa etnik berkenaan memudahkan penyampaian dakwah.

Rancangan Televisyen

Selain radio, RTM Sabah turut menyumbang pelbagai program dan rancangan ke ibu pejabat untuk siaran Televisyen melalui saluran TV1, TV2, TV Okey dan Saluran Berita RTM. Antara terbitan RTM Sabah ialah Kami Bah Ini, Rona Sabah dan Dokumentari Khas.

RTM Sabah melalui Unit Penebitan TV menerbitkan beberapa program dan rancangan dakwah untuk siaran TV RTM.

- i. Korban Momogun - Rancangan Dokumentari TV Khas sempena Hari Raya Aidiladha

Sebuah dokumentari TV mengisahkan sambutan Aidiladha dalam kalangan Momogun, iaitu etnik Kadazan Dusun Murut yang telah memeluk Islam dan bagaimana budaya tradisi mereka yang tidak bercanggah dengan nilai Islam dikekalkan dalam sambutan Hari Raya Korban. Turut dipaparkan konsep pengorbanan dalam ibadah ini menjadi pegangan dan kekuatan dalam kalangan etnik Momogun yang memeluk Islam untuk

terus mengekalkan hubungan silaturahim dengan ahli keluarga dan komuniti yang berlainan kepercayaan agama agar terjalin suasana harmoni.

ii. Syahadah Pisompuruan - Rancangan Dokumentari TV Khas sempena Hari Raya Aidiladha

Perbezaan agama dalam masyarakat Dusun di Ranau bukan penghalang untuk mencapai keharmonian. Ranau ada banyak tarikan budaya dan alam semulajadi yang eksotik dan merupakan destinasi pelancongan yang terkenal. Tapi bukan itu saja kelebihanannya, daerah ini juga memberi 1001 nilai yang memanusiakan insan. Ustaz Nazrey Johani, bekas vokalis kumpulan nasyid terkenal Raihan ini berkongsi kisahnya memeluk agama Islam dan keunikan kehidupan masyarakat daerah Ranau. Tradisi 'Pisompuruan' menjadi kebanggaan di daerah tanah tinggi Malaysia. Di Ranau, tidak ada prejudis yang dijurangi oleh perbezaan agama. Tidak ada diskriminasi kerana berlainan bangsa. Seluruh penduduk diikat dengan intim berteraskan 'Pisompuruan' atau perpaduan

iii. Mogirumorumo Aidiladha – Rancangan Dokumentari TV Khas sempena Hari Raya Aidiladha

Setiap kali ketibaan Aidiladha, penduduk kampung akan membuat persiapan rapi bagi menjalankan ibadah korban. Jika di Semenanjung Malaysia, kerja gotong-royong yang dibuat lazimnya disebut 'rewang' tetapi di Kampung Libang Ulu, Tambunan ia lebih dikenali sebagai 'Mogirumorumo'.

iv. Masjid Sahabat – Dokumentari TV

Masjid Sahabat di Sindumin, Sipitang dalam negeri Sabah berkedudukan betul-betul di sempadan Sabah dan Sarawak. Uniknyanya Jemaah di masjid ini bersembahyang di dua negeri berbeza, Imam di Sabah manakala makmum pula berada di ruangan masjid yang terletak dalam kawasan negeri Sarawak.

v. Masjid Bandaraya Pusat Pembangunan Ummah - Dokumentari TV

Masjid Bandaraya Kota Kinabalu ialah masjid utama kedua yang dibina di Bandaraya Kota Kinabalu selepas Masjid Negeri di Sembulan. Masjid ini terletak di persisiran pantai Tanjung Lipat dengan keluasan 14.83 hektar dan mempunyai ciri-ciri Masjid Nabawi di Madinah dengan hampir 70% kawasannya dikelilingi air. Rancangan dokumentari TV ini memaparkan peranan Masjid Bandaraya di Likas, Kota Kinabalu sebagai pusat pembangunan ummah di kawasan sekitar.

vi. Rumah Amal Kasih – Rona Sabah Dokumentari TV

Rona Sabah dalam episod ini mengupas dengan lebih lanjut kisah benar perjalanan hidup tiga orang anak yatim dan golongan asnaf menempuh liku-liku kehidupan yang penuh pancaroba ini.

vii. Kami Bah Ini – Rancangan Bual bicara

Satu-satunya rancangan bicarawara TV yang disiarkan secara LIVE dari Sabah pada setiap minggu. Mempromosi aktiviti dan isu semasa berkaitan Islam dalam bentuk bual bicara santai di studio bersama tetamu undangan

Berita Ehwat Semasa

Liputan dan siaran berita berkaitan dakwah dan agama Islam turut diberi keutamaan. Bahan liputan berita disiarkan melalui Berita Radio di SABAHfm, SABAHVfm dan tiga stesen radio daerah SANDAKANfm, TAWAUfm dan KENINGAUfm, manakala bagi Berita TV disiarkan melalui Berita Wilayah, Berita Pagi Sabah dan Cerita Pagi Sabah siaran di TV1 dan Saluran Berita RTM serta IKadazan, IDusun dan IBajau di TV Okey.

Media Digital Interaktif

Berdasarkan statistik Jabatan Perangkaan Negeri Sabah bagi Suku Pertama 2021, capaian kemudahan Teknologi Maklumat dan Komunikasi (ICT) oleh isi rumah di Sabah adalah seperti berikut :

Indikator	2018	2019	2020
Peratus Capaian ICT oleh Isi Rumah (%)			
Internet	90.7	91.4	94.6
Komputer	59.8	59.8	60.7
Telefon bimbit	98.6	98.1	98.6
Siaran TV Berbayar	66.5	68.4	70.9
Televisyen	96.5	95.2	95.4
Radio	87.2	90.6	97.2
Telefon Talian Tetap	11.9	12.0	9.2
Peratusan Penggunaan Peralatan dan Perkhidmatan ICT oleh Individu (%)			
Telefon Bimbit	97.9	98.9	99.0
Komputer	55.8	55.5	59.3
Internet	76.7	80.0	85.8

Sumber: Jabatan Perangkaan Malaysia

Menyedari kepentingan media digital, RTM Sabah turut memberi penekanan kepada penyebaran kandungan rancangan menggunakan medium tersebut.

Selain memanfaatkan laman interaksi sosial sedia ada, RTM sendiri turut memperkenalkan aplikasi mudah alih RTMKLIK dan RTM Sabah sebagai kemudahan untuk audiens mengakses siaran rancangan terbitan stesen radio dan saluran televisyen, seterusnya menjangkau lebih ramai khalayak, khususnya dalam kalangan umat Islam di Sabah yang dianggarkan seramai 2.2 juta orang.

Pada masa sama, setiap stesen radio RTM Sabah memiliki laman sosial masing-masing seperti Facebook, Twitter, Instagram dan YouTube bukan sahaja bagi tujuan hebahan maklumat organisasi, malah medium paparan rancangan sama ada radio bervisual, mahu pun program TV.

i. Prestasi Media Sosial RTM Sabah

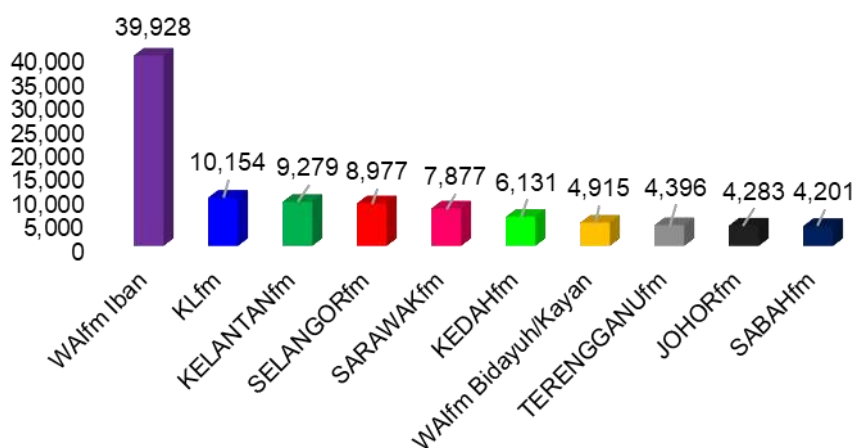
RTM Sabah merangkumi setiap Seksyen Rancangan Radio, Televisyen, Berita Ehwat Semasa dan Hiburan memiliki beberapa akaun dalam pelbagai aplikasi media sosial.

Prestasi setiap akaun tersebut diukur berdasarkan jumlah pengikut atau *followers* setiap akaun seperti berikut :

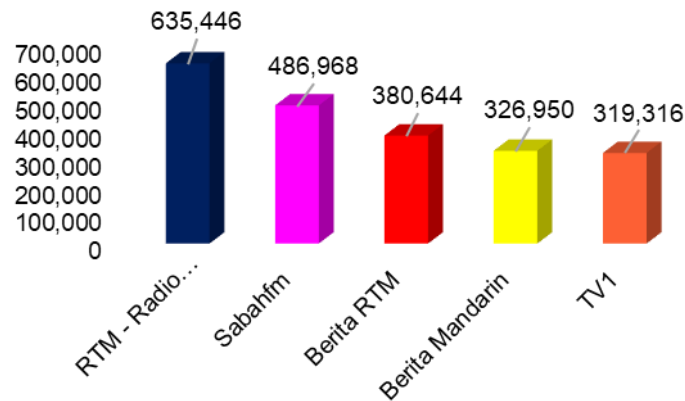
Media	Bilangan Akaun	Pengikut
Facebook	10	988,678
Instagram	6	38,899
Twitter	5	5,365
Youtube	1	1,146

Capaian media sosial yang lebih meluas dapat membantu mempromosi rancangan dan program dakwah terutama dalam kalangan golongan muda yang sinonim dengan medium tersebut.

ii. Kedudukan 10 tangga tertinggi *live streaming radio online* di rtmklik mengikut negeri (24-30 Mei 2021)



- iii. Kedudukan 5 tangga tertinggi media sosial (*followers*) mengikut *page Facebook* (24-30 Mei 2021)



Pemasaran, promosi dan pengiklanan program dakwah

Rancangan dakwah sama ada di TV mahu pun di radio mempunyai nilai pasaran tersendiri, terutama pada hari atau bulan kebesaran Islam seperti Ramadan, Syawal dan Zulhijah.

Pada bulan berkenaan, rancangan dakwah di RTM Sabah lazimnya akan menerima lebih banyak perhatian daripada pendengar dan penonton. Ini bermakna permintaan terhadap rancangan-rancangan dakwah lebih tinggi dan nilai pasaran adalah lebih baik.

Pada bulan Ramadan lalu, misalnya, RTM turut menerima tajaan pihak swasta bagi siaran pengumuman waktu imsak dan waktu berbuka puasa. RTM juga menerima tajaan bagi waktu siaran azan tertentu daripada badan keagamaan di negeri ini.

RTM mengalu-alukan pengiklanan rancangan-rancangan dakwah radio dan TV menerusi empat kaedah iaitu tajaan penuh, kerjasama atau

perkongsian pintar, pakej istimewa dan komitmen tetap daripada sesebuah organisasi.

CABARAN DAKWAH DIGITAL DALAM DUNIA PENYIARAN

Proses penyampaian dan penyebaran dakwah dalam penyiaran perlu dilakukan dengan seluasnya menggunakan pelbagai medium. Bagaimanapun, proses ini masih mempunyai beberapa cabaran yang perlu ditangani seperti ;

i. Topik Perbincangan

Pemilihan topik perbincangan yang akan dibawa dalam sesebuah rancangan antara faktor penarik audiens untuk terus mengikuti rancangan yang diterbitkan sama ada menerusi medium radio, televisyen mahu pun media sosial. Isu semasa yang menarik bukan sahaja menjadi satu cabaran buat penerbit, tetapi juga pendakwah yang akan mengupas topik-topik terkini berpandukan perspektif Islam.

ii. Golongan Sasar

Penggunaan platform digital menyasarkan khalayak atau audiens yang lebih universal dan luas. Justeru, kandungan dakwah digital yang dibangunkan haruslah bersifat umum dan mudah difahami pelbagai peringkat masyarakat, sama ada dalam kalangan umat Islam, muallaf, malah audiens yang bukan beragama Islam, di samping menjaga sensitiviti semua pihak.

Rancangan dan program Islamik bertujuan meningkatkan ilmu pengetahuan berkenaan agama Islam kepada Umat Islam sekali gus memberi kefahaman mengenai Islam kepada masyarakat bukan Islam.

Sehubungan itu, penerangan berkaitan perlembagaan Malaysia, dasar dan polisi mengenai pengiktirafan agama Islam sebagai agama rasmi perlu diperluas untuk meraih penerimaan positif masyarakat pelbagai kaum dan agama di negara ini.

iii. Pendakwah berilmu dan diyakini

Pemilihan pendakwah sebagai sumber rujukan perlu dibuat secara berhati-hati bagi mengelak persepsi negatif masyarakat terhadap agama Islam.

Lazimnya, penentuan pendakwah yang ingin ditampilkan sebagai panel dalam rancangan penyiaran radio mahu pun TV merujuk kepada Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) dan jabatan agama negeri yang mengesahkan status pentauliahannya seseorang pendakwah. Ini termasuk dai-dai baharu yang dilahirkan menerusi rancangan-rancangan realiti agama.

Selain itu, Sabah yang terdiri daripada masyarakat pelbagai kaum juga memerlukan lebih ramai pendakwah yang mampu menyampaikan mesej dakwah dalam bahasa etnik, khususnya Bahasa Dusun, Murut, Cina dan Bajau Pantai Barat atau Bajau Pantai Timur. Keperluan ini adalah untuk memastikan mesej dakwah dapat menjangkau audiens dalam kalangan etnik berkenaan.

iv Kekangan masa dan ruang pendakwah

Semua program dan rancangan yang disiarkan di radio dan televisyen mempunyai masa dan ruang yang telah ditetapkan dan perlu dipatuhi

bagi memastikan siaran keseluruhan sesebuah stesen berjalan lancar. Pembatasan masa ini akan mengganggu proses penerangan dan penyampaian ilmu atau mesej yang mahu dikupas. Sementara itu, pembatasan ruang siaran pula melibatkan slot rancangan yang disusun awal mengikut kehendak pemenang taruh dan sebilangan penonton.

vi. Penerbitan Rancangan Patuh Syariat Islam.

Penerbitan sesebuah rancangan atau program yang menyimpang daripada syariat Islam akan mengelirukan penonton. Alasan kreativiti sering kali digunakan oleh penerbit atau penulis skrip untuk menjelaskan sesuatu kejadian tetapi tidak difahami maksud atau disalah tafsir oleh penonton mahupun pendengar.

Sehubungan itu, sesebuah penerbitan juga memerlukan penasihat agama yang boleh memberi garis panduan dan nasihat mengenai kandungan mesej dakwah yang akan diterbitkan. Amat penting bagi pemain utama sesebuah rancangan mengetahui tuntutan dan hukum hakam yang digariskan dalam agama Islam agar tidak salah menyampaikan maklumat.

Dalam hal ini, Pejabat Mufti Negeri Sabah, Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) dan Jabatan Hal Ehwal Agama Islam Negeri Sabah (JHEAINS) menjadi sumber rujukan utama bagi RTM dalam mendapatkan pengesahan dan penjelasan berkaitan isu-isu agama.

SYOR PENGUKUHAN DAKWAH DIGITAL DAN PENYIARAN

i. Pengukuhan Modul Latihan Pendakwah Penyiaran

Seni berdakwah di masjid dan surau berbeza dengan berdakwah di TV dan radio. Kemahiran khusus untuk menyampaikan dakwah dalam pelbagai medium penyiaran membuka peluang lebih ramai pendakwah terlibat dalam industri penyiaran.

ii. Penyusunan Semula Fiqh Penyiaran

Bersepadu yang melibatkan para agamawan, ilmuan, penggiat dunia penyiaran dan pihak berwajib. Penyusunan secara terancang ke arah pembangunan penyiaran berteraskan panduan syariah.

PENUTUP

Kesimpulannya, kandungan dakwah hanyalah sebahagian kecil daripada 60 peratus siaran informasi dan 40 peratus hiburan di RTM Sabah. Pengendalian rancangan agama di saluran RTM telah diamanahkan Kerajaan kepada JAKIM sejak 1 Jun 1994.

Pun begitu, selaku penyiar rasmi negara, RTM turut memberikan kerjasama dalam penerbitan dan penyiaran rancangan-rancangan Islam bersesuaian dengan konsep dan standard RTM.

Dakwah digital dalam dunia penyiaran mempunyai potensi besar untuk dibangunkan sejajar perkembangan teknologi semasa. Perkembangan ini menjadikan usaha menyebarkan syiar Islam dijalankan secara lebih kreatif dengan impak besar dan nyata. ##

JADUAL SIARAN STESEN RADIO RTM SABAH

1. Jadual Siaran SABAHfm

Jadual 1 : SABAHfm

Segmen	Masa	Pendengar Sasar	Pengisian
Segar	6.00 – 10.00 pagi	Umum	Berita, informasi dan hiburan (loghat tempatan Sabah)
Ekspresi	10.00 pagi – 2.00 petang	Umum / Suri rumah	Berita, informasi dan hiburan
Bah Ngam Lah Tu	2.00 – 6.00 petang	Umum	Berita, informasi dan hiburan (loghat tempatan Sabah)
Simfoni	6.00 petang – 9.00 malam	Umum	Informasi dan Keagamaan
Varia	9.00 – 12.00 tengah malam	Umum/ Belia	Berita, informasi dan hiburan
Siaran Relay NASIONALfm dan Automasi		12.00 tengah malam – 6.00 pagi	

2. Jadual Siaran SABAHVfm

Jadual 2 : SABAHVfm

Bahasa	Waktu	Pengisian
Kadazan	6.00 pagi - 9.00 pagi	Berita, hiburan dan informasi
Cina (Mandarin)	9.00 pagi - 12.00 t/hari	Berita, hiburan dan informasi
Inggeris	12.00 t/hari - 3.00 petang	Berita, hiburan dan informasi
Bajau Pantai Barat	3.00 - 6.00 petang	Berita, hiburan dan informasi
Bajau Pantai Timur	6.00 petang - 7.00 malam	Berita, hiburan dan informasi
Murut	7.00 - 9.00 malam	Berita, hiburan dan informasi
Dusun	9.00 malam – 12.00 tengah malam	Berita, hiburan dan informasi
Siaran Relay dan Automasi		12.0 tengah malam – 6.00 pagi

Jadual Siaran Stesen Radio Daerah

Jadual 3 : Stesen-stesen daerah

Radio	Segmen	Masa	Pengisian
SANDAKANfm (12 jam)	EVO Zoom Santai Hujung Minggu	7-11 pagi 11 pagi-3 petang 3 petang-7mlm 7 pagi - 7 malam (Sabtu dan Ahad)	Berita, Hiburan, informasi
TAWAUfm (12 jam)	Rentak pagi Syok layan Ritma petang Syoknya hujung minggu	7-11 pagi 11 pagi - 3ptg 3 ptg-7 mlm 7 pagi-7 mlm (Sabtu dan Ahad)	Berita, Hiburan,informasi
KENINGAUfm (10 jam)	Rentak Segar (BM) Inforia (Dusun) Inforia (Murut) Santai Petang (BM)	7-10 pagi 10 pagi-12 t/hari 12 t/hari-2ptg 2-5 ptg	Berita, Hiburan, informasi

PEMBANGUNAN KEPIMPINAN *DA'* DALAM DAKWAH ERA DIGITAL

**Prof.Madya Dr. Abdul Ghafar Don
Pusat Kajian Dakwah & Kepimpinan, Fakulti Pengajian Islam,
Universiti Kebangsaan Malaysia**

PEMBANGUNAN KEPIMPINAN DA'I DALAM DAKWAH ERA DIGITAL

Prof.Madya Dr. Abdul Ghafar Don
Pusat Kajian Dakwah & Kepimpinan, Fakulti Pengajian Islam,
Universiti Kebangsaan Malaysia
a.g.don@ukm.edu.my

ABSTRAK

Dakwah adalah kegiatan dinamik yang bertujuan mengajak manusia kepada agama Islam dengan menghayati nilai-nilai baik dalam kehidupan. Ajaran dan seruan kepada kebaikan adalah selaras dengan dasar dakwah kepada al-khayr (dakwah kepada kebaikan) sepertimana dinyatakan dalam al-Qur'an, Surah Ali 'Imran, ayat 104. Matlamat akhir membawa manusia mengabdikan diri kepada Allah dan mendapat keredaanNya. Tujuan dan matlamat dakwah akan dapat dilaksanakan dengan baik dan berkesan antara lainnya melalui pendakwah dan kepimpinan yang berwibawa. Artikel ini cuba menganalisis bagaimana keperluan melahirkan kepimpinan da'i yang berkualiti bagi tujuan pembangunan dan pemerkasaan dakwah dalam konteks dakwah era digital kini. Pendekatan yang diambil dalam menghasilkan artikel ini adalah berdasarkan kaedah dokumen analisis dengan merujuk artikel jurnal, buku, tesis, bab dalam buku, prosiding dalam lain-lain literatur berkaitan subjek perbincangan. Manakala pendekatan yang diambil dalam perbincangan berkaitan subjek perbincangan ialah berdasarkan kaedah analisis tematik dengan membina tema-tema tertentu. Dapatan kajian ini menunjukkan bahawa usaha melatih, mengkader atau mentarbiyah generasi umat Islam khususnya golongan belia atau pemuda sebagai kepimpinan da'i masa depan adalah signifikan, perlu dan relevan dalam usaha memperkasa agenda dakwah di Malaysia bagi menghadapi cabaran dakwah di era digital masakin dengan menekankan kepada aspek-aspek pemantapan akidah, persiapan dari sudut keilmuan dan kemahiran serta pembinaan personaliti teladan lagi unggul.

KATA KUNCI: Pembangunan, Kepimpinan Da'i, Dakwah, Era Digital, al-Khayr

PENDAHULUAN

Kepimpinan dan dakwah adalah dua entiti yang perlu berjalan seiring dan tidak dapat dipisahkan. Kepimpinan dan dakwah berperanan dalam konteks pembangunan dan pembinaan tamadun demi kesejahteraan manusia. Dakwah akan dapat direalisasikan dengan berkesan melalui kepimpinan unggul dan berkredibiliti. Pendakwah adalah pemimpin yang berfungsi memimpin orang lain ke jalan yang benar berdasarkan pendekatan yang betul dan tepat dengan sasaran sebagaimana yang telah dilaksanakan oleh para *anbiya' wa al-mursalin* (para Nabi dan Rasul). Sehubungan dengan itu, keberkesanan dakwah dalam membangunkan masyarakat bergantung kepada pembangunan kepimpinan pendakwah yang berwibawa. Pembangunan kepimpinan da'i terutamanya generasi muda penting bagi memperkasa agenda dakwah di negara ini. Usaha-usaha kearah ini perlu dilaksanakan melalui perancangan strategik melalui pembangunan kepimpinan dakwah jangka panjang yang lestari sifatnya. Usaha ini sudah pasti tidak menemui jalan yang mudah apatah lagi berhadapan era digital kini yang memerlukan persiapan rapi dan pengurusan dakwah digital yang mampu memberi impak kepada masyarakat dan ummah.

TANGGUNGJAWAB DAKWAH

Dakwah menurut Dr Abdul Karim Zaydan (1987) ialah seruan ke jalan Allah (*al-da'wah ila Allah*), iaitu Islam. Dakwah adalah tanggungjawab dan kewajipan bagi setiap Muslim yang mukallaf berdasarkan kemampuan masing-masing. Kewajipan berdakwah telah disebutkan al-Qur'an dalam bentuk perintah (amr) di mana Allah menegaskan dalam al-Qur'an, Surah Ali 'Imran, ayat 104 yang bermaksud:

“Hendaklah ada dalam kalangan kamu satu ummah yang menyeru kepada kebaikan (*al-khyar*), menyuruh yang makruf, mencegah yang mungkar. Mereka itulah orang-orang yang Berjaya”

Kalimah “*Wal takum minkum*” (hendaklah ada dalam kalangan kamu) dalam ayat 104 Surah Ali ‘Imran ini adalah isyarat dan petunjuk kepada kewajiban berdakwah. Kalimah tersebut adalah mengandungi maksud perintah yang wajib dilaksanakan. Sehubungan dengan tanggungjawab menyampaikan dakwah tersebut, Al-Qur’an juga menyediakan garis panduan umum tentang kaedah atau metode dalam penyampaian dakwah berdasarkan Surah al-Nahl, ayat 125. Metode dan garis panduan tersebut ialah hikmah, *maw’izah hasanah* (nasihat yang baik) dan *mujadalah al-husna* (bermujadalah, berdebat, berdialog, berwacana, berdiskusi dengan cara yang terbaik). Bagaimana cara melaksanakan ketiga-tiga prinsip metodologi dakwah tersebut adalah bergantung kepada kesediaan dan kebijaksanaan pendakwah memanfaatkan segala sumber dan peluang yang ada serta berdasarkan latarbelakang masyarakat dan situasi semasa.

MANFAAT ERA DIGITAL UNTUK DAKWAH

Teknologi komunikasi pada era digital masakini dianggap teras atau tunjang kepada perubahan (Kopic et al., 2010). Tusubira dan Mulira (2009) pula menyatakan teknologi komunikasi membuka peluang baru bagi memajukan organisasi untuk mencapai matlamat yang telah ditetapkan. Laman sosial menjadi perantara popular untuk berkomunikasi, berinteraksi dan berkongsi pengetahuan melalui internet (Rauf et al., 2010). Jaringan sosial berasaskan laman web telah mendapat tempat di kalangan para pengguna internet di seluruh dunia. Ia menjadikan dunia sebagai ‘kampung sejagat’ (global village) di mana zon geografi dan jarak bukan lagi satu masalah besar kepada manusia.

Entiti organisasi menjadikannya perantara komunikasi untuk terus berkembang dengan pesat serta mampu bersaing dan memberi perkhidmatan yang terbaik kepada pengguna. Komunikasi dalam talian dengan bantuan teknologi komunikasi dalam organisasi mula digunakan secara meluas sejak sedekad yang lalu (Dunne et al., 2010) dan terus berkembang sejajar dengan kepesatan dan penambahan jumlah pengguna teknologi terkini bagi tujuan berkomunikasi dengan individu lain (Ahlam, 2016).

Cara berhubung melalui teknologi komunikasi adalah jelas berbeza berbanding berkomunikasi secara bersemuka dengan individu dan kakitangan lain dalam organisasi. Jaringan sosial yang popular kini boleh dicapai oleh pengguna melalui ruang sembang di alam maya apabila pengguna mampu berkomunikasi dengan individu lain dan memperolehi maklumat berkaitan individu lain secara dalam talian (Bateman et al., 2010). Penggunaan meluas teknologi komunikasi yang dilengkapi capaian internet turut menjadikan komunikasi di antara batas geografi berbeza tidak lagi mustahil. Contohnya, penggunaan e-mel dan laman web sosial membekalkan satu landasan yang mudah untuk berkomunikasi antara satu sama lain. Kajian Beck et al. (2005), juga menunjukkan bahawa teknologi komunikasi membolehkan lebih ramai individu terlibat dalam sesuatu tugas walaupun berada di lokasi dan pada masa yang berbeza.

Jika dilihat dari perspektif dakwah, era digital dengan kemajuan sistem telekomunikasi yang canggih dari satu sudut merupakan ancaman kepada nilai-nilai agama dan moral dalam kehidupan manusia. Namun dalam masa yang sama, ia juga boleh menjadi peluang jika maklumat tersebut disaring dan diambil secara selektif. Selain itu, tindakan mengorientasikan maklumat perlu dilakukan agar ia menjadi informasi yang boleh membantu usaha dan perkembangan dakwah bagi melahirkan masyarakat yang beragama dan beradab.

Jika dahulu tugas menyampaikan dakwah mengambil masa yang lama bagi tujuan menyampaikan mesej atau risalah. Beberapa kaedah tradisional dalam menyampaikan mesej, seperti surat, menghantar utusan dan lain-lain. Namun kini, maklumat berada di hujung jari dan boleh sampai kepada penerima dalam masa beberapa saat atau minit sahaja. Pelbagai isu, program dan aktiviti boleh dikemaskini dari semasa ke semasa misalnya melalui whatsAp, telegram dan e mel. Ia memudah dan mempercepatkan proses pengendalian sesuatu program yang dirancang. Apa yang penting bagaimana menggunakan kemudahan dan kecanggihan sistem maklumat komunikasi yang ada kini. Justeru, ia menuntut kesiapsiagaan pendakwah berhadapan dengan kecanggihan teknologi digital bagi tujuan dakwah dan bagaimana mereka boleh menjadi komunikator yang berkesan.

Berkaitan dengan perkembangan era digital ini juga, pendakwah perlu memahami sebahagian besar sasaran dakwah (*mad'u*) adalah generasi baru yang boleh diklasifikasikan sebagai Gen Y dan Gen Z. Kumpulan ini mempunyai tahap celik teknologi digital yang tinggi berbanding generasi sebelumnya. Gen Y menurut Best et al(2013) adalah generasi yang lahir pada tahun-tahun 1982-2000 yang seringkali dikenali juga sebagai 'digital natives' dengan tahap literasi teknologi yang tinggi. Manakala Gen Z pula menurut Rothman (2014) adalah generasi yang lahir antara 1995 – 2010. Generasi ini adalah generasi yang unik yang lahir ketika berlakunya perkembangan alatan komunikasi internet dan gajet yang canggih seperti pengkomputeran cloud (cloud computing) dan sebagainya. Generasi ini dilabel sebagai begitu mahir dengan teknologi baru atau 'tech-savy' dan cenderung berkomunikasi secara maya menggunakan media social berbanding berhubung secara langsung dengan orang ramai.

Bagi tujuan dakwah, generasi baru ini perlu dilatih dan dibimbing supaya mereka mempunyai kesedaran berdakwah. Usaha-usaha menyedarkan mereka

kepentingan dan tanggungjawab berdakwah hendaklah disertai dengan membekalkan mereka dengan persediaan ilmu yang membolehkan mereka menguasai kandungan(*maudu'*) dakwah. Pendekatan seperti ini dilihat lebih efektif dan baik untuk jangkamasa panjang kerana generasi ini telah mahir dengan perkembangan dan penggunaan teknologi digital terkini. Penguasaan terhadap ilmu akan membolehkan mereka menyediakan kandungan atau bahan dakwah yang menarik untuk disampaikan atau disebarkan kepada warga net melalui pelbagai aplikasi seperti Instagram, facebook, twitter, tik tok dan lain-lain.

Selain itu, para pelajar IPDAS sangat aktif menggunakan *Facebook* dalam kehidupan seharian di samping mewujudkan kumpulan-kumpulan *Facebook* bagi tujuan pembelajaran bersama pensyarah. Sebagai seorang ahli akademik, kekerapan dan kesan penggunaan *Facebook* ini dilihat sebagai satu isu serius yang perlu dikaji kerana besar kemungkinan ia akan mendatangkan kesan terhadap akademik pelajar baik dari sudut positif mahupun negatif. Justeru, kajian ini perlu dilaksanakan agar menjadi panduan dalam pemilihan medium yang sesuai untuk menjalankan proses pembelajaran.

KONSEP PEMBANGUNAN KEPIMPINAN DA'I

Kepimpinan menurut AJ Ali (2009) adalah subjek atau *maudu'* penting dalam menyebarkan ajaran Islam atau dakwah dan instrumen terpenting bagi tujuan melahirkan masyarakat yang ideal berdasarkan keadilan dan rahmah (Leadership is an important subject that had been used to disseminate the Islamic teaching or *da'wah* and as the most significant instrument for the realization of an ideal society which is based on justice and compassion). Makna lain kepada kepimpinan ialah seni mempengaruhi. Fathi Yakan (2001)

menambah kepemimpinan bertujuan mengarahkan manusia ke arah mencapai matlamat dengan cara memastikan kepatuhan, kepercayaan dan penghormatan”.

Berdasarkan pandangan A.J Ali (2009) dan Fathi Yakan (2001) tersebut jelas menunjukkan bahawa kepemimpinan adalah penting dalam dakwah bagi tujuan mengarah dan mempengaruhi manusia bagi mencapai matlamat keredaan Allah di dunia dan di akhirat. Dalam konteks dakwah, *da'i* dianggap sebagai pemimpin kerana ia berperanan membimbing dan memimpin manusia ke jalan yang benar. Oleh itu, kualiti diri yang ada pada *da'i* hendaklah sampai kepada satu tahap ia boleh membimbing orang lain. Ini sudah tentu memerlukan potensi dan persediaan serta bekalan yang cukup yang membolehkan mereka menjadi *da'i* dan pemimpin atau *qiyadah da'iyah*.

Bagi tujuan mempengaruhi dan membimbing orang lain, adalah penting pembangunan kepemimpinan *da'i* dilaksanakan secara sistematik, berstrategi dan berterusan. Dalam konteks pengembangan dan pemeraksanaan dakwah yang lestari, pembangunan kepemimpinan pendakwah perlu menjadi agenda utama organisasi gerakan dakwah khususnya pihak berkuasa agama, organisasi dakwah dan juga institusi pengajian tinggi Islam di negara ini.

Model gerakan dakwah Rasulullah telah menunjukkan teladan dalam membangunkan kepemimpinan dakwah melalui program dakwah, tarbiah dan latihan. Baginda adalah contoh kepemimpinan *da'i* yang ideal bagi semua generasi pendakwah. Komitmen terhadap dakwah, pendekatan dan daya juang dakwah, semuanya menjadi inspirasi kepada *du'at* (para pendakwah) masakini. Role model Nabi sebagai kepemimpinan *da'i* telah dinyatakan dengan jelas dalam Surah al-Ahzab, ayat 21 sebagaimana firman Allah yang bermaksud:

“Sesungguhnya telah ada pada diri Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (iaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan kedatangan Hari Kiamat dan yang banyak mengingat Allah”

Ayat ini meskipun merujuk secara kepada kepemimpinan Nabi sebagai komandan perang (Perang Ahzab), namun kaedah fiqh *‘al-‘ibrah bi ‘umumil lafzi la bi khususis sabab’* (ibrah atau pengajaran daripada lafaz yang umum bukan kerana sebab yang khusus) adalah terpakai. Oleh itu, model kepemimpinan Nabi juga terpakai bukan sahaja dalam konteks peperangan, tetapi juga kepemimpinan dalam konotasi yang umum meliputi bidang-bidang lain.

Tarbiah atau latihan pembinaan *qiyadah du’at* (Kepimpinan para pendakwah) di bawah kepemimpinan Rasulullah misalnya dilaksanakan melalui madrasah al-Arqam bin Abi al-Arqam. Ia menjadi titik tolak kepada strategi pengembangan dakwah jangka panjang. Usaha-usaha tarbiyah dan latihan sepertimana berpusat di rumah al-Arqam penting bagi melatih dan mempersiapkan kader dakwah yang mempunyai kewibawaan yang tinggi dari sudut iman, ilmu, kemahiran, akhlak dan daya tahan perjuangan. Pembangunan latihan kepemimpinan ini juga dapat dilihat kepada Hadith yang menjelaskan pengutusan Mu’az bin Jabal ke Yaman bagi tujuan berdakwah dan mengajar penduduk di sana tentang asas-asas Islam. Dalam hadis yang diriwayatkan oleh al-Bukhari dan Muslim:

عن ابن عباس رضي الله عنهما أن رسول الله صلى الله عليه وسلم لما بعث معاذاً إلى اليمن قال له: (إنك تأتي قوماً من أهل الكتاب، فليكن أول ما تدعوهم إليه شهادة أن لا إله إلا الله -وفي رواية: إلى أن يوحدوا الله-، فإن هم أطاعوك لذلك فأعلمهم أن الله افترض عليهم خمس صلوات في كل يوم وليلة، فإن هم أطاعوك لذلك فأعلمهم أن الله افترض عليهم صدقةً تؤخذ من أغنياءهم فترد على فقراءهم، فإن هم أطاعوك لذلك فأياك وكرائم أموالهم، واتق دعوة المظلوم فإنه ليس بينها وبين الله حجاب)، أخرجه البخاري ومسلم.

Maksudnya: Daripada Ibnu Abbas r.a. bahawa Rasulullah s.a.w. mengutuskan Muaz ke Yaman. Nabi bersabda, “sesungguhnya kamu akan mendatangi satu kaum ahli kitab, maka pertama hendaklah kamu berdakwah kepada dengan menyaksikan bahawa tiada tuhan selain Allah – dalam satu riwayat lain: sehingga mereka mentauhidkan Allah. Jika mereka mematuhi dan taat kepada kamu, maka hendaklah ajarkan mereka yang diwajibkan daripada solat lima waktu setiap hari semala. Jika mereka mematuhi kepada kamu, ajarkan mereka kewajipan berzakat yang diambil dari orang kaya mereka dan diberikan kepada faqir mereka. Jika mereka mematuhi kamu pada perkara itu, hendaklah kamu berjaga kemuliaan harta-harta mereka. Jauhilah doa seorang yang dizalimi, kerana tiada hijab di antara dia dan Allah.”

Hadith ini mengisyaratkan kepentingan memberikan bimbingan, latihan dan tunjuk ajar ke arah kesempurnaan dan kesejahteraan hidup berdasarkan ajaran Islam. Banyak lagi conoh-contoh lain tentang kepentingan latihan pembinaan kepimpinan *da'i* ini, antaranya baginda Rasulullah memanfaatkan tawanan perang Badar supaya mengajar kanak-kanak Islam menulis dan membaca, insitusi as-Suffah di Masjid Nabawi, aktiviti riadah/sukan seperti memanah, berenang dan bergusti. Latihan dan bimbingan seperti ini juga mampu melahirkan kader dan kepimpinan *da'i* lokal yang mempunyai identiti, jatidiri dan berdaya tahan serta berdaya saing yang diharapkan kemudiannya dapat memimpin kehidupan agama masyarakat dalam lokaliti masing-masing.

ERA DAKWAH DIGITAL DAN PERSIAPAN KEPIMPINAN DA'I

Perkembangan dan perubahan dunia moden memudah dan mempercepatkan lagi komunikasi bagi tujuan dakwah. Kemajuan teknologi komunikasi dan maklumat adalah selain menjadi ancaman juga menyediakan peluang dan platform terbaik bagi tujuan pengembangan dakwah. Dalam rangka

memperkasa agenda dakwah melalui inisiatif melahirkan kepimpinan *da'i* mapan. Pembangunan kepimpinan generasi muda khususnya mahasiswa penting dalam rangka memperkasa dakwah dalam dunia digital kini. Seperti yang dimaklumi generasi muda adalah aset dakwah pada masa hadapan. Islam menekankan kepentingan pembangunan dan pembinaan kepimpinan generasi muda berdaya tahan sebagaimana dinyatakan al-Qur'an dalam Surah al-Kahfi ayat 13:

“Mereka adalah sekumpulan pemuda yang beriman (*ashab al-kahfi*).

Lalu Kami tambahkan petunjuk bagi mereka”

Ayat ini menjelaskan tentang sekumpulan pemuda beriman yang diistilahkan al-Qur'an sebagai '*fityatun amanu*'. Golongan muda seperti yang dinyatakan dalam Tafsir Pimpinan Ar Rahman (2007) lebih bersedia menerima kebenaran berbanding generasi tua yang telah tersesat jalan hidup mereka.

Berkaitan agenda melahirkan kepimpinan generasi muda yang menjadi tulang belakang dakwah pada masa depan, Islam turun menekankan tentang konsep '*al-taghyir*' (perubahan) sebagaimana ditegaskan al-Qur'an dalam Surah al-Ra'd ayat 11.

“Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum itu sehingga mereka merubah keadaan diri mereka sendiri”

Perubahan memerlukan kekuatan tenaga dan daya fikir. Kekuatan ini ada pada pemuda (*as-syabab*). Tenaga dan daya fikir golongan muda perlu dimobilisasi dengan bijak. Oleh itu, program tarbiyah dan latihan perlu dilaksanakan secara terancang dan berterusan. Tumpuan perlu diberikan kepada pembangunan kepimpinan dan perkaderan sebagaimana ditunjukkan dalam Sunnah Nabi. Dakwah kepada golongan muda ini hendaklah fokus kepada pembinaan aspek-aspek penting dan asas dalam membina kepimpinan

pemuda. Bagi tujuan perkaderan kepimpinan *da'i* era digital masa kini, tumpuan atau fokus latihan antara lain hendaklah mempersiapkan diri dengan generasi yang tahan menghadapi cabaran. Achmad Husain (2020) mengemukakan tiga kaedah menghadapi tantangan atau cabaran dakwah era digital, iaitu: 1) Pendakwah perlu menguasai ilmu agama yang sedalam-dalamnya, 2) Mulai akrab dengan media-media yang berkembang (baik cetak mapun elektronik), 3). Selalu menjaga ajaran agama dari faham-faham yang menyesatkan. Beliau selanjutnya menyatakan harapan bahawa dengan demikian, mudah-mudahan perkembangan teknologi komunikasi menjadi sarana baru dalam berdakwah, dan bukan menjadi ancaman yang menakutkan.

Perbincangan secara lebih khusus dalam mempersiapkan kepimpinan *da'i* ialah seperti berikut:

Pemantapan Akidah

Akidah adalah teras kekuatan umat Islam. Pembangunan kepimpinan generasi muda perlu dimantapkan dengan keutuhan akidah dalam mempertahankan Islam dan mengembangkan usaha-usaha dakwah kepada masyarakat. Kecemerlangan dan keunggulan generasi silam dicirikan dengan kekuatan mereka dari sudut akidah. Usaha-usaha dakwah Rasulullah di period awal (Mekah) sebahagian besarnya memberi prioriti kepada pengukuhan akidah bagi meneruskan kelangsungan Islam di samping prihatin kepada isu-isu kebajikan sosial. Pada peringkat awal dakwah baginda Rasulullah memperkenalkan kalimah Allah kepada manusia dengan slogan "*Qulu Lailaha 'illallah dakhola Jannah*" (ucapkanlah tiada Tuhan selain Allah, kamu akan masuk syurga). Pembinaan generasi kepimpinan *da'i* muda berasaskan program pemantapan akidah akan memberikan harapan sebagai benteng agama pada masa depan. Sejarah perjuangan awal umat Islam menjadi saksi bahawa akidah menjadi benteng ampuh mereka dalam mengangkat martabat agama dan ummah.

Generasi ini telah ditarbiyah baginda Rasulullah dengan keyakinan kepada *tag-line* *'al-Islam ya'lu wala yu'la 'alaih'* (Islam is above all). Keyakinan kepada akidah Tauhid inilah yang memberikan kekuatan kepada sahabat-sahabat generasi awal Islam seperti Bilal bin Rabah, Ammmar bin Yasir, Sumayyah, Yasir, Zinnirah al-Rumiyyah dan lain-lain dalam mempertahankan agama. Generasi seperti ini terbukti tahan ujian dan tidak boleh dibeli dengan kebendaan.

Kemantapan akidah adalah elemen paling penting dalam dakwah di mana ketika baginda diperintahkan Allah menyampaikan dakwah, Allah telah memberi panduan dan bimbingan kepada Nabi bagi menghadapi cabaran dakwah. Ayat terawal memerintahkan Nabi berdakwah, iaitu Surah al-Muddatthir, yang dimulakan dengan seruan *"Ya Yaayyuhal muddatthir"* (Wahai orang Yang berselimut, Al-Qur'an, al-Muddatthir, ayat 1), iaitu seruan kepada Nabi supaya bangun dan memberikan peringatan kepada manusia (*Qum Fa 'anzir*, Al-Qur'an, al-Muddatthir, ayat 2) dengan melaksanakan tugas dakwah. Bagi melaksanakan tugas dakwah yang penuh dengan liku dan cabaran, Allah telah memerintahkan Nabi supaya mengagung atau membesarkan Allah dengan berfirman: *"Warabbaka Fakabbir"* (Dan Agungkanlah Tuhanmu, Al-Qur'an, al-Muddatthir, ayat 3). Ayat ini memberi isyarat kepada bekalan akidah dalam dakwah, di mana da'i perlu merasakan kebesaran Allah dalam dirinya. Keyakinan kepada kebesaran Allah mampu memberikan motivasi dan kekuatan da'i dalam menghadapi tentangan dan cabaran dalam berdakwah

Ilmu

Ilmu dan asas kemahiran akan menjana kepimpinan berwibawa. Penguasaan (*al-isti'ab*) ilmu sangat fundamental apatah lagi *da'i* zaman moden kini akan berhadapan dengan cabaran *mad'u* yang pelbagai latarbelakang dan tahap pemikiran. Kepentingan bekalan ilmu dalam pelbagai dimensi kehidupan

termasuk dakwah telah ditegaskan dalam al-Qur'an, Surah al-Tawbah, ayat 122 yang bermaksud:

“Dan tidak sepatutnya mukmin itu semuanya pergi ke medan perang. Mengapa sebahagian dari setiap golongan di antara mereka tidak pergi untuk memperdalamkan ilmu pengetahuan agama mereka untuk memberi peringatan kepada kaumnya apabila mereka telah kembali, agar mereka dapat menjaga dirinya”

Konsep memperdalamkan pengetahuan agama (*tafaqquh fi al-Din*) dalam ayat ini memberi isyarat jelas, generasi muda kini perlu dibekalkan dengan pengetahuan yang tinggi, jelas dan mendalam bagi menghadapi cabaran dakwah abad moden dengan kerencaman *mad'u*. Sebagai duta kepada dakwah Islamiyah, bekalan ilmu amat penting bagi memastikan mesej yang disampaikan betul dan difahami masyarakat. Hal ini selaras dengan anjuran al-Qur'an agar dakwah disampaikan dengan jelas, nyata dan yakin sebagaimana firman Allah dalam Surah Yusuf, ayat 108:

قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ

“Katakanlah (Muhammad), “Inilah jalanku, aku dan orang-orang yang mengikutiku mengajak (kamu) kepada Allah dengan yakin, Mahasuci Allah, dan aku tidak termasuk orang-orang musyrik.”

Ilmu membolehkan pendakwah menjalankan tugasnya dengan yakin. Secara asas, pendakwah hendaklah menguasai ilmu-ilmu asas al-Qur'an dan fardhu ain bagi membolehkannya menyampaikan Islam dan boleh membimbing *mad'u* dengan baik dan sempurna. Ilmu-ilmu lain berkaitan isu semasa juga

wajar dikuasai generasi muda *da'i* kini sebagai bonus bagi menambahkan keyakinan berdakwah dan meningkatkan kewibawaan mereka di mata *mad'u*.

Era digital mendedahkan pendakwah generasi muda kini berhadapan dengan *mad'u* yang pelbagai latarbelakang khususnya dalam komuniti maya. Mereka mungkin kumpulan yang anti-Islam, ada yang mula berjinak-jinak dengan Islam, ada yang Atheis, ada yang berfikiran kritikal yang semua ini menuntut bekalan dan persediaan ilmu yang mantap. Justeru, kepimpinan generasi *da'i* muda kini perlu membiasakan diri dengan disiplin membaca. Pembacaan yang meluas akan meningkatkan kualiti kepimpinan *da'i* dan menyerlahkan lagi kewibawaan sebagai pendakwah. Justeru, program latihan dalam membina kepimpinan *da'i* hendaklah mengambil kira aspek memberi motivasi agar generasi kepimpinan *da'i* kini mempunyai minat yang tinggi dan mendalam untuk membaca. Budaya Iqra perlu diterapkan secara berterusan dalam program kepimpinan *da'i*.

Kemahiran

Kemahiran adalah nilai tambah (value added) kepada kepimpinan *da'i* selepas ilmu. Ia perlu diberi perhatian ke arah melahirkan kepimpinan berwibawa. Dalam konteks dunia moden kini, kemahiran yang perlu dikuasai adalah berkaitan dengan persekitaran atau lingkungan kehidupan (*bi'ah*) mereka. Ini memerlukan penguasaan misalnya dari sudut psikologi dan komunikasi (sebagai kaedah berinteraksi secara face to face atau secara maya dalam menyampaikan dakwah). Senario semasa memperlihatkan kadang-kadang terdapat *da'i* yang mempunyai ilmu yang tinggi, tetapi ia gagal berinteraksi atau berasmilasi dengan baik dengan masyarakat. Hal ini berlaku kerana beliau tidak mempunyai kemahiran dalam berkomunikasi atau bergumul dengan masyarakat. Meminjam kata Pak Syafii Ma'arif, gagal membumikan ajaran al-Qur'an. Justeru, kefahaman terhadap realiti atau waqi' bolehlah dianggap

sebagai sebahagian aspek kemahiran yang perlu dikuasai dan diterjemahkan ke dalam masyarakat demi kesuksesan dakwah.

Menurut Faiz Abdul Rahim (2017) terdapat tiga elemen kemahiran pendakwah: 1) Kemahiran memberi nasihat 2) Kemahiran komunikasi 3) Kemahiran hidup. Ismail Naim (2019) menjelaskan dalam aspek kemahiran hidup misalnya pendakwah perlu memanfaatkan persekitaran *mad'u* bagi tujuan dakwah. Dengan erti kata yang lain, pendakwah perlu mengetahui apa sumber dan situasi yang ada dalam persekitaran *mad'u* atau masyarakat sebagai peluang kepada dakwah. Oleh itu, badan-badan dakwah perlu melatih kepimpinan da'i dengan kemahiran yang diperlukan.

Sehubungan dengan program latihan dalam pembangunan kepimpinan da'i, beberapa aspek berkaitan kemahiran yang perlu diberi penekanan ialah:

- a) Kemahiran Bahasa dan komunikasi – Modul berkaitan kemahiran Bahasa dan komunikasi perlu dibina bagi melahirkan da'i yang boleh menguasai beberapa Bahasa yang berkaitan dengan *mad'u*. Penekanan juga perlu diberikan agar da'i mempunyai kemahiran berkomunikasi dengan berkesan.
- b) Kemahiran ICT – Aspek kemahiran berkaitan teknologi komunikasi terkini sangat relevan dan penting dalam konteks dakwah digital kini. Generasi kini yang rata-rata menggunakan aplikasi digital merupakan peluang terbaik sebagai platform menyampaikan dakwah. Latihan-latihan menyediakan diri generasi *da'i* kini dengan modul IT perlu bagi melahirkan da'i yang mahir dengan aplikasi dakwah secara digital sehingga membolehkan mereka membina kandungan-kandungan mesej dakwah yang menarik warga net (netizen).
- c) Kemahiran hidup – Meskipun sebahagian besar gerakan dakwah kini digerakkan secara maya dan dengan norma baharu khususnya

dalam situasi pandemic Covid-19, namun persediaan kemahiran hidup yang menjadi nilai tambah juga perlu bagi generasi da'i ini. Penguasaan ilmu perubatan Islam, pertanian, *electrical*, kebolehan bersukan adalah antara kemahiran-kemahiran tambahan yang perlu bagi kepimpinan da'i masakini. Ini kerana, ada kalanya dakwah juga perlu dilaksanakan di lapangan secara *face to face* atau bersemuka. Sudah tentu kemahiran-kemahiran seperti ini amat perlu terutamanya dakwah kepada masyarakat pedalaman.

Personaliti Teladan dan Unggul

Azlina (2003) memberi definisi bahawa perkataan personaliti berasal dari perkataan Latin 'persona', yang merujuk kepada topeng yang digunakan oleh pelakon dalam pementasan drama. Ia bermaksud rupa luaran yang ada pada seseorang. Ahmad Fakhruddin, Rosmawai dan Zulkefi (2018) menjelaskan bahawa personaliti digambarkan melalui setiap tingkah laku atau perlakuan jasad yang bersifat luaran yang terhasil daripada perlakuan jiwa yang bersifat dalaman. Pembentukan personaliti bermula daripada manusia itu sendiri Manakala Ewen (1980) pula berpandangan bahawa personaliti membezakan antara manusia dengan manusia yang lain malah ia juga boleh dibentuk, diubah dan dikekalkan mengikut situasi dan keadaan-keadaan yang berbeza. Fariza et al., (2008) pula menjelaskan personaliti bermaksud keperibadian, tingkah laku, perangai atau perwatakan seseorang yang terhasil daripada faktor dalaman (rohani) dan luaran (jasmani) individu. Sementara itu, Mohd Salleh (1994) menjelaskan personaliti sebagai sifat dan perwatakan seseorang. Personaliti seseorang biasanya dapat diketahui melalui gaya percakapan, cara bertindak atau cara bekerja.

Berdasarkan pelbagai definisi tersebut, dapatlah dirumuskan bahawa personaliti dikaitkan dengan sifat dan watak seseorang sama ada baik mahupun buruk. Oleh itu, dalam konteks dakwah, adalah penting pendakwah mempunyai personality yang baik yang boleh menarik *mad'u* untuk menjadikan *da'i* sebagai teladan mereka seterusnya menerima dakwah yang disampaikan. Surah al-Muddatthir, ayat 4-7 memberi garispanduan dalam pembinaan personaliti *da'i*. Ayat 4 (bersih pakaian- yang menggambarkan aspek personality luaran), ayat 5 (meninggalkan perbuatan keji- menggambarkan sifat dalaman dengan peribadi mulia), ayat 6 (Sifat ikhlas- sifat dan personaliti ini adalah faktor penyumbang kepada istiqamah dan kelestarian dakwah) dan ayat 7 (Sabar dalam melaksanakan perintah Allah – Sifat dan personaliti ini penting dalam membina semangat daya tahan dalam perjuangan) Surah al-Muddatthir perlu menjadi panduan dalam pembinaan kepimpinan *da'i* yang memenuhi ciri-ciri personality yang dikehendaki Islam yang menyumbang kepada imej baik dakwah.

KESIMPULAN

Generasi muda adalah aset kepada kekuatan dan pembangunan Islam dan dakwah. Usaha-usaha pembangunan kepimpinan generasi muda *da'i* perlu dilaksanakan dengan merangka Modul Tarbiyah dan Latihan yang komprehensif bagi menyediakan diri mereka dengan kualiti yang diperlukan bagi menghadapi cabaran dakwah abad moden. Fokus haruslah diberikan kepada aspek-aspek pemantapan akidah, penguasaan ilmu dan kemahiran sebagai nilai tambah dan pembinaan personaliti teladan dan unggul dalam melahirkan kepimpinan generasi muda yang boleh berperanan dalam merealisasikan dakwah secara berkesan. Aspek-aspek yang dinyatakan ini adalah sebahagian daripada inisiatif yang boleh dilaksanakan bagi membina kepimpinan *da'i* yang

bukan sahaja boleh berdakwah dengan berkesan tetapi juga berupaya menyesuaikan diri dengan cabaran dakwah era digital yang rencam sifatnya.

Kertas ini adalah sebahagian daripada penyelidikan UKM PP-2020-006, tajaan Bahagian Zakat, Pusat Islam, Universiti Kebangsaan Malaysia.

RUJUKAN

- Abdul Kadir Muhammad. (1996). *Sejarah Penulisan Hukum Islam Di Malaysia*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Abdul Rahman Abdulla. (1982). *Pemikiran Umat Islam Di Nusantara*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Achmad Husain. (2020). Dakwah Islamiyah dan tantangannya di Era Digital. *Al-Muqkidz: Jurnal Kajian Kelslaman*, 8(1), 104-118.
- Ahlam Abdul Aziz. (2016). Peranan Teknologi Komunikasi dan Sumbangannya ke arah Perkembangan Komunikasi dalam Organisasi yang Berkesan. *Forum*, 11(2), 51-64.
- Ahmad Fakhruddin Mohd Tahir, Zulkefli Bin Aini dan Rosmawati Mohamad Rasit. (2018). Perubahan Personaliti Berdasarkan Faktor Agama Menurut Perspektif Islam. *E-Journal of Islamic Thought and Understanding*. Bil.1, 60-79.
- A J. Ali. (2009). Islamic perspectives on leadership: a model, *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2 (2), 160 – 180.
- Akh. Minhaji. (2003). *Masa Depan Pembidangan Ilmu Di Perguruan Tinggi Agama Islam*. Jogjakarta: Percetakan ar-Ruzz.
- Azlina Abu Bakar (2003), *Psikologi Personaliti Individu*, Shah Alam: Karisma Publication Sdn Bhd
- Badlihisham Mohd Nasir. (2015). Ulama dan wacana Islam dalam hubungan intelektual di Tanah Melayu dan Indonesia. *UMRAN International Journal of Islamic and Civilizational Studies*, 2(1), 18–36.

- Bateman, P.J., Pike, J.C., dan Butler, B.S. (2010). To disclose or not: publicness in social networking sites. *Information Technology & People*, 24(1), 78-100.
- Beck, U.B., Wintermantel, M. dan Borg, A. (2005). Principles or regulating interaction in teams practicing face-to-face communications versus teams practicing computer-mediated communication. *Small Group Research*, 36(4), 499-536.
- Best, L. A., Buhay, D. N., McGuire, K., Gurholt, S., dan Foley, S. (2013). The Use of Web 2.0 Technologies in Formal and Informal Learning Settings. *The Social Classroom: Integrating Social Network Use in Education*. Hershey. PA: IGI Global
- Dunne, A., Lawlor, M.A., dan Rowley, J. (2010). Young people's use of online social networking sites- a uses and gratifications perspective. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 4(1), 46-58.
- Ewen, R. (1980). Antrodution to Theories of Personality, New York: Academic Press.
- Fariza Md. Sham et.al (2008), Personaliti Dari Perspektif Al-Ghazali, Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia
- Faiz Abdul Rahim. (2017). Domain ilmu pendakwah masyarakat Orang Asli. *Disertasi Sarjana Pusat Kajian Dakwah dan Kepimpinan UKM. Bangi Selangor*.
- Habibah Elias dan Noran Fauziah Yaakub .(1997).Psikologi Personaliti, Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Hooker, M.B. (1976). The Terengganu in Malayan Legal History. *JMBRAS*, v. XLIX, part 2, 13-22.
- Ismail Naim Abdullah. (2020). Persiapan Penggerak Masyarakat Orang Asli (PMOA) dalam aspek pengetahuan dan kemahiran. *Disertasi Sarjana Pusat Kajian Dakwah dan Kepimpinan UKM. Bangi Selangor*.
- Klassen, A. (2008). Facebook vs Google's adword. *Advertising Age*, 78(6).
- Kopic, M., Kadoic, N. dan Calopa, M.K. (2010). Management's role in strategic planning and application of ICT in modern organisation. *Proceedings of the 21st Central European Conference on Information and Intelligent Systems*.
- Mohamad Raduan Mohd Ariff dan Shaharil Talib.(1995). Penulisan dan realiti seiarah Asia Tenggara: Satu persoalan. *JATI*, Bilangan I, 2-3.

- Mohd Salleh Lebar .(1994). Asas Psikologi Perkembangan, Kuala Lumpur: Utusan Publication Distribution.
- Rahimin Affandi Abd.Rahim. (2000). Fiqh Malaysia: Suatu tinjauan sejarah, dalam *Fiqh Malaysia, Ke Arah Pembinaan Fiqh Tempatan Yang Terkini*. Kuala Lumpur: APIUM.
- Rauf, M. F., Hassan, M., Omar, S.F., dan Subramanian, H. (2010). Impact of Online Social Network Towards Communication Effectiveness in Educational: A Case Study of UNISEL. *Proceedings of Regional Conference on Knowledge Integration in ICT*
- Riddell, Peter. (2001). *Islam and The Malay-Indonesian World*. Illinois: Northern Illinois University.
- Rothman, D. (2014). A Tsunami of learners called Generation Z. *Maryl. Public Saf Online J.*, 1(1).
- Saifullah. (2006). *Dakwah tekstual dan kontekstual: Peran dan fungsinya dalam pemberdayaan ekonomi umat*, Yogyakarta: AK. Group.
- Shaharil Talib. (1997). The Asiatic Archipelago: History beyond boundaries. *JATI*, Bil. 3, 42-56.
- Sheikh Abdullah Basmeih. (2007). *Tafsir Ar-Rahman interpretation of the meaning of the Qur'an*. Putrajaya: Department of Islamic Development Malaysia.
- Tisdall, Charles. (1916). Ideas of Mohammedan Malaya. *The Missionary Review of The World*, v. xxxiv, 23-37.
- Tusubira, F.F. dan Mulira, N. (2004). Integration of ICT in organisations: Challenges and best practice recommendations based on the experience of Makerere University and other organizations. *Proceeding for Conference on Universities: Taking a leading role in ICT enabled human development, Uganda*. Diakses dari <https://pdfs.semanticscholar.org/502b/534a5657eddcbe913fc2a274658ea591f5d6.pdf>
- Yakan, Fathi. (2001). Al-Athar al-mutarattibah 'ala qaibathi al-qiyādah ar-rasyidah almursyidah. *Kertas kerja Seminar Antarabangsa Kepimpinan Islam*, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya.
- Yang, K.H., Lee, S.M., dan Lee, S.G. (2007). Adoption of information and communication technology: Impact of technology types, organization resources and management styles. *Industrial Management & Data Systems*. 107(9):1257-1275.

PENDIDIKAN KEIBUBAPAAAN TERHADAP REMAJA: PENGUNAAN TEKNOLOGI DAN MEDIA SIBER

**Dr. Izzah Nur Aida Zur Raffar
Akademi Pengajian Islam Kontemporari
Universiti Teknologi Mara, Cawangan Melaka**

PENDIDIKAN KEIBUBAAPAN TERHADAP REMAJA: PENGGUNAAN TEKNOLOGI DAN MEDIA SIBER

Dr. Izzah Nur Aida Zur Raffar

Akademi Pengajian Islam Kontemporari
Universiti Teknologi Mara, Cawangan Melaka
izzahnur@uitm.edu.my

ABSTRAK

Remaja merupakan aset negara yang penting dan mempunyai potensi besar untuk membawa negara ke tahap lebih cemerlang dan gemilang dengan keupayaan dari sudut mental selain memiliki keadaan fizikal yang baik. Pelbagai harapan diletakkan di bahu remaja agar menjadi individu berguna serta mampu menyumbang ke arah kesejahteraan negara. Meskipun demikian, masalah sosial melibatkan remaja semakin membimbangkan dan perlu diambil solusi tertentu sebagai jalan penyelesaian. Antara punca gejala sosial ini berkembang adalah disebabkan pengaruh teknologi dan media siber. Justeru, kajian ini akan menumpukan terhadap aspek pendidikan dalam menggunakan teknologi dan media siber terhadap remaja. Kajian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan teknik analisis kandungan dan dokumen. Dapatan kajian menunjukkan pemantauan dalam penggunaan internet khususnya media sosial anak remaja di ruang siber perlu dilakukan di samping bimbingan etika dalam penggunaan ICT diberi perhatian. Hasil kajian ini mencadangkan kepada agensi kerajaan seperti Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat (KPWKM), Kementerian Belia dan Sukan (KBS), Lembaga Penduduk dan Pembangunan Keluarga Negara (LPPKN), Jabatan Kebajikan Masyarakat (JKM), Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM), Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM) yang terlibat mengendalikan aktiviti kekeluargaan untuk memperluas dasar-dasar berkaitan pembangunan dan kebajikan keluarga dan remaja.

KATA KUNCI : Remaja, Pendidikan Keibubapaan, Teknologi, Media Siber

PENDAHULUAN

Zaman remaja adalah jangka waktu yang sesuai bagi membentuk dan melengkapkan diri remaja dengan segala keperluan kedewasaan agar perubahan yang berlaku terhadap diri mereka menepati kebenaran (Abd. Rahman Rohaily, 2014). Sehubungan itu, perubahan yang berlaku dalam diri remaja Muslim perlu difahami dengan baik agar mampu mencapai matlamat melahirkan remaja beriman, berilmu, berakhlak mulia dan bertaqwa seiring dengan tanggungjawab dan identiti mereka sebagai khalifah Allah SWT di muka bumi. Ini dapat diusahakan menerusi kemahiran keibubapaan yang mengutamakan asas pendidikan dalam setiap aspek kehidupan anak remaja. Perkataan pendidikan dalam Bahasa Melayu ialah kata nama terbitan daripada kata akar didik yang membawa maksud jaga, pelihara dan ajar. Perkataan pendidikan juga bersinonim dengan ajaran, latihan, tarbiah, pelajaran, bimbingan, asuhan dan tunjuk ajar. Dalam Bahasa Inggeris, pendidikan disebut sebagai *education* (Simpson dan Weiner, 1989) yang dikatakan berasal daripada cantuman dua kalimah dalam bahasa latin yang bererti ‘memimpin’ kemudian dapat diinterpretasikan sebagai mengumpul maklumat ke dalam diri bagi membentuk bakat (Abdullah Ishak, 1995). Dalam bahasa Arab pula terdapat beberapa kalimah yang merujuk kepada pendidikan, antaranya (al-Attas, 1999):

- a. *Tarbiyyah*. Kalimah *tarbiyyah* berasal daripada kata dasar ‘*rabba*’ iaitu mengasuh, memelihara atau memimpin, ia juga merujuk kepada proses perkembangan potensi individu, mengasuh atau mendidik untuk menuju kepada satu keadaan yang selesa dan matang.
- b. *Ta’lim*. Kalimah *ta’lim* berasal daripada konotasi *‘alima* yang bermaksud mengetahui, memberitahu, melihat, mencerap dan menganggap. Ia merujuk kepada proses menyampaikan atau menerima ilmu pengetahuan

yang kebiasaannya didapati melalui latihan, arahan, tunjuk ajar atau pengajaran.

- c. *Ta'dib* berasal daripada kalimah *aduba* yang bermaksud memperhalusi, berdisiplin dan berbudaya. Ia juga merujuk kepada proses pembinaan watak dan pengajaran asas-asas penting untuk hidup bermasyarakat, ini termasuklah memahami dan menerima prinsip yang paling asas sekali iaitu keadilan.

Umumnya, pendidikan Islam adalah satu proses mengasuh dan mendidik, membela, melatih, menyucikan, memperbaiki, mengawal hawa nafsu, membentuk ketaatan kepada Allah SWT, berakhlak mulia serta memadamkan semua sifat tercela yang ada dalam diri manusia. Definisi ini memberikan kefahaman bahawa hampir keseluruhan pendidikan yang dikehendaki dalam Islam merujuk kepada pendidikan rohani selaku hamba Allah SWT di muka bumi ini bagi memancarkan kejernihan akhlak dan budi pekerti yang tinggi selain untuk perkembangan pengetahuan itu sendiri yang merupakan medium yang amat penting dalam membangunkan ketamadunan manusia di dunia ini (Ibn Khaldun, 2002). Oleh itu, setiap manusia dapat dibentuk dan dibangun menjadi insan baik termasuklah golongan remaja (Fakhrul Adabi et al., 2013) dengan memberi perhatian terhadap asas-asas pembangunan modal insan menurut Islam yang mengutamakan elemen kerohanian sebagai teras di samping elemen lain seperti ekonomi, bahasa, ilmu pengetahuan, teknologi, industri, keusahawanan, politik dan kebudayaan (Razaleigh, 2011; Mustafa Dakian, 2009).

Hal ini disebabkan kekuatan dan kelemahan sesuatu bangsa amat bergantung kepada golongan muda yang menjadi tonggak dan pewaris kesinambungan pembangunan dan kesejahteraan sesebuah negara (Hassan al-Banna, 2003). Golongan muda yang cemerlang dalam pelbagai aspek seperti akademik, kemahiran, sahsiah dan jati diri amat menyumbang kepada

kecemerlangan negara. Harapan Malaysia untuk menjadi negara maju tidak hanya diukur dengan kemajuan ekonomi semata-mata bahkan ditentukan oleh kecemerlangan generasi belia masa kini yang seimbang dari segi intelek, spiritual, emosi, psikologi, budaya dan jasmani berlandaskan keimanan kepada Allah SWT seperti digariskan dalam falsafah pendidikan kebangsaan dan dasar pembangunan belia negara (Tajul Arifin dan Nor Aini 2002). Meskipun elemen pembangunan remaja begitu luas dan rencam seperti yang dibincangkan meliputi domain spiritual, sosial, intelek dan jasmani, namun kajian ini hanya menumpukan terhadap aspek pendidikan dalam menggunakan teknologi dan media siber.

TEKNOLOGI DAN MEDIA SIBER TERHADAP REMAJA

Antara cabaran yang perlu dihadapi untuk mendidik anak remaja pada masa kini adalah pengaruh teknologi seperti internet, satelit TV, gadget, telefon bimbit, media massa sama ada bercetak mahupun elektronik serta media siber (Nuhidayah dan Syarifah Zahrah, 2000). Penciptaan telefon pintar serta peralatan teknologi komunikasi yang canggih kini menjadikan fungsi keibubapaan dan pendidikan lebih kompleks dan mencabar (Mohammad Rezal, 2016). Ini disebabkan remaja kini lebih berminat menonton televisyen, mendengar radio dan melayari internet berbanding bersemuka dengan ibu bapa serta ahli keluarga (Abdullah dan Mawaddah, 2010). Penggunaan gajet-gajet terkini juga menyekat perkembangan sosial anak-anak untuk berinteraksi dengan masyarakat sekeliling dan menjadikan remaja tersebut menjadi individualistik (Mohamed Amin Embi, 2016). Akibatnya, kehidupan berkeluarga semakin rapuh dan ikatan dalam masyarakat lebih menjurus kepada individualisme berbanding kolektivisme (Khalim, 2009).

Selain itu, ibu bapa terutamanya dwikerja semakin sukar untuk mengawal anak remaja kerana mereka terdedah dengan pelbagai pengaruh teknologi yang lebih dominan sehingga kadang-kala tanpa disedari pengaruh tidak baik berada dalam rumah sendiri menerusi rancangan televisyen yang menunjukkan budaya kuning dan nilai-nilai Barat yang bertentangan dengan ajaran Islam, lagu-lagu hiburan yang keterlaluan di radio serta bahan-bahan yang diperoleh daripada internet (Ahmad Sarji, 2007). Stesen-stesen televisyen kini lebih menonjolkan program-program bercorak realiti TV negatif dan hiburan yang melampau sehingga mampu mengubah identiti sebenar remaja kepada identiti gentian yang terpengaruh oleh idola mereka (Wan Salha *et al.*, 2010). Remaja yang dikategorikan sebagai ketagih menonton televisyen atau media siber juga menghadapi berbagai masalah sosio-psikologi seperti kesedaran diri yang rendah, kerisauan dalam hubungan, kurang berminat terhadap kerja sekolah, kurang menerima perhatian dari keluarga, kurang mantap keyakinan agama dan lebih percaya kepada perkata tahyul dan masalah dalam gejala seksual dan keganasan, berbanding dengan rakan-rakan mereka yang kurang menonton rancangan hiburan. Ini menunjukkan media siber boleh mempengaruhi perkembangan diri dan akhlak remaja.

Selain itu, *soft pornography* juga telah dipromosikan secara tidak langsung melalui program-program hiburan, tarian, nyanyian mengasyikkan yang ditayangkan dalam beberapa saluran televisyen. Malah, pada setiap minggu, filem-filem Hindi juga mempromosikan pelbagai aksi yang berunsur negatif serta seksi berserta dengan tarian-tariannya penuh dengan gaya-gaya yang amat mengghairahkan kepada penonton, khususnya para remaja dari pelbagai latar belakang pendidikan dan status sosio-ekonomi (Ab. Halim dan Zarin, 2002). Kandungan filem atau lagu dari artis luar negara yang berunsur ganas, lucah dan bertentangan dengan moral turut berleluasa dan meninggalkan gejala yang tidak sihat kepada para remaja seterusnya boleh membawa kepada masalah keruntuhan akhlak apabila para remaja mudah

terdorong untuk mencuba aksi-aksi ganas dan adegan-adegan yang berahi yang telah mereka tonton. Kemajuan yang dicapai dalam dunia tanpa sempadan sepatutnya digunakan untuk mendapatkan bahan-bahan yang ilmiah telah disalahguna oleh para remaja dengan melihat kepada perkara-perkara yang berunsur, negatif serta pornografi sehingga merosakkan moral (Heru Winoto, 2013).

Akibatnya, remaja mudah terjerumus dengan budaya barat, dadah, perhubungan seks bebas, vandalisme, melepak, pelacuran, homoseksual, lesbian hingga terjadinya sumbang mahram (Khalim, 2009). Mohd Dahlan dan Ida Shafinaz (2010), mengatakan bahawa bahan-bahan dalam media elektronik dan media siber seperti televisyen, radio dan laman sesawang menjadi faktor yang menggalakkan golongan remaja terdedah kepada pornografi, pelacuran, keganasan, dadah, seks bebas dan masalah sosial yang lain. Para remaja dikatakan sebagai golongan yang mudah terdorong untuk mencuba aksi-aksi berahi dan ganas yang ditonton oleh mereka hingga terbabit dalam hubungan seks awal remaja, pelacuran, homoseksual dan lain-lain. Kecanggihan teknologi yang membolehkan remaja akses dengan mudah terhadap capaian dan sebaran bahan lucah menjadi punca peningkatan jumlah remaja hamil luar nikah dan pembuangan bayi (Jabatan Siasatan Jenayah Bukit Aman, 2010).

Tambahan pula, purata remaja generasi Z menggunakan media sosial dalam sehari amat tinggi iaitu selama 11.6 jam sehari tetapi data ini belum ditambah dengan penggunaan internet bagi tujuan lain seperti pencarian maklumat dan bermain *games* secara dalam talian. Penggunaan media sosial mencapai tahap yang kritikal apabila sebilangan remaja memperakui bahawa mereka menggunakan internet selama 24 jam (Jamiah et al., 2016). Keasyikan melayari teknologi dan media siber khususnya menyebabkan pelajaran, kerja rutin harian dan tanggungjawab lain diabaikan, kurang menghargai masa, sukakan hiburan yang keterlaluan, kurang berminat berfikir secara lebih serius

(Rahimin Afandi, 1999), banyak membuang masa tanpa memikirkan hala tuju dan masa depan (Abdullah dan Mawaddah 2010) serta menyebabkan remaja terjebak dengan kemelut sosial yang merimaskan dan terpaut dengan pemikiran hedonistik yang mengasyikkan dan alpa kepada tanggungjawab ilmu dan pembinaan negara (Sidek, 2010). Norshafawati et al., (2010) menyatakan bahawa sistem hiburan adalah sebahagian daripada sistem media yang juga sebagai salah satu unsur dalam sistem sosial dimana hiburan telah membantu mengeksport bukan sahaja muzik bahkan bahasa dan budaya mereka sekali. Pengimportan budaya asing berlaku melalui rancangan-rancangan hiburan yang merosakkan generasi muda sangat terserlah dalam strategi Hallyu daripada Korea dan Barat (Nor Hashimah dan Zaharani, 2010).

Di samping itu juga, kerancangan perkembangan teknologi telekomunikasi dan industri serta organisasi media yang memperluaskan liputan di setiap pelusuk dunia tanpa mempunyai tapisan dan tiada pemantauan yang sewajarnya daripada pihak yang bertanggungjawab memungkinkan remaja terdedah kepada pengaruh negatif. Hal ini kerana melalui penayangan program di kaca televisyen atau media siber dilihat banyak mengandungi unsur-unsur yang ditiru daripada budaya asing. Justeru, polemik tentang isu-isu sosial remaja di negara ini sebenarnya hasil daripada beberapa pengaruh antaranya pengaruh industri media. Perkembangan industri media di Malaysia di lihat telah menunjukkan ke arah memperagakan budaya popular seperti yang berlaku di negara barat khususnya Amerika Syarikat. Oleh kerana itulah, penggunaan media perlulah di berikan pemantauan yang sepatutnya bagi mengelakkan penayangan unsur-unsur yang menyumbang kepada keruntuhan akhlak pelajar (Abdullah dan Mawaddah, 2010).

Amalan salah guna dadah, kehidupan orang-orang muda yang bebas, skandal seks dan jenayah remaja yang sangat menakutkan serta gejala Mat Rempit yang semakin menular adalah natijah dari proses pembudayaan dan

perubahan yang menjadikan Barat sebagai sumbernya barat tidak ditentang kerana rasialisme terhadap bangsa tetapi dari Barat berlaku suatu proses pembaratan yang mempunyai agenda tersirat untuk menjebak generasi muda Islam dan juga generasi umat manusia. Fahaman sekular yang berkembang dan sikap liberal yang diambil tidak menjadikan agama dan nilai sebagai landasan sebaliknya nilai-nilai yang meransang nafsu dan rasa cintakan kebendaan yang melampau menjadi lebih nyata dan dominan. Banyak aspek-aspek positif di Barat yang boleh diambil terutamanya dalam bidang sains dan teknologi. Tetapi kecenderungan sebahagian besar generasi muda adalah meniru aspek budaya popular yang banyak membawa kesan negatif terhadap tingkah laku dan sikap mereka. Gaya hidup, hiburan dan muzik cara Barat yang terlalu bebas menjadi rujukan mereka dan pujaan. Artis Barat jadi idola dan ikutan baik dalam berpakaian mahupun potongan rambutnya. Idola yang menjadi pujaan mempunyai rambut yang tegak, tidak terurus, pakaian yang terdedah sehingga menampakkan susuk tubuh, pekikan suara yang sudah hilang harmoni dan kebingitan bunyi muzik yang memekakan telinga (Sidek, 2010).

Fenomena kegilaan remaja Malaysia terhadap gaya hidup yang spirit utamanya bersumberkan muzik rock ini dapat dikesan dengan meluas. Menyedari hakikat inilah yang mendorong pihak kerajaan telah mengharamkan konsert rock secara terbuka, yang kemudiannya telah mendapat tentangan hebat dari semua pendokong dan peminat muzik ini. Apa yang menghairankan adalah dalam keghairahan sebegini masih ada media elektronik milik kerajaan yang memberi ruang iklan yang lumayan kepada muzik jenis ini. Apa yang membimbangkan lagi adalah muzik import ini adalah dipenuhi dengan unsur-unsur pemujaan syaitan, mengalakkan pengambilan dadah, melakukan seks rambang dengan sesiapa sahaja dan banyak lagi perkara yang tidak sesuai dengan pegangan agama Islam (Rahimin Afandi, 1999). Hakikatnya, media siber yang lebih mudah diakses turut mengalakkan muzik sebegini.

Justeru, institusi keluarga masa kini khususnya perlu sentiasa berwaspada terhadap konsep, nilai-nilai serta budaya kekeluargaan Barat yang sudah mulai meresap ke dalam keluarga. Konsep, nilai dan budaya Barat yang masuk ke rumah itu pula bertopengkan rancangan-rancangan *sitcom* keluarga sama ada menerusi media massa dan siber. Rancangan itu memaparkan gaya hidup bebas dan mengiktiraf pelencongan-pelencongan nyata daripada sudut pandangan Islam seperti menggalakkan psangan hidup bersama tanpa ikatan perkahwinan, kelahiran anak luar nikah, homoseksualiti dan sebagainya. Di sebalik jenaka yang menawarkan bahan hiburan ini, *sitcom* tersebut cuba menanamkan gaya hidup itu dan mahu umat Islam mengiktirafnya pula atas dasar hak asasi manusia. Masyarakat Islam perlu bertegas dalam hal-hal sedemikian demi mempertahankan konsep, nilai dan budaya keluarga Islam yang sejati (Ahmad Sarji, 2007). Selain hiburan daripada Barat, hiburan menerusi Hallyu atau *Korean Wave* (Gelombang Korea) juga mengesani tingkah laku remaja masa kini. Hallyu adalah istilah yang diberikan untuk menyebarkan budaya pop Korea (K-Pop dan drama) secara global di peringkat antarabangsa. Kesannya, Hallyu telah memicu banyak orang di negara yang terlanda dengan demam ini untuk mempelajari bahasa dan kebudayaan Korea. Selain drama, muzik juga mendapat tempat di hati peminat Asia. Senimannya dapat memprojeksikan imej maskulin atau seksi dengan jayanya dan dapat dilihat kesannya terhadap segelintir anak-anak remaja yang suka untuk mengikutinya (Nor Hashimah dan Zaharani 2010).

Antara bahaya teknologi dan media siber terhadap remaja juga berlaku apabila mereka terdedah kepada bahan-bahan subversif termasuklah tulisan bersifat menentang agama. Ini sangat berbahaya kepada masyarakat khususnya kepada para remaja. Setakat ini tidak ada negara yang dapat menghalang kemasukan bahan-bahan ini termasuk Malaysia. Selama ini kerajaan dapat membendung kemasukan bahan-bahan yang bersifat subversif tetapi melalui internet, kebebasan bersuara hampir mencapai tahap mutlak

(Mohd Dahlan dan Ida Shafinas 2010). Fahaman atau ideologi sesat sebagai bentuk kolonialisme baru dunia tanpa dibatasi oleh sempadan dan kedudukan geografi sesebuah negara. Melalui proses ini, dunia akhirnya tidak lagi mempunyai sempadan dengan ruang udara dan langit. Sesebuah negara itu terbuka luas untuk dimasuki oleh pelbagai maklumat yang disalurkan menerusi pelbagai perantaraan media komunikasi seperti internet, media massa dan teknologi siber. Perkembangan ini memungkinkan perhubungan di antara sesebuah negara dengan negara lain dan perhubungan sesama manusia dapat dilakukan dalam tempoh yang singkat. tetapi, sebagai jaringan bebas yang berupaya menyelusup ke mana-mana sahaja tanpa sebarang batas dan sempadan, internet juga adalah kilang segala “sampah-sarap yang boleh meracuni minda pengguna, terutama para remaja. Ada sekian banyak laman-laman web yang mendedahkan bahan-bahan negatif termasuk propaganda mengenai fahaman-fahaman tertentu, penghinaan terhadap agama, unsur-unsur yang bercanggah dengan budaya kesopanan (Sidek, 2010).

Media sosial juga merupakan platform utama yang selalu digunakan oleh kumpulan militan ISIS bagi menyebarkan ideologi mereka. Penggunaan media sosial seperti *Facebook* dan *Youtube* merupakan senjata utama bagi kumpulan ISIS menyebarkan ideologi mereka yang berbentuk video, audio, artikel, dan gambar dengan bertujuan untuk mendapat perhatian orang ramai bahawa perjuangan mereka itu adalah benar bagi mewujudkan negara Islam. Kumpulan ISIS menyebarkan ideologi mereka melalui saluran media yang hanya percuma untuk dilayari bagi semua golongan masyarakat. Kumpulan ISIS menyedari bahawa kekuatan menyebarkan ideologi palsu di media sosial sangat berkesan berbanding dengan senjata api. Hal ini kerana, kumpulan ISIS yakin bahawa dengan strategi mereka ini boleh menarik perhatian seluruh rakyat di dunia dan Malaysia untuk mengikuti ideologi mereka. Melalui media sosial ini golongan muda terutamanya yang berdarah muda lebih mudah terpengaruh dengan semangat jihad ISIS yang mirip dengan kumpulan di Malaysia seperti Jemaah

Islamiyyah (JI), al-Maunah, Kumpulan Militan Malaysia (KMM), Darul Islah Sabah dan Tanzim al-Qaeda Malaysia. Semangat yang dibawa oleh ISIS ini boleh memberi impak kepada kumpulan seperti ini untuk mempengaruhi golongan muda supaya berjihad di jalan Allah SWT. Sehingga kini Pihak Polis Diraja Malaysia (PDRM) telah mengenal pasti seramai tiga puluh sembilan orang rakyat Malaysia yang menyertai ISIS dan empat puluh orang lagi terpengaruh dengan ideologi mereka (Dewan Rakyat Malaysia 2014; Siti Naqiyah et al., 2018).

Selain itu, remaja juga terdedah dengan jenayah siber yang merupakan jenayah yang melibatkan segala aktiviti jenayah yang biasa dilakukan melibatkan pelanggaran undang-undang yang sedia ada dengan menggunakan kemudahan komputer atau dengan lebih tepat lagi, dengan menggunakan internet di ruangan siber. Atau dengan kata lain, jenayah siber adalah mana-mana aktiviti yang tidak sah dimana pengetahuan mengenai teknologi siber digunakan untuk merealisasikan. Walaubagaimanapun, takrifan jenayah siber bergantung kepada takrifan jenayah di sesebuah negara. Sebagai contoh di Malaysia, perjudian, pornografi, pengiklanan seks adalah suatu jenayah tetapi bukan jenayah negara lain. Oleh yang demikian, disebabkan generasi muda masa kini terutama para remaja banyak menghabiskan masa dalam dunia siber, tidak mustahil pelbagai bentuk jenayah yang melibatkan remaja boleh berlaku. Antara jenis jenayah siber yang biasa berlaku yang melibatkan golongan remaja adalah seperti berikut penipuan, kerosakan atau pengubahsuaian ke atas program atau data computer, kecurian maklumat, capaian secara tidak sah ke atas system, menyalin perisian secara tidak sah, pengintipan, judi siber, skim cepat kaya, penggadam atau "*hacker*", penyebaran virus, pencerobohan, pornografi, pedofilia, gangguan berulang (*harassment*), gangguan seks, ancaman atau fitnah melalui email dan sebagainya (Mohd Dahlan dan Ida Shafinas, 2010).

Umumnya remaja ini memang pintar tetapi mereka kurang matang dalam memahami implikasi daripada aktiviti-aktiviti dalam talian mereka. Akibatnya, ramai remaja yang pintar dalam komputer terjebak dalam aktiviti-aktiviti yang tidak sihat seperti jenayah dan juga masalah sosial berkaitan dunia siber. Dalam satu laporan akhbar, seorang remaja perempuan telah membunuh diri apabila beliau dibuli oleh rakan sekelasnya dalam talian. Ramai remaja juga yang terlibat dalam aktiviti-aktiviti jenayah secara talian, seperti berjudi dalam talian, melawat laman-laman web yang menyiarkan pornografi serta memecah masuk ke rangkaian lain secara tidak sah (*hacking*), melakukan penipuan, mencuri maklumat, mencipta dan menyebarkan virus semata-mata disebabkan perasaan ingin tahu dan mahu mencuba. Tanda-tanda anak telah dibuli atau terjebak dengan sindiket/pengganas di alam siber adalah susah hati, sedih atau marah selepas menggunakan telefon bimbit atau komputer; tidak lagi menyertai kegemaran bersama rakan; prestasi pelajaran merosot serta sering melepaskan kemarahan atau tekanan di sekolah dan sering murung atau bersedih (Mohd Dahlan dan Ida Shafinas, 2010). Kesimpulannya, teknologi dan media siber memberikan implikasi negatif yang jelas kepada remaja seperti kurang kemahiran komunikasi secara bersemuka, pembaziran masa di media sosial dan pengabaian tanggungjawab, terdedah kepada maklumat/fakta yang salah, kebocoran maklumat peribadi yang penting serta terdedah kepada fitnah, penipuan dan buli siber. Justeru, pantauan dan didikan terhadap anak remaja perlu lebih dikemaskan agar kemajuan teknologi tidak disalahertikan bahkan memberi kekuatan yang dapat membangunkan remaja ke arah lebih baik dan berkualiti.

PENDIDIKAN KEIBUBAAPAN DALAM KONTEKS PENGGUNAAN TEKNOLOGI DAN MEDIA SIBER TERHADAP REMAJA

Antara kemahiran keibubapaan yang dilihat amat penting pada zaman moden ini adalah kemahiran dan pengetahuan tentang teknologi maklumat serta media sosial. Hal ini disebabkan aktiviti sosial dalam kalangan remaja bukan hanya berlaku di luar rumah sahaja tetapi ia juga wujud dalam dunia maya yang menggunakan teknologi dan media sosial sama ada menerusi *Facebook*, *Instagram*, *Whatsapp*, *Twitter* dan lain-lain (Isfadhah, 2018). Kemudahan teknologi seperti internet, satelit TV, telefon bimbit dan media siber dapat menghubungkan antara satu sama lain dengan lebih cepat walaupun berada di tempat yang jauh, membekalkan manusia dengan maklumat dan ilmu pengetahuan yang berbagai jenis bentuk serta peristiwa yang berlaku di negara lain (Nuhidayah dan Syarifah Zahrah 2000; Abd. Hadi 2012). Televisyen, radio dan majalah digolongkan sebagai media lama, manakala internet dan media sosial pula digolongkan sebagai media baru bahkan lebih mendapat perhatian dalam kalangan anak remaja masa kini (Abu Zaid, 1996). Menurut Abd. Hadi (2012), teknologi komunikasi dan maklumat (ICT) atau media siber mampu digunakan dengan mudah oleh masyarakat Islam di seluruh dunia bagi tujuan memperoleh atau menghantar maklumat Islam, menyimpan data, mengukuhkan persaudaraan melalui jaringan, berkongsi dan berbincang secara langsung di seluruh dunia mengenai ajaran Islam. Hal ini disebabkan elemen komunikasi melalui teknologi mempunyai kaitan langsung dalam *wasail al-dakwah*. Oleh itu, kemudahan teknologi yang ada pada masa kini merupakan alternatif terbaik yang harus digunakan oleh ibu bapa dalam proses mendidik anak remaja kerana ia adalah cara paling dekat dan sesuai mengikut zaman (Rahmat dan Mohd Fadzilah, 1997).

Sebagai contoh, internet khususnya amat mengujakan golongan remaja di mana ia dapat memudahkan mereka untuk aktif menyuarakan pendapat dan pandangan mereka yang berbeza, malah mereka percaya internet adalah sumber informasi yang cepat dan tepat. Kebanyakan remaja suka membuat blog peribadi, e-mel, *Facebook*, *Twitter* sebagai suatu bentuk penyertaan dalam bidang politik dan menggunakan aplikasi mesin pencari seperti *google* untuk mencari dan mengumpulkan informasi termasuklah informasi politik, perniagaan serta peluang pekerjaan bukan hanya sebagai media hiburan semata-mata (Hindman, 2009). Namun demikian, maklumat-maklumat daripada sumber media itu bercampur antara yang benar dengan yang palsu. Oleh itu, perhatian perlu diberikan dalam hal ini kerana anak-anak remaja amat mudah terpengaruh dengan persekitaran di sekeliling mereka. Anak-anak remaja perlu dididik untuk membuat penilaian terhadap maklumat yang mereka baca atau dengar. Hal ini penting agar mereka tidak terkeliru lalu membuat andaian dan keputusan yang merugikan diri sendiri (Syed Hassan, 2007) kerana media juga dikatakan memberi kesan buruk kepada anak remaja sehingga mampu mempengaruhi mereka melakukan perkara devian (Samsudin, 2008).

Menurut Mohd Dahlan dan Ida Shafinas (2010), ibu bapa haruslah memantau aktiviti internet anak-anak mereka, bukanlah dengan cara melarang terus daripada menggunakan internet kerana ia telah menjadi keperluan utama masa kini. Di sekolah juga, proses pembelajaran dan pengajaran sekarang banyak menggunakan internet dan perlukan kerjasama pemantauan daripada pihak guru. Pemantauan internet boleh dilakukan dengan mengehadkan masa penggunaan ataupun mengehadkan jenis laman web yang boleh dilawati. Ini wajar dilakukan agar anak remaja tidak melakukan aktiviti-aktiviti yang tidak berfaedah yang boleh merosakkan moral mereka. Beberapa etika penggunaan internet harus diberikan kepada anak remaja, antaranya menggunakan kemudahan ini untuk melakukan perkara bermanfaat, tidak memasuki sistem maklumat orang lain secara *illegal*, tidak saling memberikan user ID dan

password kepada orang lain untuk masuk ke dalam sebuah sistem, tidak mengganggu atau merosakkan sistem maklumat orang lain dengan cara apa pun, tidak menggunakan internet dalam melakukan perbuatan yang melanggar undang-undang dan norma dalam masyarakat serta menggunakan internet secara bijaksana.

Selain itu, dalam kemahiran teknologi dan media sosial ini juga, ibu bapa perlu memainkan peranan dalam mengawal jumlah masa yang dihabiskan oleh anak mereka untuk menonton televisyen, menggunakan telefon bimbit dan mengehadkan capaian internet anak-anak agar tidak leka dan asyik dengan teknologi berkenaan. Hal ini demikian kerana ada kajian mendapati terdapat kemerosotan yang signifikan dalam pencapaian murid sekiranya mereka menonton televisyen lebih daripada sepuluh jam seminggu. Walau bagaimanapun, sebanyak 73 peratus ibu bapa menghadapi kesukaran untuk melimitasikan masa anak mereka menonton televisyen disebabkan oleh kesibukan waktu mereka sendiri (Abidah, 2014). Perkara ini amat mendukacitakan apabila ibu bapa sendiri bersikap tidak acuh tentang perkara ini. Pemantauan dalam penggunaan telefon bimbit juga harus diberi penekanan agar anak-anak memanfaatkannya secara betul selain pantauan terhadap media sosial anak di ruang siber yang dilakukan sama ada menerusi *Youtube/Instagram/ Twitter/Whatsapp* dengan cara mewujudkan akaun khas di media siber tersebut. Mengikut kajian Jamiah (2016), terdapat lapan jenis aplikasi media sosial digunakan secara meluas oleh remaja iaitu *Facebook, Youtube, Twitter, blog, Whatsapp, WeChat, Telegram* dan *Instagram* di mana secara purata tempoh masa yang digunakan oleh remaja dalam sehari adalah menerusi aplikasi *Whatsapp* (4.2 jam), diikuti *WeChat* (2.6 jam), *Facebook* (1.8 jam) dan *Instagram* (1.8 jam).

Kerajaan telah menggubal pelbagai undang-undang untuk melindungi masyarakat terutama ahli muda masyarakat seperti para remaja daripada

gejala sosial dan juga jenayah berkaitan dunia siber, seperti Akta Jenayah Komputer 1997, Akta Tandatangan Digital 1997, Akta Komunikasi dan Multimedia 1998 serta undang-undang sedia ada yang memperuntukkan kesalahan jenayah biasa serta hukuman baginya seperti Kanun Kesiksaan, undang-undang yang memperuntukkan perlindungan kepada pengguna, Akta Perlindungan Pengguna 1998, Akta Perlindungan Data Peribadi (masih dalam penggubalan), serta Akta Telekomunikasi dan Akta Hakcipta. Dengan penggubalan Akta Kanak-Kanak 2001 dan Akta Pencegahan Penderagangan Manusia 2008, ia dapat memperuntukkan perlindungan yang secukupnya kepada kanak-kanak serta remaja daripada penderagangan kanak-kanak, pornografi, lucah, hubungan sumbang dan eksploitasi seks. Di samping itu, terdapat pelbagai perisian komputer yang berada dalam pasaran boleh digunakan untuk memeriksa dan mengawasi aktiviti-aktiviti yang berpotensi mendatangkan bahaya kepada para remaja (Mohd Dahlan dan Ida Shafinas, 2010).

Maka, sewajarnya semua pihak memainkan peranan penting dalam menguruskan teknologi dan media sosial dalam kalangan anak remaja. Para ibu bapa, guru dan pihak sekolah harus turut memainkan peranan bersama mengawasi anak-anak atau pelajar dalam menjalankan aktiviti tersebut serta tingkahlaku mereka. Selain pihak berkuasa, ahli masyarakat turut memainkan peranan dalam memberi maklumat, kesedaran dan juga pengajaran kepada para remaja tentang risiko dan juga bahaya dunia siber. Jelaslah, teknologi dan media siber memainkan peranan penting demi memastikan anak remaja memiliki daya saing yang tinggi, kompeten, dinamik dan berinovasi. Bagaimanapun, ia turut memberi implikasi negatif sekiranya tidak diurus dengan baik. Sehubungan itu, pematuhan terhadap garis panduan yang betul perlu ditekankan agar anak remaja terutamanya generasi Z ini dapat memanfaatkan teknologi tanpa mengabaikan nilai moral dan agama.

Kesimpulannya, strategi pembangunan remaja melalui teknologi dan media siber dapat dilakukan dengan cara berikut:

- i. Pendidikan dengan cara pembinaan Kecerdasan Digital atau *Digital Qoutient* (DQ) remaja, latihan dan bimbingan berterusan daripada ibu bapa, sekolah, institusi sosial dan universiti kepada remaja untuk membina *rapport* atau portfolio yang positif di media sosial, mendidik remaja untuk mengurus masa dengan bijak, memilih kandungan yang baik dan memelihara pandangan serta memberi panduan (adab, etika dan profesionalisma) kepada remaja untuk bersosialisasi dengan baik di media sosial bahkan mendidik remaja untuk memilih rakan yang positif dalam media sosial.
- ii. Pembangunan kandungan dengan menggiatkan pembangunan kandungan berorientasikan pendidikan dan pembangunan diri yang boleh diakses dengan mudah, menggalakkan para ilmunan dan individu yang berpengalaman luas membangun kandungan di media sosial, menyediakan platform atau aplikasi untuk remaja saling berdiskusi secara berhemah dan mempelajari sesuatu secara sistematik seperti *Open Learning*, menggalakkan para karyawan untuk menerapkan nilai-nilai yang positif dalam karya-karya mereka, mengangkat atau menviralkan isu-isu yang positif dan membina bagi membentuk budaya hidup yang positif untuk remaja serta menggalakkan remaja membina kandungan positif dan bermanfaat di media sosial.
- iii. Penapisan maklumat dan bahan-bahan yang bertentangan dengan nilai mulia dalam masyarakat di internet melalui penyedia internet dan badan khas seperti Suruhanjaya Multimedia dan Komunikasi secara agresif, penubuhan skuad pencegahan maksiat *high-tech* secara sukarela untuk

membanteras paparan pornografi dan lencongan tingkah-laku negatif di ruang maya bahkan menyediakan badan khas yang memantau dan memberi penarafan kepada kandungan bahan di media sosial.

- iv. Pemantauan dengan membataskan masa penggunaan media sosial mengikut kesesuaian, menetapkan peraturan yang jelas, garis panduan penggunaan media sosial dari sekolah rendah, memantau kandungan bahan yang diakses dan aktiviti remaja di media sosial, memantau komuniti maya remaja di media sosial, menggalakkan remaja berkongsi aktiviti mereka di media sosial dengan ibu bapa dan menjadi rakan remaja di media sosial.
- v. Pembangunan belia positif dengan menggalakkan remaja membina jenama dan membangunkan perniagaan mereka melalui media sosial, mempromosikan gaya hidup sihat kepada remaja, memberi bimbingan dan mentransformasikan remaja daripada pengguna tegar kepada penyedia aplikasi media sosial, menganjurkan pertandingan-pertandingan yang membina di laman sosial, menggalakan remaja menyerlahkan bakat dan membangunkan potensi diri melalui media sosial, melindungi karya dan hak cipta remaja di media sosial, membentuk kumpulan sokongan yang membina dan pasukan mentor di ruang maya yang berwibawa untuk memperkasa remaja.
- vi. Perawatan dengan menyediakan alat ukuran psikologi untuk mengenalpatai tahap ketagihan yang berkaitan dengan media sosial dalam kalangan remaja dan jenis-jenis ketagihan mereka, menyediakan terapi dan kemudahan rawatan untuk mengatasi ketagihan media sosial, menyediakan kumpulan sokongan bagi tujuan tersebut, menyediakan kemudahan rawatan perubatan moden dan alternatif untuk sebarang

penyakit yang berpunca daripada media sosial serta menyediakan kumpulan sokongan untuk mangsa buli atau penipuan siber.

- vii. Hukuman dengan mengenakan hukuman dan dendaan kepada sebarang pelanggaran di media sosial, melakukan aktiviti amal yang melibatkan pergerakan fizikal dan menarik balik kebebasan menggunakan media sosial untuk jangka masa tertentu (Jamiah et al., 2016).

KESIMPULAN

Kesimpulannya, penyelidikan berkenaan pendidikan keibubapaan terhadap remaja masih perlu ditambah baik dalam bidang kekeluargaan disebabkan isu dan kes remaja kini semakin kompleks dan membimbangkan. Aktiviti sosial konteks lingkungan remaja kini berlaku dalam dunia maya menerusi teknologi dan media siber. Anak-anak remaja ini perlu dididik untuk membuat penilaian terhadap maklumat yang mereka baca atau dengar. Justeru, ibu bapa berperanan menjadi pemantau penggunaan internet khususnya media sosial anak remaja di ruang siber di samping membimbing mereka berkenaan etika dan nilai menggunakan ICT. Implikasi kajian ini dapat menambah dan memantapkan disiplin ilmu berkaitan dengan fungsi, peranan dan tanggungjawab ibu bapa supaya data, maklumat dan cadangan menerusi kajian ini dapat membantu golongan ibu bapa memperoleh model memperkasakan kemahiran keibubapaan dalam mendidik dan menangani anak remaja mereka dalam keluarga seterusnya mencapai kesejahteraan hidup dan kebahagiaan. Selain itu, jika dilihat dari segi literatur, ia dapat memperbanyakkan kuantiti literatur berkaitan keibubapaan, remaja, rumah tangga dan kekeluargaan agar dapat digunakan untuk rujukan ahli akademik, pelajar dan masyarakat.

Manakala dalam aspek polisi pula, hasil kajian ini dapat membantu agensi kerajaan seperti Kementerian Pembangunan Wanita, Keluarga dan Masyarakat (KPWKM), Kementerian Belia dan Sukan (KBS), Lembaga Penduduk dan Pembangunan Keluarga Negara (LPPKN), Jabatan Kebajikan Masyarakat (JKM), Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM), Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM) yang terlibat mengendalikan aktiviti kekeluargaan untuk membentuk dasar-dasar yang berkaitan pembangunan dan kebajikan keluarga dan remaja Islam. Hasil kajian ini juga dapat menjadi panduan dan rujukan pihak badan NGO dan persatuan yang terlibat dalam urusan rumah tangga dan kekeluargaan dengan pelaksanaan program dan aktiviti yang dapat memberikan kesedaran serta pengetahuan kepada para ibu bapa supaya mereka dimotivasikan untuk menjadi ibu bapa yang baik bagi memimpin keluarga ke arah keluarga bahagia dan sejahtera.

RUJUKAN

- Ab. Halim Tamuri dan Zarin Ismail. (2002). Pendidikan Akhlak dalam KBSM: Persepsi Pelajar Terhadap Konsep Akhlak. *Prosiding Wacana Pendidikan Islam*. Bangi: Fakulti Pendidikan, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Abd. Hadi Borham. (2012). Islam dan Teknologi Komunikasi Maklumat. Dlm. Muhamad Faisal Ashaari & Rosmawati Mohamad (pnyt.). *Ustaz Google*. Bangi: Jabatan Pengajian Dakwah dan Kepimpinan, FPI UKM.
- Abd. Rahman Rohaily. (2014). *Remaja Idaman Syurga*. Kuala Lumpur: Mustread Sdn. Bhd.
- Abdullah Sulung dan Mawaddah Abdullah. (2010). *Pengaruh Media Elektronik Terhadap Keruntuhan Akhlak Pelajar*. Skudai: Fakulti Pendidikan, Universiti Teknologi Malaysia.
- Abdullah Ishak. (1995). *Pendidikan Islam dan Pengaruhnya di Malaysia*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

- Abidah Abd Rahman. (2014). Penglibatan Ibu Bapa dalam Pelaksanaan Rancangan Pendidikan Individu (RPI) Murid Bekeperluan Khas. Disertasi Sarjana. Tanjung Malim: Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- Abu Zaid, Ahmad Mahmud. (1996). *Minhaj Al-Da'iyah*. Terj. Usamah Hussein. Kuala Lumpur: Yayasan Dakwah Islamiah Malaysia.
- Ahmad Sarji Abdul Hamid. (2007). Kemahiran Keibubapaan. Dlm. Azrina Sobian (pnyt.). *Keluarga Islam, Kemahiran Keibubapaan dan Cabaran Semasa*. Selangor: MPH Group Publishing Sdn. Bhd.
- al-Attas, Syed Muhammad Naquib. (1999). *The Concept of Education in Islam*. Kuala Lumpur: ISTAC.
- Dewan Rakyat Malaysia. (2014). *Kertas Putih Ke Arah Menangani Ancaman Kumpulan Islamic State*. Kertas Parlimen 76.
- Fakhrul Adabi Abdul Kadir, Nur Shahidah Paad & Mohd Nawawi Abd Ghapar. 2013. Salah laku Remaja dan Asas Penyelesaiannya Menurut Perspektif Islam. *International Seminar on Islamic Jurisprudence in Contemporary Society*, 30 Nov- 01 Dec 2013, Kuala Terengganu.
- Hasan al-Banna. (2003). *Himpunan Risalah Imam Hasan al-Banna*. Kuala Lumpur: Pustaka Salam.
- Heru Winoto. (2013). *Pengaruh Penyalahgunaan Penggunaan Teknologi Komunikasi Anak dan Remaja*. Indonesia: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.
- Hindman, K. Y. (2009). *Cable TV and Internet Deals*. Pakistan: Spectrum Publishing.
- Ibn Khaldun, Abd al-Rahman Muhammad Khaldun al-Hadrami. (2002). *Mukaddimah Ibn Khaldun*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Isfadiah Dasuki. (2018). *Bijak Parenting*. Selangor: Publishing House Sendirian Berhad.
- Jamiah Manap dan Sidek Baba. (2016). Al-Ghazali's Parenting Skills Attributes Model. *Jurnal Hadhari* 8 (1): 113-131.
- Jamiah Manap, Mohd Rezal Hamzah, Aizan Sofia Amin, Nurul Nabila Mohd Izani, Fazilah Idris, Salasiah Hanin Hamjah, Noordeyana Tambi, Arena Che Kasim, Norul Huda Sarnon, Salina Nen, Nor Jana Saim. (2016). *Penggunaan Dan Implikasi Media Sosial Terhadap Remaja Generasi Z*.

International Conference On Social And Economic Development (ICSED), 1-3 November 2016, Universiti Malaysia Terengganu.

- Khalim Zainal. (2009). Memahami Tingkah Laku Remaja Bermasalah dari Perspektif Teori Tingkah Laku, Humanistik, Psikoanalitik & Tret Personaliti. *Jurnal Pengajian Umum* 9 (1): 43-55.
- Laporan Jabatan Siasatan Jenayah. (2010). Kuala Lumpur: Polis Diraja Malaysia.
- Mohammad Rezal Hamzah. (2016). Faktor Peramal Tingkah Laku Kesihatan Di Media Sosial Dalam Kalangan Pelajar Di Universiti Awam Malaysia. Tesis Doktor Falsafah. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Mohd Amin Embi. (2016). *Pemikiran dan Reka Bentuk Semula Pengajaran dan Pembelajaran Abd ke-21*. Syarahan Perdana UKM. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Mohd Dahlan dan Ida Shafinas. (2010). Jenayah Dan Masalah Sosial Di Kalangan Remaja: Cabaran Dan Realiti Dunia Siber. Tesis Sarjana. Sabah: Sekolah Psikologi & Kerja Sosial, Universiti Malaysia Sabah.
- Mustafa Dakian. (2009). *Pembangunan Modal Insan: Misi 2057 Berteraskan Islam dan Konvensional*. Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distributors.
- Nor Hashimah Jalaluddin dan Zaharani Ahmad. (2010). Hallyu Di Malaysia: Kajian Sosiobudaya. *Jurnal Komunikasi* 27 (2): 203-219.
- Norshafawati Saari, Asiah Sarji dan Fuziah Kartini Hassan Basri. (2010). Muzik dan Pembangunan Sosial: Paparan Dasar Industri Hiburan dalam Akhbar-Akhbar di Malaysia. *Jurnal Komunikasi* 26 (2): 47-65.
- Nurhidayah Muhd Hashim dan Syarifah Zahrah Syed Mohamad. (2000). Cabaran Wanita Bekerjaya dalam Pembentukan Keluarga Hadhari. *Jurnal CITU* 1 (1): 19-29.
- Rahimin Affandi Abd. Rahim. (1999). Krisis Remaja dan Media Massa di Malaysia: Suatu Tinjauan Dari Perspektif Islam. *Jurnal Usuluddin* 1 (10): 125-134.
- Rahmat Ismail dan Mohd. Fadzilah Kamsah. (1997). *Kemahiran Kekeluargaan: Menjadi Ibu Bapa Cemerlang*. Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distributors.

- Razaleigh Muhamat@Kawangit. (2011). *Pengurusan Modal Insan dari Perspektif Islam*. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Samsudin A. Rahim. (2008). *Media dan Konstruk Sosial: Implikasi Terhadap Isu Sosial Remaja*. Bangi: UKM.
- Sidek Baba. (2010). *Keluarga Sakinah*. Shah Alam: Alaf 21 Sdn. Bhd.
- Simpson, E. S. C. dan Weiner, J. A. 1989. *The Oxford Encyclopedic English Dictionary*. Oxford: Clarendon Press
- Siti Naqiayah Mansor, Salasiah Hanin Hamjah dan Izzah Nur Aida Zur Raffar. (2018). Ideologi Gerakan Islamic State of Iraq and Sham (ISIS) di Malaysia. *Islamiyyat* 40 (2): 95-103.
- Syed Hassan Syed Ahmad Al-Mashoor. (2007). Cabaran Keibubapaan, Anak Remaja dan Dewasa. Dlm. Azrina Sobian (pnyt.). *Keluarga Islam, Kemahiran Keibubapaan dan Cabaran Semasa*. Selangor: MPH Group Publishing Sdn. Bhd.
- Tajul Arifin Noordin dan Nor Aini Dan. (2002). *Pendidikan & Pembangunan Manusia: Pendekatan Bersepadu*. Selangor: Al-Syabab Media.
- Wan Sallha Yusoff, Nurul Syazwani Zulkifli, Ahmad Fahmi Mahmood & Noor Asliza Abdul Rahim. (2010). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Identiti Diri Remaja Melayu. *Seminar Pendidikan Melayu Antarabangsa (SePMA)*. Perlis, Malaysia, 29-31 Mac 2010.

POLA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM KALANGAN REMAJA MALAYSIA

**Muhamad Faisal Ashaari, Nor Faizah Ismail, Rosmawati Mohamad Rasit,
Hasanah Khafidz & Khazri Osman
Pusat Kajian Dakwah dan Kepimpinan. Fakulti Pengajian Islam & Calon
Phd., Pusat Kajian Dakwah dan Kepimpinan. Fakulti Pengajian Islam**

POLA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM KALANGAN REMAJA MALAYSIA

¹Muhamad Faisal Ashaari, ²Nor Faizah Ismail, ³Rosmawati Mohamad Rasit,
⁴Hasanah Khafidz, ⁵Khazri Osman
faisal@ukm.edu.my

^{1,2,4,5}Pusat Kajian Dakwah dan Kepimpinan. Fakulti Pengajian Islam
²Calon Phd., Pusat Kajian Dakwah dan Kepimpinan. Fakulti Pengajian Islam

ABSTRAK

Remaja dan penggunaan media sosial tidak dapat dipisahkan kerana mereka dibesarkan dalam suasana teknologi ini berkembang. Penggunaan ini mungkin berbeza dari satu generasi ke suatu generasi kerana perbezaan minat dan tumpuan. Artikel ini membincangkan pola penggunaan media sosial dalam kalangan remaja dan gaya mereka berinteraksi dengan maklumat di alam maya. Artikel ini adalah hasil survey kepada 1233 orang remaja yang berusia 14 hingga 19 tahun yang terdiri dari murid sekolah menengah dan pelajar IPTA Malaysia yang dibahagikan kepada 4 zon iaitu utara, selatan, tengah dan timur. Dapatan kajian menemui bahawa Kajian mendapati bahawa penggunaan WhatsApp adalah tertinggi yang diikuti dengan Instagram, kemudian aplikasi yang lain. 44% mereka menghabiskan masa sekurang-kurangnya 6 jam sehari dan 24% mereka menggunakan media sosial kurang dari 3 jam. Penggunaan media sosial pula tertumpu kepada aspek perhubungan dan diikuti dengan hiburan seterusnya pencarian maklumat dan gaya hidup. Mereka kelihatan banyak bergantung dengan media sosial kerana menjadikan fungsinya sebagai tempat bertanya, tempat mendapat maklumat dan tempat berhibur. Sejalan dengan media sosial yang mempunyai banyak maklumat, mereka hanya mencari maklumat yang ada kaitan dengan mereka.

KATA KUNCI: Remaja, Pola Penggunaan, Media Sosial, Malaysia

PENDAHULUAN

Remaja masa kini hidup ketika teknologi komunikasi semakin berkembang pesat yang menyebabkan mereka banyak bergantung dengan dunia jaringan. Secara langsung dan tidak langsung, teknologi ini telah memberikan kesan kepada pemikiran dan gaya hidup mereka. Pengkaji mendapati antara kesan kepada teknologi ini ialah hidup individualistik, kebebasan dan keterbukaan. Antara sebabnya ialah kehidupan mereka banyak dicorakkan oleh teknologi berbanding dengan kemanusiaan. Mereka tidak merasa pengalaman berada di zaman yang kurang bergantung dengan teknologi yang menyebabkan emosi dan kognitif mereka tidak sama dengan Generasi Y, apatah lagi generasi sebelumnya. Menurut para pengkaji (Don Tapscott, 1999) pola pemikiran remaja lebih terbuka, transformatif dan inovatif berbanding dengan generasi sebelum mereka. Ini bermakna, lagi kehidupan bergantung banyak kepada teknologi, lagi gaya hidup dan pemikiran akan semakin berubah. Artikel ini akan membincangkan dapatan berkaitan pola penggunaan media sosial dalam kalangan remaja dan membincangkan gaya remaja dalam berinteraksi dengan maklumat di alam maya.

SOROTAN KAJIAN

Sejak tahun 2000, penggunaan media baharu semakin meningkat dari masa ke semasa melibatkan setiap lapisan masyarakat terutamanya golongan remaja. Mereka merupakan generasi Z yang hidup dan dibesarkan dalam jaringan dunia digital. Kebanyakan kajian menunjukkan Generasi Y dan Z aktif menggunakan media baharu (Rahilah Ahmad et al. 2018). Bagi remaja, penggunaan media baharu dianggap sebagai pelengkap kepada gaya hidup mereka kerana mereka dibesarkan dalam suasana teknologi yang berkembang yang menyebabkan dunia semakin kecil. Mereka merupakan generasi baharu

yang lebih suka hidup dalam jaringan dan media baharu merupakan sebahagian dari kehidupan mereka (Mohd Yuszaidy et al. 2017). Penggunaan media baharu telah membantu mereka untuk berhubung dengan rakan-rakan di samping menghantar gambar dan berkongsi cerita berkaitan kehidupan mereka. Malah, kebanyakan mereka juga memperuntukkan sejumlah masa harian di media untuk mengenali serta membentuk persahabatan bersama rakan-rakan maya (Siti Ezaleila 2016). Kehidupan mereka juga tidak dapat dipisahkan dengan hiburan menyebabkan mereka lebih berminat berinteraksi dengan dunia maya dan banyak menghabiskan masa sepanjang hari dengan media sosial untuk berbual-bual, berhibur, mencari maklumat semasa, bersosial dan lain-lain. Semua aktiviti hiburan ini mudah diperolehi menerusi media sosial khususnya Instagram dan Tiktok. Dengan kata lain, media sosial telah menjadi sebahagian dari kehidupan mereka.

Generasi Z merupakan golongan yang banyak menggunakan Internet untuk mencapai portal berita dengan lebih mudah dan pantas. Kajian Lee Kouk et al. (2016) terhadap mahasiswa di universiti menemui penggunaan terhadap portal berita online adalah kerap kerana mereka mempunyai kekangan masa untuk menonton siaran berita di televisyen. Mereka lebih suka mencari pautan berita yang menarik perhatian melalui YouTube atau membaca portal berita online berbanding saluran berita media tradisional. Kajian mendapati generasi Z menggunakan media baharu seperti Facebook, YouTube, Twitter, blog, WhatsApp, Telegram dan Instagram selama 11.6 jam sehari (Jamiah Manap et al. 2016). Terdapat satu kajian tentang perbezaan identiti 1000 remaja antara umur 13-21 tahun kesan dari ketagihan media sosial. Kajian yang dijalankan oleh Nor Fazilah & Hishamudin (2019) menemui responden lelaki mempunyai unsur kecindan, mesra, berdaya saing, keyakinan diri tinggi tetapi mempunyai sikap kurang matang. Manakala responden perempuan pula menunjukkan sikap ego, pemarah, gemar berangan-angan dan kurang matang.

Generasi muda juga lebih cenderung menggunakan media baharu untuk mendapatkan maklumat keagamaan berbentuk pendidikan seperti ceramah agama, ibadah, aurat, motivasi, sejarah Islam dan banyak lagi (Norizah Aripin et al. 2016). Penggunaan media agama dalam golongan ini dapat meningkatkan manfaat media baharu untuk kebaikan mereka sendiri. Pelajar yang mempunyai kesedaran akan kepentingan maklumat Islam akan terdorong untuk mencari maklumat tersebut melalui penggunaan media baharu. Ini bermaksud pendekatan dakwah yang digunakan kepada generasi muda menerusi media baharu telah memperlihatkan kesan dan pengaruh yang positif. Tahap yang tinggi terhadap penggunaan media akan memberi pengaruh yang tinggi terhadap penggunaanya bergantung kepada tujuan penggunaan sama ada untuk tujuan dari aspek interaksi sosial atau aspek agama.

Selain itu, kebanyakan generasi muda juga tertarik menggunakan media baharu untuk berhibur melalui carian berkaitan nasyid, mendapatkan jawapan mengenai ilmu Islam, mendengar penjelasan permasalahan berkaitan agama, (Mohd Faisal et al. 2015) menyampaikan dakwah dan perkongsian maklumat agama (Norizah et al. (2018). Tidak sekadar itu, dalam kajian Siti Rokiah dan Fadzli (2015) pelajar dalam kalangan generasi Y gemar mengakses ceramah berbentuk agama sebanyak 47% dalam proses mempelajari agama menggunakan pendekatan dalam talian. Kajian beliau juga bertepatan dengan Norizah et al. (2016) bahawa golongan pelajar menggunakan YouTube sebagai medium untuk mempelajari dan mendapatkan ilmu agama. Hal ini sekali gus menjelaskan bahawa generasi muda memanfaatkan penggunaan media baharu sebagai medium untuk mempelajari dan memahami permasalahan berkaitan agama. Dalam kalangan generasi Y, corak penggunaan terhadap Internet dan media baharu berbeza dengan generasi Z. Media baharu digunakan untuk mendapatkan ilmu agama dan memahami Islam. Pendedahan kepada Internet dan media dalam kalangan ahli akademik menunjukkan keperluan mereka terhadap maklumat Islam adalah tinggi (Abd Hadi & Zulkiple 2015). Laman

sesawang yang dibangunkan oleh pihak autoriti agama, telah memudahkan mereka untuk mendapatkan maklumat-maklumat berkaitan Islam dan memberi panduan dalam mengamalkan kehidupan beragama.

Ringkasnya, golongan muda meliputi belia dan remaja dalam kalangan generasi Y dan Z memang menjadikan media baharu sebagai sebahagian dari kehidupan mereka. Ia telah menjadi keperluan asas khususnya apabila masyarakat dilanda dengan musibah Covid19 yang menyebabkan tumpuan masyarakat dalam segenap segi beralih kepada maya.

METODOLOGI

Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan reka bentuk kajian tinjauan. Soal selidik telah dijadikan sebagai instrumen utama untuk pengumpulan data bagi. Pemilihan responden menggunakan pensampelan rawak mudah kepada kelompok remaja yang berusia 14 hingga 19 tahun. Seramai 1233 orang responden berjaya menjawab soal selidik dengan lengkap. Sampel terdiri dari murid sekolah menengah dan pelajar IPTA yang dibahagikan kepada 4 zon iaitu utara, selatan, tengah dan timur. Pembahagian zon seperti dalam Jadual 1 berikut:

Jadual 1: Pembahagian Zon Responden

Zon	Negeri
Utara	Pulau Pinang, Kedah Perlis dan Perak
Tengah	Selangor, Putrajaya dan Wilayah Persekutuan
Timur	Pahang, Terengganu dan Kelantan
Selatan	Melaka, Negeri Sembilan dan Johor.

Dari sudut pembahagian umur pula, responden dibahagikan mengikut dua kategori iaitu sekolah dan institusi pengajian tinggi. Taburannya seperti dalam Jadual 2 berikut.

Jadual 2: Pembahagian Zon Responden

Institusi	Jumlah
Sekolah Menengah Harian	9
Institut Pendidikan Guru	2
Kolej Matrikulasi	2
Kolej Komuniti	2
Politeknik	2

Kajian ini menggunakan 5 skala likert untuk menganalisis persetujuan dan kekerapan penggunaan responden. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif melalui peratusan, frekuensi, min dan sisihan piawai.

PENGUNAAN MEDIA SOSIAL

Media sosial dan remaja tidak dapat dipisahkan kerana ia telah menjadi sebagai sebahagian dari kehidupan mereka. Penggunaan media sosial golongan ini berbeza dengan generasi sebelum ini kerana mereka memang dilahirkan dalam suasana media yang telah pun berkembang pesat. Berikut adalah pola penggunaan yang diperoleh dalam kajian ini. Sebanyak lima pola yang dibincangkan seperti berikut.

Medium Akses Media Sosial

Hampir semua responden mempunyai akses kepada media sosial dengan menggunakan telefon bimbit sendiri iaitu seramai 1099 orang (89.1%). Manakala, responden yang menggunakan telefon bimbit Ibu bapa/kakak/ abang hanyalah 89 orang (6.9%). Dalam pada itu, terdapat sangat sedikit responden yang menggunakan laptop komputer di rumah 26 orang (2.1%), menggunakan laptop di rumah kawan/ jiran 1 orang (0.1%), dan akses media sosial menerusi Cybercafe 8 orang (0.6%). Ini bererti responden berkemampuan untuk memiliki telefon bimbit sendiri atau pun diberikan oleh ibu bapa/ penjaga. Ini dapat dilihat dalam Jadual 3.

Jadual 3: Taburan Akses Media Sosial

Akses	Kekerapan	%
Telefon bimbit sendiri	1099	89.1
Telefon bimbit Ibu bapa/kakak/ abang	89	6.9
Laptop /komputer	26	2.1
Cybercafe	8	0.6
Laptop di rumah kawan/ jiran	1	0.1

Kekerapan Aplikasi Media Sosial

Media sosial menjadi keperluan penting untuk berinteraksi dan saling berhubung dengan manusia. Kajian mendapati aplikasi media sosial yang paling kerap digunakan oleh responden ialah WhatsApp (95.8%) dan Instagram (85.7%). Kemudian Telegram (45.6%), Twitter (39.5%) dan Facebook (37.1%) manakala yang terakhir ialah Wechat (2.0%). Responden telah beralih kepada Instagram dan tidak ramai menggunakan Facebook biarpun ia merupakan aplikasi yang popular dalam kalangan Gen Y. Ini dapat dilihat dalam Jadual 4 di bawah:

Jadual 4: Taburan Aplikasi Yang Kerap Digunakan

Aplikasi	%
WhatsApp	95.8
Instagram	85.7
Telegram	45.6
Twitter	39.5
Facebook	37.1
Wechat	2.0

Jadual 4 menunjukkan penggunaan WhatsApp oleh remaja dalam sehari adalah lebih lama berbanding media baharu yang lain. Dapatan ini bertepatan dengan kajian Hafiza Abas et al. (2017) yang mendapati bahawa WhatsApp merupakan media baharu yang paling popular dalam kalangan generasi Z. Mereka sangat bergantung kepada WhatsApp untuk mendapatkan dan memindahkan maklumat dengan rakan-rakan berkaitan dengan perbincangan dan tugas akademik. Instagram pula merupakan aplikasi yang kedua popular selepas WhatsApp. Pengguna Instagram dalam kalangan generasi muda di Malaysia semakin meningkat pada tahun 2018. Yi Ting & Fang Su (2018) menyatakan lebih daripada 70% pengguna Instagram berumur antara 12 dan 24 tahun. Penggunaan Instagram sangat popular dalam kalangan generasi

yang berada tahap umur ini. Mereka merupakan generasi *digital native* sangat gemar menggunakan media sosial seperti Instagram.

Purata Penggunaan Media Sosial dalam Jam Sehari

Keseluruhan responden dikategorikan sebagai pengguna media sosial yang aktif. Kebanyakan responden menghabiskan penggunaan media sosial sekitar 3-5 jam dan 6-8 jam dalam sehari iaitu 379 orang (30.7%) dan 368 orang (29.8%). Ini dapat dilihat dalam Jadual 5.

Jadual 5: Taburan Kekerapan Penggunaan Media Sosial Sehari

Masa	Kekerapan	%
Kurang 3 jam	304	24.7
3-5 jam	379	30.7
6-8 jam	368	29.8
Antara 9-11 jam	95	7.7
12 Jam dan ke atas	87	7.1

Kajian ini mendapati penggunaan melebihi 6 jam ke atas sebanyak 44.6 peratus. Kajian pada tahun 2014 menemui 20 peratus daripada pengguna media sosial yang berumur muda antara 18-25 tahun menghabiskan masa mengguna media sosial selama 19 jam setiap minggu atau 2.7 jam sehari (Shin & Nurzali Ismail 2014). Kajian Rahilah et al. (2018) di tiga buah universiti di Lembah Klang mendapati sebilangan besar pelajar universiti memiliki tiga akaun media sosial dan menghabiskan masa antara tiga hingga lima jam (37.1%) di media sosial setiap hari. Jika dibandingkan jumlah masa penggunaan antara tahun 2020 dengan 2018 dan 2014, didapati wujud peningkatan pada setiap tahun. Dengan ini diperhatikan unjuran yang meningkat kepada penggunaan media sosial dan ia unjuran ini akan semakin meningkat lagi khususnya pada musim Covid19. Ini bererti bahawa media

sosial telah menjadi sebahagian dari kehidupan mereka dan gadget sentiasa berada di tangan mereka.

Pelajar universiti di Malaysia merupakan sebagai pengguna media baharu yang tinggi kerana menghabiskan purata 3 hingga 4 jam setiap hari dan mempunyai lebih daripada 3 akaun media baharu (Rahilah et al. 2018). Mereka menggunakan media baharu untuk mendapatkan maklumat, komunikasi atas talian dan mengekalkan hubungan. Seseengah kajian yang lain mendapati mereka menggunakan media baharu sebagai platform untuk memenuhi keperluan maklumat akademik dan kehidupan seharian mereka. Namun, mereka aktif menggunakan Internet bukan sahaja untuk melaksanakan tugas akademik tetapi juga untuk bersosial (Siti Zuraida et al. 2015).

Tujuan Penggunaan Media Sosial

Pada asasnya, tujuan media sosial ialah untuk memudahkan perhubungan dan komunikasi. Kajian menemui dapatan skor min yang sangat tinggi menggunakan media sosial ialah untuk berhubung sama ada dengan rakan atau ahli keluarga. Seterusnya, dapatan skor min yang tinggi kepada tujuan hiburan iaitu menonton filem dan mendengar muzik kerana keinginan manusia kepada hiburan adalah tinggi terutamanya dalam kalangan remaja. Kemudian, barulah tujuan yang berkaitan dengan maklumat sama ada mencari, mengambil tahu isu semasa. Untuk online game dan membeli dalam talian, mengintai dan mencari kenalan baharu dapatannya masih berada pada tahap agak sederhana. Ini dapat dilihat dalam Jadual 6.

Jadual 6: Tujuan Penggunaan Media Sosial

Bil	Perkara	%
1.	Berhubung dengan rakan	95.7
2.	Berhubung dengan ahli keluarga	94.2
3.	Menonton filem (<i>movie</i>)/mendengar muzik	91.1
4.	Mencari maklumat	90.5
5.	Berkongsi (<i>share</i>) ilmu/maklumat	79.9
6.	Mengambil tahu isu semasa	78
7.	<i>Update status</i>	71.5
8.	Membeli dalam talian (<i>Shopping online</i>)	54.3
9.	Bermain <i>online game</i> (cth: PuBG / Mobile Legend)	53
10.	Mengintai maya (<i>Stalker</i>)	50.7
11.	Mencari kenalan baharu	48.7

Jadual 6 menunjukkan tiga tujuan penggunaan media sosial yang terpenting iaitu berhubung, berhibur dan berinteraksi dengan maklumat. Dapatan ini sejajar dengan Laporan Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (2018), yang menjelaskan bahawa aktiviti *online* tertinggi yang digunakan oleh pengguna iaitu komunikasi melalui mesej (96.5%), akses kepada media sosial (85.6 %), dan mendapatkan maklumat (85.5%), menonton dan memuat turun video (77.6%). Kebanyakan kajian menunjukkan aktiviti pengguna media sosial seperti mencari maklumat (Mohd Sobhi et al. 2016), keperluan mendapatkan maklumat (Shahrul Nizam et al. 2019), mendapatkan maklumat keagamaan (Norizah Aripin et al. 2016) dan pembelian dan perniagaan atas talian (Normah et al. 2013; Faradillah 2017). Media sosial telah berkembang dengan pelbagai platform untuk menghubungkan komunikasi manusia sama ada melalui teks mesej atau secara visual. Kajian Jamiah Manap et al. (2016) menunjukkan Generasi Z menggunakan media sosial secara aktif dan memberi banyak manfaat iaitu:

- i. Berhubung secara langsung dan kerap dengan ahli keluarga.
- ii. Berhubung dengan rakan-rakan.

- iii. Mengetahui dan memantau perkembangan ahli keluarga.
- iv. Mengetahui perkembangan semasa.
- v. Membina dan mengukuhkan jaringan.
- vi. Mempelajari perkara baru.
- vii. Mendokumentasi pemikiran bakat dan minat
- viii. Menjimatkan kos
- ix. Menambah pendapatan melalui perniagaan.

Bagi remaja, menggunakan rangkaian media sosial sebagai salah satu aktiviti kegemaran mereka kerana media sosial menyediakan pelbagai aktiviti berunsurkan hiburan yang memenuhi cita rasa mereka. Selain daripada komunikasi secara berdepan, media sosial juga merupakan medium paling penting untuk mereka mengekspresikan diri, membangunkan identiti diri, bersosial, dan berhubung (Eleuteri et al., 2017). Medium ini juga membantu mereka untuk mewujudkan persahabatan, berhubung dengan rakan pada bila-bila masa, berkongsi pengalaman, bercakap tentang diri dan perasaan mereka, dan berkomunikasi dengan orang lain secara teratur (Sinha et al., 2016). Di samping mengikuti perkembangan semasa secara global, pelajar juga banyak menghabiskan masa menggunakan media sosial dengan tujuan mendapatkan maklumat, mengekalkan hubungan, pembelajaran akademik, dan sumber hiburan (Moghavvemi et al. 2017)

Penggunaan YouTube

YouTube merupakan medium yang popular untuk mendapatkan maklumat dalam format video. Dapatan kajian ini menemui bahawa responden menggunakan YouTube untuk menonton video klip lagu (90.4%), menonton drama/filem (83.7%), menonton video pendek (85%), mendapatkan maklumat berkaitan pelajaran (76.3%), download video (62.3%), mendapatkan penjelasan

agama (82.4 %), dan mendapatkan hiburan berunsur agama (78.8%). Ini dapat dilihat dalam Jadual 7.

Jadual 7: Penggunaan YouTube

Bil	Penggunaan Youtube	%
1.	Menonton videoklip lagu	90.4
2.	Menonton video pendek	85
3.	Menonton drama/filem	83.7
4.	Mendapatkan penjelasan isu keagamaan	82.4
5.	Mendapatkan hiburan agama	78.8
6.	Tugasan / assignment	76.3
7.	Download video	62.3

Interaksi dengan maklumat

Terdapat banyak maklumat di alam maya sehingga ke tahap banjir kerana masing-masing boleh menyediakan maklumat dan menyebarkannya secara sukarela. Malahan, masing-masing mahu untuk menjadi orang yang paling cepat menyebarkan maklumat sehingga menimbulkan kekeliruan dan fitnah. Berikut adalah perbincangan tentang jenis maklumat yang dicapai dan pola berinteraksi dengan maklumat di media sosial.

i. Jenis Maklumat Yang Dicapai

Media sosial bukan sahaja mengubah cara remaja berkomunikasi bahkan juga mengubah jenis dan jumlah maklumat yang boleh dicapai. Kajian ini menemui bahawa maklumat yang kerap dicapai oleh responden ialah maklumat berkaitan kerja sekolah/ *assignment* (90.4%), maklumat agama (86.5%), lawak jenaka (81.8%), makanan (80.4%), berita dan isu semasa (74.8%), gaya hidup terkini (68.5%). Maklumat yang dikategorikan sebagai kurang dicapai ialah berita dan perkembangan sukan (59.9%), gosip dan

perkembangan artis/selebriti (51.5%), komik (47.9%), berita/ perkembangan politik (43.7%). Perincian seperti dalam Jadual 8.

Jadual 8: Jenis Maklumat Yang Dicapai

Bil	Jenis Maklumat	%
1.	Kerja sekolah/ <i>assignment</i>	90.4
2.	Maklumat Agama (cth: tazkirah, hukum)	86.5
3.	Lawak jenaka	81.8
4.	Makanan	80.4
5.	Berita terkini dan isu semasa	74.8
6.	Gaya hidup terkini (<i>trendy</i>)	68.5
7.	Berita dan perkembangan sukan	59.9
8.	Gossip dan perkembangan selebriti/artis (hiburan)	51.5
9.	Komik	47.9
10.	Berita dan perkembangan politik	43.7

Jadual 8 mendapati bahawa maklumat yang berkaitan dengan tugas sebagai pelajar ialah maklumat yang paling banyak dicapai kerana pengaruh persekitaran sosial di mana mereka berada. Seterusnya ialah maklumat yang berkaitan dengan agama dan gaya hidup terkini. Media sosial telah mewujudkan persekitaran hidup berdasarkan *trending* dan mengutamakan keperluan materialistik. Ia telah mendorong remaja bersikap obses terhadap gaya hidup baharu yang lebih moden dan *trendy* khususnya segala yang berbentuk teknologi dan gadget. Sikap suka mengikut trend yang bertujuan mengutamakan kepuasan diri diadaptasikan dalam pelbagai bentuk seperti pakaian, gambar, makanan, citarasa, sukan, teknologi dan gadget. Keseronokan mengikut *trend* juga mendorong perasaan ingin tahu berkaitan makanan dan mereka akan mencari maklumat berkaitan makanan menerusi visual yang dimuatnaik oleh pengguna lain di Instagram (Khalidi et al. 2018). Maklumat yang bersifat berita semasa khususnya yang berkaitan dengan perkembangan politik tidak mendapat tempat. Berita yang berkaitan dengan

sukan mendapat kurang capaian kerana sukan merupakan perkara yang diminati oleh remaja lelaki berbanding perempuan, manakala gosip dan selebriti diminati oleh remaja perempuan.

ii. Pola berinteraksi dengan maklumat di media sosial

Secara umumnya, kajian mendapati pola interaksi remaja dengan maklumat berada pada tahap yang baik. Mereka bukan sahaja menjadikan media baharu sebagai tempat komunikasi tetapi juga sebagai tempat untuk berinteraksi dengan maklumat di alam maya. Ini berdasarkan kepada dapatan min yang sederhana 3.54 seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 9.

Jadual 9: Pola Interaksi dengan maklumat di media sosial

No	Perkara	Kekerapan / Peratus (%)					Min	SP	Inter. Min
		(STS)	(TS)	(KS)	(S)	(SS)			
1.	Saya menggunakan Google untuk membuat carian maklumat yang diperlukan.	42 (3.4)	0	175 (14.2)	425 (34.5)	591 (47.9)	4.23	.93	Tinggi
2.	Saya menggunakan group WhatsApp untuk berkomunikasi dengan ahli keluarga.	59 (4.8)	0	190 (15.4)	358 (29.0)	621 6 (50.8)	4.21	1.02	Sangat
3.	Saya kerap bertanya dalam group WhatsApp apabila memerlukan sesuatu maklumat.	41 (3.3)	0	250 (20.3)	542 (44.0)	400 (32.4)	4.02	.90	Tinggi
4.	Saya menyebarkan maklumat berkaitan agama.	86 (7.0)	117 (9.5)	372 (30.2)	488 (39.6)	170 (13.8)	3.43	1.06	Tinggi

5.	Saya <i>follow</i> Instagram seseorang untuk mendapatkan maklumat isu semasa.	158 (12.8)	0	504 (40.9)	359 (29.1)	212 (17.2)	3.37	1.16	Sederhana
6.	Saya meluangkan masa membaca maklumat yang disebar di media sosial.	78 (6.3)	0	682 (55.3)	347 (28.1)	126 (10.2)	3.35	.90	Sederhana
7.	Saya menyertai lebih 10 group WhatsApp untuk mengetahui perkembangan terkini.	220 (17.8)	0	622 (50.4)	242 (19.6)	149 (12.1)	3.08	1.17	Sederhana
8.	Saya akses laman sosial seperti Siakapeli untuk mendapat maklumat yang trending dan mengujakan.	294 (23.8)	0	598 (48.5)	220 (17.8)	121 (9.8)	2.89	1.23	Sederhana
9.	Saya suka menyebarkan berita dan maklumat yang diterima.	371 (30.1)	369 (29.9)	346 (28.1)	107 (8.7)	40 (3.2)	2.25	1.07	Rendah
Min Keseluruhan = 3.43									

Jadual 9 menunjukkan kecenderungan dalam kalangan remaja menjadikan media sosial khususnya *Group Whatassp* untuk bertanya tentang sesuatu perkara. Ia merupakan jalan mudah untuk mendapat jawapan tentang sesuatu persoalan tanpa perlu menebal muka bertanya kepada orang secara *offline*. Ini sesuai dengan dapatan kajian yang mendapati min yang sangat tinggi (4.02) bagi item “bertanya dalam group WhatsApp apabila memerlukan sesuatu maklumat”. Mereka juga menjadikan enjin carian sebagai tempat bertanya kepada sebarang persoalan dan item ini mendapat min yang sangat tinggi (4.24). Ini bermakna, remaja menjadikan rakan maya dan enjin carian sebagai tempat pergantungan maklumat dan secara tidak langsung alam maya telah menjadi sebahagian dari kehidupan mereka.

Statistik yang dilaporkan oleh SKMM (2018) menunjukkan platform media sosial yang tertinggi dalam kalangan pengguna di Malaysia iaitu YouTube, Facebook, WhatsApp dan Instagram. Berdasarkan laporan tersebut, terdapat 85.5 peratus merupakan pengguna yang menggunakan dengan tujuan untuk mendapatkan maklumat. Menurut Sharul Azim et al. (2020), masyarakat hari ini terdedah dengan pelbagai kaedah dan sumber untuk mendapatkan maklumat kerana pergantungan dengan media sosial yang digunakan terutamanya Facebook, Instagram dan Twitter (SKMM 2018). Kajian menunjukkan kebanyakan remaja menggunakan lebih daripada dua platform media dan mereka menghabiskan masa setiap hari dengan pelbagai aktiviti sosial (L.J, Orchard et al. 2014). Ini menjadikan media sosial bukan sekadar untuk berhubung tetapi maklumat disampaikan dicelah-celah mereka berhubung antara satu sama lain. Malahan, kalau ada sesuatu maklumat yang ingin dicari, carian dari media sosial lebih tepat dan mudah dari enjin carian biasa kerana fitur media sosial yang mesra pengguna. (rujukan).

Jadual 9 juga menunjukkan responden lebih cenderung menggunakan WhatsApp untuk berkomunikasi dengan ahli keluarga berdasarkan nilai min yang diperoleh adalah tinggi (4.21). Pada asasnya media baharu dan media sosial khususnya merupakan tempat untuk berkomunikasi lebih dari tempat untuk mendapatkan maklumat. Hal ini sejajar dengan dapatan kajian ini yang menemui dapatan min yang sederhana dalam empat item soal selidik yang berkaitan dengan akses kepada maklumat di media sosial. Item “akses kepada laman sosial seperti Siakapkeli” mendapat min 2.89, “berada dalam 10 group WhatsApp untuk mengetahui perkembangan terkini” mendapat min 3.08, “meluangkan masa membaca maklumat di media sosial” mendapat min 3.35, dan “follow Instagram seseorang untuk mendapatkan maklumat isu semasa” mendapat min 3.37. Dapatan sederhana yang diperoleh dalam 4 item soal selidik ini mempunyai kaitan dengan kecenderungan remaja yang pada usia ini lebih kepada bermain gadget dan hiburan berbanding kepada maklumat (Mohd

Yuszaidy et al. 2017; Lee Kouk et al. 2016). Selain itu, dalam suasana maklumat yang cukup banyak yang dikenali sebagai *information overload* (Bright, Kleiser & Grau 2015), mereka tidak sempat untuk mengikuti semua maklumat. Mereka menumpukan kepada maklumat yang mereka perlu dan maklumat yang mempunyai nilai hiburan.

PENUTUP

Media baharu telah menjadi katalis kepada perubahan sosial masyarakat kerana ia mengubah gaya hidup hampir dalam semua perkara. Remaja merupakan kelompok yang paling banyak terkesan dengan media sosial kerana ia telah menjadi sebahagian dari kehidupan mereka. Dari masa ke semasa, penggunaan ini semakin meningkat khususnya pada musim pandemik Covid19 apabila masyarakat memang digesa untuk menggunakan media sosial dengan aktif. Penggunaan media sosial tertumpu kepada fungsinya yang utama iaitu untuk tujuan berhubung, seterusnya untuk berhibur dan kemudiannya untuk tujuan-tujuan yang lain. Tahap penggunaan yang semakin meningkat ini perlu kepada bimbingan dan pengarahannya supaya ia tidak membawa kepada kesan-kesan sampingan secara bawah sedar yang boleh menimpa mereka. Sekiranya tidak dikawal, ia boleh membawa kepada kesan yang tidak baik kepada masyarakat dalam jangka masa yang panjang.

Artikel ini adalah hasil dari geran penyelidikan JAKIM yang didaftarkan di bawah kod UKM PP-2019-014.

RUJUKAN

- Abd Hadi Borhan & Zullkipple Abd Ghani. 2015. Pola pendedahan Internet dan impaknya terhadap kefahaman Islam di kalangan ahli akademik UKM dan USIM. *Jurnal Komunikasi* 31(2): 405-421.
- Bright, L. F., Kleiser, S. B., & Grau, S. L. 2015. Too much Facebook? An exploratory examination of social media fatigue. *Computers in Human Behavior*, 44:148-155.
- Eleuteri, S., Saladino, V., & Verrastro, V. 2017. Identity, relationships, sexuality, and risky behavior of adolescents in the context of social media. *Sexual and Relationship Therapy* 32(3-4): 354-365.
- Faradillah Iqmar Omar, Samsudin A. Rahim & Nur Ajeerah Othman. 2017. Penggunaan Internet dalam kalangan usahawan wanita; akses, kemahiran dan motivasi. *Jurnal Komunikasi* 33(3): 21-36.
- Hafiza Abas, Rahmah Lob Yussof, Zulkifli Tukiman, Aminudin Hehsan, Badlihisham Mohd Nasir & Roslinda Ramli. 2017. APPS : Platform dakwah untuk generasi Y dan Z. Dlm Hasanah Abd.Khafidz, Zainab Ismail & Zulkefli Aini (pnyt). *Prosiding Seminar Antarabangsa Dakwah Ke-3 : Dakwah Dalam Dunia Terhubung* (pnýt). hlm. 58-67. Jabatan Pengajian Dakwah dan Kepimpinan, Fakulti Pengajian Islam. UKM.
- Jamiah Manap, Mohd Rezal Hamzah, Aizan Sofia Amin, Nurul Nabila Mohd Izani, Fazilah Idris, Salasiah Hanin Hamjah, Noordeyana Tambi, Arena Che Kasim, Norul Huda Sarnon, Salina Nen & Nor Jana Saim. 2016. Penggunaan dan implikasi media sosial terhadap remaja generasi Z. *International Conference on Social and Economic Development*, hlm. 1-7.
- Lee Kouk Tiung, Aisah Meri & Liana Mat Nayan. 2016. Kegunaan dan kepuasan portal berita dalam kalangan belia Malaysia. *Jurnal Komunikasi* 32(3): 790-816.
- Moghavvemi, S., Sulaiman, A. B., Jaafar, N. I. B., & Kasem, N. 2017. Facebook and YouTube addiction: the usage pattern of Malaysian students. *In 2017 International Conference on Research and Innovation in Information systems (ICRIIS)* (pp. 1-6). IEEE.
- Mohd Faisal Mustaffa, Mohd Sobhi Ishak & Norizah Aripin. 2015. Ekspresi Pemikiran Generasi Muda Islam terhadap maklumat berkaitan agama melalui pencarian di Youtube. Dlm Yusmini Md Yusoff et.al (pnýt.). *Isu-isu*

Semasa Media dan Dakwah. hlm. 35-42. Universiti Malaya: Akademi Pengajian Islam.

Mohd Sobhi Ishak, Awan Ismail, Bakri Mat, Azahar Kassim, Shariffah Mamat & Norati'qah Talib. 2016. Pengaruh televisyen dan media sosial terhadap golongan belia di Malaysia. *Prosiding Seminar Penyelidikan IYRES 2016*: 125-138.

Mohd Yuszaidy Mohd Yusoff, Muammar Ghaddafi Hanafiah, Yusmilayati Yunos & Norizam Jamian. 2017. Generasi Z dan warisan budaya. *Kertas Kerja SEBAHTERA 2017 Seminar Bahasa, Sastera dan Budaya Melayu. Akademi Pengajian Melayu Uiversiti Malaya*. Kuala Lumpur 27 September.

Nor Fazilah Noor Din, Hishamudin Isam. 2019. Penyerlahan Identiti Remaja Kesan Ketagihan Skrin Di Media Sosial. *Jurnal Psikologi Malaysia*, 33(1), 70-88.

Normah Mustaffa, Maizatul Haizan Mahbob, Wan Amizah Wan Mahmud, Fauziah Ahmad & Helmi Abd. Rahim. 2013. Kebergantungan Internet dan aktiviti *online* remaja di Lembah Klang. *Jurnal Komunikasi* 29(1): 199-212.

Nur Leila Khalidi, Sheila Yvonne Jayasainan & Nurzihan Hassim. 2018. Social media influencers- shaping consumptions culture among Malaysian youth. *SHS Web of Conferences* 53(02008) ICHSS 2018.

Orchard, L. J., Fullwood, C., Galbraith, N. & Morris, N. 2014. Individual differences as predictors of social networking. *Journal of Computer Mediated Communication*, 19(3): 1-15.

Norizah Aripin, Awan Ismail, Mohd Sobhi Ishak, Nik Adzrieman Abdul Rahman, Mohd Nizho Abdul Rahman, Mot Madon & Mohd Faisal Mustaffa. 2016. Youtube dan generasi muda Islam: satu pendekatan kelompok fokus dalam kalangan pelajar universiti. *Jurnal Komunikasi* 32(1): 165-188.

Norizah Aripin, Mohd Sobhi Ishak, Awan Ismail, Nik Adzrieman Abdul Rahman & Mohd Nizho Abdul Rahman. 2018. Penerimaan Dan Penggunaan Youtube Sebagai Sumber Maklumat Agama: Satu Perspektif Dari Segi Jantina. 15(Oct); 47-63.

Rahilah Ahmad, Nor Azlili Hassan, Jaslina Mohd Tajuddin & Yollanda Tan Wimpi. 2018. A study on social media usage among Private University students in Klang Valley. *Jurnal Sultan Alauddin Sulaiman Shah* 5(2): 257-268.

- Shahrul Nazmi Sannusi, Fauziah Ibrahim, Azianura Hani Shaari & Nasrudin Subhi. 2019. Penggunaan media sosial dalam kalangan remaja B40 di sekitar Lembah Klang. *Jurnal Komunikasi*, 35(4): 101-118.
- Sinha, M. A., Yadav, M. R. K., & Kanodia, M. R. 2016. Social media: positive vs negative effect on young generation. *International Journal of Science Technology and Management* 5(1): 484-491.
- Siti Ezaleila Mustafa. 2016. Penggunaan laman sosial dan impaknya terhadap hubungan persahabatan dalam talian. *Jurnal Komunikasi* 32(2): 65-81.
- Siti Rokiah Abdul Rahman & Fadzli Adam. 2015. Penggunaan YouTube sebagai medium pembelajaran agama dalam kalangan generasi Y di Terangganu, Malaysia. *E-Proceeding of the International Conference on Social Science Research, ICSSR 2015, 8 & 9 June 2015*, Meliá Hotel Kuala Lumpur, Malaysia.
- Siti Zuraida Abdul Manaf, Rosseni Din, Analisa Hamdan, Nor Syazwani Mat Salleh, Intan Farhana Kamsin & J. Abdul Aziz. 2015. Penggunaan Komputer dan Internet Web 2.0 dalam Kalangan Generasi Y Pelajar Universiti. *Journal of Advanced Research Design*. 1: 10-18.
- SuruhanJaya Komunikasi Malaysia. 2018. Kadar tembus Internet di Malaysia. Kuala Lumpur.
- Tapscott, D. 1999. *Grown Up Digital: The Rise of the Net Generation*. McGraw-Hill: University of Michigan.
- Yi-Ting Huang & Sheng Fang Su. 2018. Motives for Instagram use and topics if Internet among young adults. *Journal Future Internet*.10 (77): 1-12.

**'DAKWAH DIGITAL' : GERAKAN
SINEMA ISLAM MELALUI
DIALOG DAN
SINEMATOGRAFI FILEM
SYUKUR 21 (2000)**

**Al Amin Bin Albar
Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah (IPDAS)**

‘DAKWAH DIGITAL’: GERAKAN SINEMA ISLAM MELALUI DIALOG DAN SINEMATOGRAFI FILEM SYUKUR 21 (2000)

Al Amin Bin Albar
Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah (IPDAS)
alamin_albar@islam.gov.my

ABSTRAK

Filem Islam adalah salah satu tema filem yang sering menjadi pilihan terkini dan ianya sudah dipelbagaikan dengan perbincangan termasuklah dari aspek *genre* lain seperti seram, komedi, dan *fiction*. Kajian ini adalah ingin menghuraikan bagaimana filem melahirkan makna Islam melalui simbol-simbol dengan melihat dalam filem dan seterusnya bagaimana ianya boleh dilihat sebagai potensi dikelaskan sama ada filem Islam ataupun filem yang berunsurkan Islam (Naim Ahmad, 2010). Kajian ini adalah satu pembuktian bagaimana filem itu diklasifikasikan sebagai ‘sinema Islam’ dan menambahkan lagi kajian berkenaan dakwah digital di dalam ilmu perfileman kini. Analisis berkenaan dengan simbol dan makna nilai Islam akan dilakukan berdasarkan filem yang dipilih oleh penulis iaitu filem *Syukur 21* (2000) mengambil pendekatan teori filem sebagai Ar-Risalah Abu Hasan (2006) dan mengambil sudut perbincangan melalui kaedah digital dan sinematografi Berman R, A (1988). Pembaca akan dapat mengetahui bagaimana simbol-simbol yang diterjemahkan melalui kaedah tersebut menzahirkan makna yang membawa kepada hasil perbincangan iaitu ‘sinema Islam’.

KATA KUNCI: Filem Islam, Unsur Islam, *Syukur 21*, Simbol Agama, *Ar-Risalah*.

‘SINEMA ISLAM’ DAN KONTEKS PERBINCANGANNYA’

PENDAHULUAN

Kepesatan pembangunan institusi keagamaan pada masa kini mempengaruhi perkembangan industri perfileman di Malaysia dan Indonesia dari aspek penghasilan filem. Norman Yusoff (2017), menghujahkan bahawa ‘sinema Islam’ adalah struktur filem yang baharu dengan menggabungkan antara pengaruh agama Islam dengan struktur filem yang mana struktur filem termasuklah naratif dan penceritaan filem yang merepresentasikan nilai-nilai Islam.

Penulis sangat tertarik dengan ‘sinema Islam’ kerana ianya masih banyak lagi boleh dihuraikan di dalam pelbagai sudut. Penulis akan mengkaji simbol dan makna nilai Islam di dalam filem tersebut dengan mengambil penyusunan visual dan dialog yang ‘berbau’ agama sebagai medium utama untuk melihat simbol-simbol yang melahirkan makna nilai Islam di dalam filem. Ianya termasuklah penyusunan *frame*, shot serta warna dan pencahayaan di dalam filem yang dikaji termasuklah dialog dalam filem tersebut dan juga melihat kepada keberkesanan dialog yang memiliki ‘isi tersirat’.

‘Sinema Islam’ boleh membawa pelbagai sudut yang masih boleh dibincangkan seperti penstrukturan filem dan pembikinan filem serta naratif di dalam cerita. ‘Sinema Islam’ bukan sahaja terdapat pada dunia perfileman ianya juga terdapat di seluruh sudut dunia digital. Namun, ianya banyak mempengaruhi bidang-bidang yang berkaitan dengan penceritaan sesebuah kisah seperti teater, penulisan buku cerita rancangan televisyen dan filem itu sendiri. Penulis mendapati bahawa pengaruh Islam di dalam perkembangan dunia perfileman telah banyak memberikan corak baharu dalam dunia digital.

Norman Yusoff juga berpendapat bahawa Islam telah menjadi faktor kewujudan 'filem Islam' di dalam dunia digital khususnya dalam industri perfileman sama ada untuk tujuan perniagaan mahupun tujuan 'dakwah' seperti yang diperkatakan oleh beliau di dalam penulisannya iaitu *Islamic Cinema – Generic Label or Spritual Entity?* (2017), beliau mengatakan 'sinema Islam' membawa satu corak filem yang baharu iaitu corak 'Islam' dan ianya bukan sahaja terhasil daripada populariti agama Islam itu sendiri. Penulis mendapati bahawa visual dan dialog di dalam filem kini sudah mula dipengaruhi oleh pelbagai ideologi sama ada keagamaan mahupun politik.

Selain itu, Norman Yusoff juga memberi pendapat bahawa 'sinema Islam' adalah sebuah perbincangan yang sangat luas dan meliputi banyak perkara dan melalui penulisan tersebut beliau hanya menyentuh 'corak' ataupun *genre* Islam itu sendiri dengan membuktikan melalui beberapa filem yang membawa mesej Islam didalamnya. Penulis mendapati bahawa apa yang cuba disampaikan melalui penulisan tersebut, beliau cuba untuk memberikan cadangan bagi pengkaji lain untuk menghuraikan fenomena dakwah secara digital atau lebih sesuai dipanggil sebagai 'sinema Islam' melalui sudut yang lain seperti struktur teknikal filem dan juga struktur naratif filem yang memiliki nilai-nilai Islam.

PERNYATAAN MASALAH

'Sinema Islam' adalah sebuah representasi baharu di dalam dunia perfileman dan ianya mendapat banyak sambutan kerana melihat kepada perkembangan penerimaan Islam dalam masyarakat perfileman masa kini sangat pesat membangun. Budaya masyarakat yang terkait dengan agama Islam membuatkan pasaran kepada filem-filem yang menonjolkan kemurniaan agama Islam itu lebih mendapat sambutan berbanding yang lain. Norman Yusoff

(2017), mengatakan di dalam tulisannya keadaan sosial dan budaya di sesuatu negara akan mempengaruhi pemilihan *genre* filem terhadap penonton.

Melalui penulisan beliau di dalam buku berkenaan, beliau banyak mengetengahkan 'sinema Islam' dengan memandang ke arah *genre* Islam. Penulis mendapati bahawa Norman Yusoff telah menghuraikan bagaimana 'Islam' masuk ke dalam dunia sinema dengan memfokuskan kepada kewujudan *genre* Islam itu sendiri. Beliau meletakkan Islam sebagai satu *genre* baharu dan ianya memfokuskan kepada nilai-nilai di dalam konteks Islam sebagai contoh dakwah dan pengaruh budaya setempat yang membuatkan *genre* Islam menjadi pilihan.

Terdapat juga kajian lain yang membincangkan mengenai 'sinema Islam' iaitu daripada Alicia Izharudin (2017), yang banyak menceritakan bagaimana mesej Islam itu disampaikan melalui perkembangan watak perwatakan di dalam filem. Di dalam penulisan tersebut, beliau mengambil *genre* melodrama sebagai medium untuk melihat perkembangan penyampaian nilai Islam melalui lakonan dan berfokuskan kepada perwatakan pelakon wanita.

Di dalam kajian beliau, penulis mendapati bahawa beliau banyak membincangkan berkenaan dengan watak-watak perempuan yang terikat dengan kemodenan barat dan agama Islam. Beliau mengambil contoh dari filem-filem yang mengutarakan wanita sebagai watak utama iaitu *Emak Indin Naik Haji* (2009) dan *Ummi Aminah* (2011) yang diarahkan oleh Aditya Gumay.

Seterusnya, terdapat juga kajian yang lain berkenaan dengan 'sinema Islam' iaitu Ngo Sheau Shi dan Harith Baharudin (2014), yang berfokuskan kepada corak dan nilai-nilai Islam di dalam filem *Muallaf* (2008) arahan Yasmin Ahmad melalui elemen penataan cahaya dan pemilihan warna di dalam

sesebuah babak untuk proses mengenal pasti makna-makna yang tersirat di dalam filem arahan Yasmin Ahmad.

Oleh itu, penulis mendapati bahawa 'sinema Islam' juga boleh dihuraikan melalui beberapa sudut pandangan yang lain sebagai contoh daripada sudut pergerakan sinematografi di dalam filem. Hal ini kerana ini kerana salah seorang pembikin filem iaitu Majid Majidi telah dinobatkan sebagai seorang *Auteur* kerana telah berjaya mencipta satu landskap baru di dalam dunia perfileman yang mana beliau telah memasukkan elemen keagamaan di dalam filem beliau iaitu Islam sebagai latar kepada keseluruhan *setup* cerita.

Namun, bagaimana beliau dinilai masih menjadi persoalan kerana kajian lalu yang membincangkan 'sinema Islam' masih tidak menghuraikan secara jelas mengenai kaedah penilaiannya. Hal ini memberikan penulis idea untuk menganalisis dan seterusnya menghuraikan bagaimana penilaian terhadap Majid Majidi yang menjadi salah seorang yang berjaya tercalon di dalam *Academy Award for Best International Feature Film* berkenaan dengan 'landskap Islam' berfokuskan dengan filem dari Malaysia sendiri iaitu filem *Syukur 21* (2000).

Sepertimana yang dikatakan oleh Ruth A. Berman (1988), bahawa kaedah melihat simbol di dalam sesebuah pemaparan seperti imej, pencahayaan, dan penggunaan warna dan dialog di dalam filem boleh menimbulkan kesan emosi kepada penonton apabila menonton sesebuah filem. Selain itu, kesesuaian penggunaan gaya visual dalam penyampaian struktur naratif di dalam filem juga merupakan teknik-teknik untuk mengenal pasti simbol di dalam filem.

Di Malaysia masih kurang pembikin filem yang tahu bagaimana untuk menerapkan maksud tersirat di dalam filem mereka. Menurut Florida Jangan (2007), filem di negara ini masih lagi kurang dari segi penghayatan sinematik

ataupun sinematografi dan menyebabkan ianya masih mentah di dalam penerapan simbol atau perlambangan berbanding di negara luar. Penulisan tersebut menjadi hujahan bagi penulis untuk mengkaji 'sinema Islam' melalui teknik sinematografi yang terdapat di dalam filem yang difokuskan bagi menghuraikan simbol dan makna nilai Islam di dalam 'sinema Islam' dengan lebih jelas.

OBJEKTIF KAJIAN

Objektif kajian ini adalah untuk;

- i. Mengenal pasti konteks perbincangan 'sinema Islam' di dalam dunia sinema.
- ii. Menganalisis maksud tersirat simbol yang menunjukkan nilai-nilai Islam yang berada di dalam 'filem Islam'.
- iii. Menambah perbincangan mengenai simbol 'Islam' di dalam filem *Syukur 21* (2000).

PERSOALAN KAJIAN

Persoalan dalam kajian ini adalah;

- i. Apakah konteks perbincangan 'sinema Islam' di dalam dunia sinema?
- ii. Adakah fungsi dan maksud tersirat terhadap simbol dan makna dalam 'filem Islam'?
- iii. Bagaimanakah bentuk simbol yang membawa nilai-nilai Islam dalam filem *Syukur 21* (2000)?

SKOP DAN LIMITASI KAJIAN

Skop kajian saya lebih menfokuskan terhadap simbol yang membawa nilai Islam yang diterjemahkan melalui sudut pandangan visual dan dialog di dalam filem *Syukur 21* (2000). Ini kerana saya akan mendefinisikan secara teliti terlebih dahulu apa yang dimaksudkan 'sinema Islam' serta konteks perbincangan yang telah dibuat dengan merujuk kepada beberapa ahli falsafah filem serta filem-filem yang berada di dalam kelas yang sama seperti filem *Munafik* (2018) arahan Syamsul Yusof dan *Muallaf* (2008) arahan Yasmin Ahmad.

Simbol dan makna nilai Islam juga akan dihuraikan bagi mengenal pasti bagaimana ianya boleh berada di dalam filem dan boleh diklasifikasikan sebagai sebuah kaedah penyampaian filem dakwah yang berkesan dan kemudiannya penulis akan menganalisis dengan lebih jitu terhadap filem yang mempunyai simbol dan makna Islam sebagai rujukan dan fokus kepada filem *Syukur 21* (2000) sebagai filem yang dikaji.

Secara keseluruhannya, kajian ini hanya meliputi berkaitan dengan simbol dan makna nilai Islam dalam filem tersebut dan kemudiannya akan menjelaskan satu persatu simbol dan makna nilai Islam melalui sinematografi di dalam filem tersebut dengan merujuk makna dan terjemahan mengikut pandangan daripada pengkaji lalu dengan berfokuskan kepada arena sinema di Malaysia dengan tambahan rujukan melalui buku-buku ilmiah, jurnal akademik dan filem-filem yang hanya berkaitan dengan dan kajian ini sahaja.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini lebih tertumpu terhadap kaedah kualitatif, di mana kajian ini akan menggunakan kaedah penyelidikan terhadap simbol dan makna nilai Islam yang diterjemahkan melalui sinematografi di dalam filem yang dikaji. Pengkaji akan membuat pembacaan dengan lebih mengenai hal-hal yang berkaitan dengan keadaan sinema sekarang dengan berfokuskan kepada simbol dan makna yang sering dikaitkan dengan nilai-nilai Islam di dalam sesebuah filem dengan lebih jelas.

Bacaan akan dibuat pada media bercetak seperti buku-buku kajian lepas yang berkaitan dengan tajuk kajian dan juga bacaan buku-buku yang berkaitan yang terdapat di dalam internet ataupun e-book. Selain itu, pemantauan filem-filem yang sama seperti yang dikaji juga akan dijalankan bagi meneliti kaedah sinematografi yang digunakan di dalam filem tersebut bagi melihat bagaimana simbol-simbol yang digunakan menterjemahkan makna dan nilai-nilai Islam di dalam filem-filem tersebut. Pemerhatian akan dibuat pada naratif filem yang sama seperti subjek yang dikaji dan fokus kepada filem *Syukur 21* (2000) sebagai teks yang dikaji.

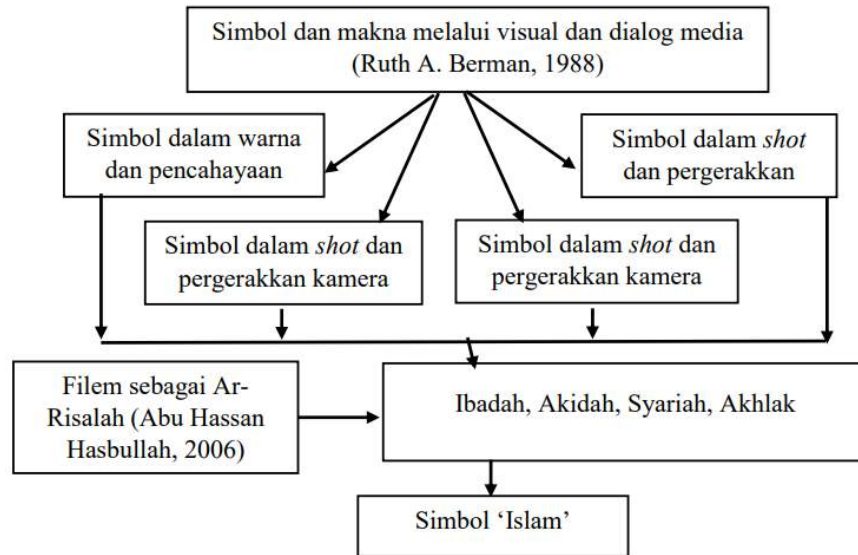
Melalui kajian kualitatif juga, penulis dapat mengenal pasti kaedah penilaian klasifikasi filem-filem yang berada di dalam industri, memperoleh maklumat berkenaan dengan subjek yang dikaji, kaedah yang sesuai untuk digunakan bagi mengetahui ciri-ciri subjek yang dikaji dan mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang kajian yang dibuat. Kaedah ini kualitatif ini akan disokong dengan kaedah tinjauan terhadap kajian-kajian lepas kesahihan maklumat yang diperolehi supaya ianya menepati kehendak objektif dan persoalan kajian.

Kaedah seperti mengumpulkan maklumat ataupun data melalui tontonan filem *Syukur 21* (2000) akan dilakukan bagi melihat bagaimana visual dan dialog bergerak dan memperlihatkan simbol dan makna nilai Islam di dalam filem tersebut. Dalam kajian ini, penulis menggunakan konsep teori filem sebagai Ar-risalah yang dilahirkan oleh Abu Hassan Hasbullah (2006) yang terbahagi kepada empat iaitu akidah, akhlak, ibadah dan syariah.

Penulis juga akan menggunakan kerangka teori yang dicadangkan oleh Ruth A. Berman (1988), berkenaan bagaimana visual dan dialog boleh mempengaruhi emosi penonton iaitu dengan melihat kepada pergerakan kamera, shot, warna dan cahaya serta dialog sebagai fokus kajian. Kerangka teori ini akan digunakan oleh penulis untuk melihat bagaimana elemen-elemen teori ini merepresentasikan simbol-simbol mesej tersirat di dalam filem khususnya filem yang dikaji.

Penulis turut mengambil pandangan daripada pengkaji-pengkaji filem bagi mengukuhkan hujahan bagi setiap hujah yang dibuat di dalam analisis nanti dan contoh daripada filem-filem yang hampir sama kepada filem yang dikaji bagi melihat simbol dibincangkan di dalam filem tersebut.

Kerangka Teori/ Kerangka Kerja



Rajah 1: Kerangka teori Ar-Risalah

KAJIAN LITERATUR

Konteks Perbincangan 'Sinema Islam' Di Dalam Ilmu Perfileman

'Sinema Islam' merupakan sebuah fenomena yang semakin hangat diperbincangkan. Filem-filem yang ada pada masa kini semakin dipengaruhi oleh perkembangan dan kemasukan nilai-nilai keagamaan di dalam filem. Semakin banyak penonton mula tertarik dengan filem-filem yang mengandungi unsur-unsur serta mesej Islam yang banyak memperlihatkan kedamaian dan keharmonian serta nilai yang positif.

'Sinema Islam' merupakan kaitan antara industri perfileman dengan institusi keagamaan atau lebih tepat lagi ialah antara sinema dan Islam yang mana filem dijadikan sebagai medium untuk menyampaikan mesej berunsur keagamaan khusus kepada Islam. Norman Yusoff (2017), 'sinema Islam' adalah media yang mengandungi unsur-unsur Islam di mana ianya juga boleh dipanggil sebagai filem keagamaan, *Muslim Cinema* dan *Islamic Pop Cinema*. Melalui tulisan beliau, 'sinema Islam' melahirkan sebuah *genre* baru iaitu Islam dan ianya menjadi pilihan kepada penonton pada masa kini kerana pada pendapat beliau pasaran kepada filem yang menonjolkan nilai-nilai Islam adalah sangat tinggi kerana ianya adalah sangat dekat dengan masyarakat di nusantara ini sebagai contoh negara Indonesia dan Malaysia.

Pengaruh Islam di dalam industri filem telah banyak mempengaruhi naratif dan struktur filem yang lain. Pada zaman kini faktor keagamaan yang berada di suatu kawasan adalah sangat mempengaruhi perkembangan filem itu sendiri sehinggakan masyarakat telah mengambil agama sebagai satu nilai yang perlu ada di dalam sesebuah filem. Norman Yusoff melihat pada masa kini Islam telah menjadi salah satu fenomena yang lahir dan semakin ketara pengaruhnya di dalam industri pembikinan filem. Beliau juga menyatakan bahawa 'sinema Islam' juga semakin ketara dan melahirkan satu lagi sudut pandangan ilmu berkaitan filem.

Naim Ahmad (2010) telah mentafsirkan 'sinema Islam' adalah representasian kepada nilai-nilai Islam di dalam filem. Dalam penulisan beliau yang berjudul '*Filem Islam': Satu Pembicaraan* (2010), beliau beranggapan bahawa filem-filem yang menonjolkan nilai-nilai Islam adalah diklasifikasikan sebagai 'filem Islam' dan tergolong di bawah 'sinema Islam' dan beliau juga menyatakan bahawa pemaparan sebuah visual berdialog yang menunjukkan nilai Islam adalah 'filem Islam' dan visual yang bisu tidak berdialog tapi dikerumuni oleh suasana atau bunyi-bunyian alunan 16 quran adalah juga

simbol kepada 'sinema Islam' dan lebih tepat lagi adalah filem yang berusnsurkan Islam.

Elemen Sinematografi

Sinematografi merupakan satu lagi kaedah perbincangan filem dan ianya memberikan pencerahan dengan lebih terpertinci berkenaan dengan struktur teknikal filem dari segi ilmiah terhadap sesebuah paparan ataupun visual. Penyusunan *frame* pada sesebuah paparan boleh menjadi medium kepada penyampaian sesuatu yang tersirat dan pelbagai. Misalnya, ideologi politik, kefahaman agama dan emosi pembikin filem yang disampaikan melalui pengolahan elemen-elemen sinematografi iaitu *framing*, cahaya dan warna dengan struktur naratif.

Framing

Framing merupakan salah satu elemen yang ada di dalam sesebuah filem. Elemen ini memberi peluang kepada pembikin filem untuk memilih sendiri apa yang dikehendaki untuk mmenjadi paparan sesebuah filem menjadi lebih menarik dan sesuai dijadikan tontonan para *audience* dan spectator untuk menikmati paparan filem.

Setiap pergerakan yang dilakukan di dalam *frame* tertentu akan menggambarkan sesuatu yang berbeza mengikut ketetapan mesej di dalam cerita yang ingin disampaikan dan ianya tertumpu kepada bagaimana elemen *frame* diatur pada sesebuah filem. Perkara ini juga dikenali sebagai *mise-en-scene*.

Menurut John Gibbs (2002), *mise-en-scene* boleh juga dipanggil sebagai penyusunan *frame* adalah termasuk pergerakan kamera, pencahayaan, kostum, warna dan prop yang digunakan di dalam *frame*. *Framing* adalah elemen fotografi yang pada mulanya digunakan di dalam persembahan teater. Namun, perkembangan dan kewujudan ahli falsafah yang mengkritik pembikinan filem telah menyebabkan elemen *mise-en-scene* ini digunakan di dalam filem bagi menyampaikan mesej-mesej sulit pada awal penggunaannya seperti mesej ideologi politik dan perang.

Semiotik Perlambangan Kepada Makna

Semiotik merujuk kepada perlambangan yang cuba dibawa ke dalam sesebuah filem bagi memastikan penceritaan di dalam filem lebih bervariasi. Semiotik dilahirkan adalah untuk memastikan makna-makna yang tersirat terkandung di dalam sesebuah tanda ataupun simbol melahirkan pelbagai makna yang berbeza yang berbeza dan pelbagai demi mencapai satu mesej tanpa memerlukan naratif untuk menceritakan (Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Fross, 2009).

Perlambangan melalui simbol-simbol ada perkara yang berkait dengan semiotik kerana ianya adalah satu kaedah yang digunakan sebagai kaedah representasi kepada realiti keadaan sebenar sesuatu perkara dan ianya melahirkan makna seperti yang diinginkan oleh pembikin filem (Umberto Eco, 1998). Setiap simbol yang digunakan di dalam sesebuah filem merupakan satu penyampaian mesej secara sulit oleh pembikin filem dan ianya merupakan kaedah yang memerlukan pemahaman terhadap penggunaan setiap simbol sebagai pengetahuan asas.

Filem Sebagai *Ar-Risalah*

Filem kini banyak mengutarakan nilai-nilai agama, budaya dan ideologi sendiri pembikin filem demi menyampaikan mesej-mesej tertentu di dalam filem-filem yang mereka hasilkan termasuklah filem-filem Islam di Malaysia dan seangkatan denganya sebagai contoh filem *Tujuh Petala Cinta* (2012) arahan Azhari Mohd Zain, *Muallaf* (2008) arahan Yasmin Ahmad dan *Nur Kasih the Movie* (2011) arahan Kabir Bhatia. Penulis mendapati filem-filem ini mengandungi mesej-mesej yang cuba disampaikan melalui simbol-simbol di dalam filem tersebut.

Abu Hassan Hasbullah (2006), telah melahirkan satu teori yang mengaitkan di antara pengajian filem dengan nilai-nilai keagamaan iaitu teori filem sebagai *Ar-Risalah*. Beliau menyatakan melalui pembikinan sesebuah filem, pelbagai kemungkinan untuk mengalirkan nilai-nilai agama adalah sangat banyak dan beliau juga menggariskan beberapa elemen agama yang sering dipaparkan di dalam filem iaitu, syariat, ibadat, akidah dan akhlak.

Simbol Islam Di Dalam Filem

Simbol-simbol yang sering dikaitkan dengan nilai-nilai agama di dalam sesebuah filem adalah seperti kubah, bintang, pemakaian Muslim/Kristian dan perbuatan tidak berdialog di dalam filem. Ayu Haswida Abu Bakar (2015), mentafsirkan di dalam kajiannya bahawa perempuan yang memakai telekung adalah perempuan yang solehah dan beliau juga melihat simbol-simbol yang dimasukkan ke dalam *frame* adalah memiliki makna yang tersendiri dan beliau mengambil contoh watak Irham di dalam filem *Syurga Cinta* (2009) yang cuba mendekati Syuhadah (gadis bertelekung). Namun, Irham dikelilingi oleh api.

Ayu menggariskan di dalam kajiannya bahawa kejadian ini merupakan simbol kepada dosa-dosa Irham kepada Syuhadah di dalam filem tersebut.

Melalui kajian tersebut juga penulis dapat mengenal pasti beberapa kaedah yang selalu digunakan bagi memperlihatkan bagaimana simbol-simbol digunakan bagi melahirkan makna yang selari dengan kehendak mesej keagamaan di dalam sesebuah filem. Penggabungan antara struktur filem dengan nilai-nilai agama melahirkan interpretasian makna yang sangat pelbagai dan boleh dikaitkan dengan nilai-nilai positif agama ataupun sebaliknya bergantung dengan pentafsiran *scene* yang dipilih.

Rosmawati Mohamad dan Azimah Misrom (2016), simbol kepada pemaparan nilai Islam di dalam filem juga termasuk sifat watak seperti sabar, perihatin, alim dan rendah diri. Menurut mereka nilai-nilai Islam dapat ditonjolkan melalui lakonan yang diterjemahkan oleh watak di dalam filem.

HASIL PERBINCANGAN

Analisis Simbol Dan Makna Nilai Islam Melalui Visual Dan Dialog Filem *Syukur 21* (2000)

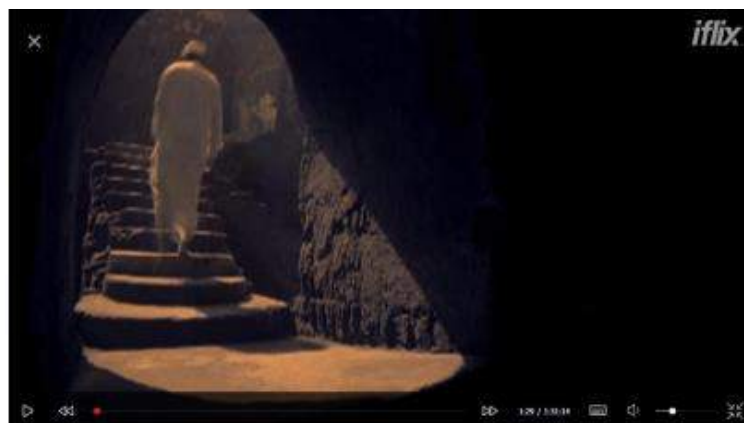
Filem merupakan medium penyampaian mesej yang kini semakin pesat membangun dengan kewujudan pelbagai penerapan kepada mesej-mesej tersirat mengenai dakwah, ideologi dan pendidikan. *Syukur 21* (2000), merupakan sebuah filem yang dihasilkan sebagai satu eksprementasi terhadap sejauhmana kemampuan teknologi industri perfileman mampu menghasilkan satu filem yang memiliki nilai yang tersendiri. Menerusi penggunaan elemen *Computer Generated Imagery CGI* yang tinggi membuatkan filem ini istimewa pada zamannya kerana penguasaan teknologi yang maju di dalam filem

membuatkan kepelbagaian makna atau mesej yang tersirat mampu untuk disampaikan dengan pelbagai cara sama ada sengaja atau tidak.

Filem kini sudah mula menjadi media paling berkuasa untuk membentuk gaya pengantar komunikasi masyarakat ditambah dengan kemajuan peralatan dan aplikasi yang di dalam bidang komunikasi yang berevolusi dan menjadikan media filem sebagai medium yang memberi kesan yang amat besar terhadap kehidupan manusia (Abu Hassan Hasbullah, 2006).

Nilai Islam Di Dalam Paparan Sinematografi Filem *Syukur 21* (2000)

Pemaparan simbol yang penulis dapati di dalam filem *Syukur 21* (2000) terdiri dari dalam pelbagai bentuk. Kegunaan seperti Shot, warna dan *framing* dan dialog di dalam filem ini melahirkan mesej-mesej Islam secara halus. Penerapan nilai-nilai agama Islam juga menjadikan visual dan dialog di dalam filem ini memiliki nilai estetika tersendiri dan ianya sangat banyak menyampaikan mesej tersirat melalui symbol-simbol yang cuba diwujudkan oleh pembikin filem *Syukur 21* (2000) ini.



Gambar 1: Low angle shot orang sedang menaiki tangga menuju ke cahaya

Posisi seorang lelaki sedang menaiki tangga dengan pancaran cahaya daripada atas dan dikelilingi keadaan gelap membawa tafsiran kesudahan bagi manusia (Islam) yang akan keluar daripada kejahilan ataupun kebatilan dan balasan syurga kepada penganut Islam yang 'berhijrah'. Keadaan di dalam *frame* membuatkan penulis mengenal pasti adalah simbol kepercayaan Islam iaitu 'akidah' atau keparcayaan umat Islam. Akidah seorang Islam yang percaya terhadap balasan baik kepada setiap umat Islam yang ingin berhijrah daripada sesuatu yang kelam atau buruk kepada lebih baik atau 'indah' (Idris Zakaria, 2012).

Penerapan *low angle shot* di dalam *frame* tersebut menjadikan *frame* boleh ditafsirkan sebagai simbol kepada kejayaan lelaki yang menaiki tangga menuju ke arah cahaya. *Frame* tersebut menyampaikan mesej Islam mengenai akidah seseorang terhadap tuhan iaitu Allah (Islam). Penulis mendapati bahawa pembikin filem ingin menunjukkan bahawa mesej utama di dalam filem ini adalah penghijrahan seseorang daripada kegelapan.

Menurut Siddiq Fadzil (1999), watak-watak yang muncul di dalam teater dan filem keagamaan adalah perlambangan perjalanan iman mencari dan mencapai keinsafan. Berdasarkan pandangan daripada Siddiq, penulis berpendapat bahawa di dalam babak tersebut pembikin filem memperlihatkan mesej yang sama seperti yang dikatakan oleh Siddiq, iaitu 'kesudahan yang baik' bagi setiap watak yang diwujudkan dalam *frame* tersebut. Visual pada minit ke 1:06-2:34 ini menunjukkan pergerakan seseorang yang sedang dalam perjalanan daripada kawasan gelap menaiki tangga dan menuju ke arah cahaya. Hal ini mengukuhkan hujah penulis mengenai simbol Islam yang ingin disampaikan oleh pembikin filem iaitu akidah penganut agama Islam.



Gambar 2: Posisi Lili dan Rita dengan berlatar belakangkan dua orang lelaki dan masjid sebagai imej tambahan di dalam *frame*

Pemaparan posisi Lili dan Rita sedang berdialog dengan berlatar belakangkan imej dua lelaki dan masjid melambangkan komunikasi dakwah yang mengikut syariah di mana lelaki lebih sesuai untuk berkomunikasi dengan sama jantina begitu juga dengan perempuan. Penulis juga dapat mentafsirkan bahawa mesej yang cuba disampaikan oleh pembikin filem lainnya adalah perbinaan 'masjid' atau lebih tepat lagi adalah perkahwinan.

Masjid adalah simbol kepada kesatuan, keharmonian, kesederhanaan dan ketaatan masyarakat Islam (Siti Dalila Binti Mohd Sojak, Nor Afizah Binti Bujang, Ajmain@Jimaain Bin Safar, 2018) Lelaki dan perempuan yang berada di dalam *frame* dengan berlatar belakangkan masjid itu juga boleh ditafsirkan sebagai perkahwinan yang patuh syariah. Watak-watak yang muncul adalah perlambangan bahkan prop juga merepresentasikan sesuatu seperti mana di dalam persembahan wayang kulit, Tok Dalang adalah perlambangan kepada tuhan yang menggerakkan makhluknya iaitu patung-patung wayang kulit. (Siddiq Fadzil 1999).

Nilai Islam Di Dalam Warna Dan Pencahayaan Filem *Syukur 21* (2000)

Warna adalah sesuatu yang memainkan peranan penting di dalam pemaparan suatu ideologi ataupun pandangan yang cuba disampaikan oleh golongan pengamal ataupun pembikin filem.

Monica@Munirah Abd Razzak, Nik Mohd Zaim Ab Rahim, Nur Asilah Ibrahim, Khader Ahmad (2013), menyatakan bahawa warna putih dengan gabungan naratif yang baik membuatkan ianya menjadi simbol kepada sesuatu yang baik. Misalnya, dakwah yang disampaikan oleh watak lelaki yang memakai jubah yang berwarna putih menguatkan lagi simbol kepada akidah dan ibadah pada babak tersebut. Di dalam Islam, warna juga merupakan salah satu ciri yang boleh membawa kepada penilaian seseorang sama ada secara rohani ataupun lahiriah. Dalam konteks perbincangan warna melahirkan simbol Islam, penulis mendapati bahawa filem *Syukur 21* (2000) ini, banyak menggunakan elemen pengaruh warna sebagai penguat kepada penyampaian perwatakan bagi setiap watak-watak yang bermain di dalam filem tersebut.



Gambar 3: Warna gelap, posisi Lili sedang duduk berpeluk tubuh

Gambar di atas menunjukkan keadaan yang suram dan dikukuhkan dengan keadaan fizikal watak Lili yang sedari berpeluk tubuh. Babak ini adalah babak di mana Lili sedang menginsafi kesalahannya yang hampir terpanah Nastilia iaitu watak kanak-kanak sampingan di dalam filem *Syukur 21* (2000) pada minit ke 22:32 sehingga minit ke 24:36. Dengan kombinasi warna gelap dengan naratif cerita yang sedemikian membuatkan babak tersebut menjadi satu terjemahan kepada nilai Islam yang murni yang berkaitan dengan akhlak setiap Muslim ataupun penganut Islam.

Penataan warna biru tua dan penghasilan mood suram menguatkan lagi tafsiran penulis mengenai simbol Islam yang cuba disampaikan pada babak tersebut hal ini seperti yang dinyatakan oleh Harith Baharudin dan Ngo Sheau Shi (2014), di mana gabungan antara low key lighting dan naratif yang sesuai akan melahirkan suasana yang lebih mendalam dan tersirat.

Paparan Imej Islam Di Dalam Filem *Syukur 21* (2000)

Islam lahir dengan imej yang tersendiri walaupun ianya pelbagai dan dipengaruhi oleh pertembungan di antara adat dan resam di setiap kawasan. Misalnya, rumah ibadah bagi agama Islam adalah ditandai dengan simbol kubah masjid dan menara masjid. Namun, ianya masih boleh berubah oleh kerana pengaruh kawasan dan adat masyarakat setempat. Di Malaysia, penulis mendapati bahawa kubah masjid adalah sesuatu yang wajib bagi setiap rumah ibadah Islam yang bertaraf Masjid dan bukan sekadar Surau. 'Filem Islam' adalah filem yang sering menggunakan elemen seperti kubah masjid, kopiah dan laungan Azan sebagai imej utama di dalam filem-filem yang berunsurkan Islam (Naim Ahmad, 2010).



Gambar 4: Alatan muzik diringi alunan ‘zikir’ Islam

Pada babak ini, penulis juga mendapati bahawa pembikin filem ingin memperlihatkan bahawa masyarakat Melayu adalah sangat dekat dan terikat dengan nilai-nilai Islam tertamanya di dalam muzik. Hal ini dapat dikenal pasti dengan penggunaan alatan tradisional Melayu iaitu gamelan dan kompang yang dimainkan bersama alunan zikir Islam pada minit ke 4:08 sehingga minit ke 5:04. Hamzah Juanid (2013), berpendapat bahawa zikir (Islam) dinusantara sering dialunkan dengan menggabungkan elemen muzik seperti rebana, kompang dan gambus untuk memperlihatkan keindahan Islam dengan alam Melayu.

Melalui hujahan Hamzah, penulis mendapati bahawa imej alatan muzik Melayu dengan gabungan zikir tersebut telah membuatkan satu simbol Islam yang dekat dengan masyarakat Melayu dan penulis juga dapat mengenal pasti bahawa pembikin filem juga cuba menggunakan alatan muzik tradisional Melayu dengan penggabungan zikir padanya untuk mencipta simbol kepada keindahan ibadah Islam yang ada di alam Melayu. Oleh kerana nilai-nilai Islam sesuai dengan kehidupan dan masyarakat Melayu, nilai-nilai Islamiah ini diadaptasikan ke dalam kehidupan masyarakat Melayu seperti dalam cara

berpakaian dan layanan kepada sesama masyarakat Melayu (Siddiq Fadzil, 1999).

Nilai Islam Di Dalam Dialog Filem *Syukur 21* (2000)

Perbahasan mengenai bahasa ataupun frasa di dalam pertuturan sehari-harian masih lagi hangat diperbincangkan. Bahkan, sehingga ke hari ini masih lagi ada kajian mengenai kepelbagaian tafsiran bahasa di dalam banyak negara. Misalnya, Bahasa Melayu sendiri masih diperbahaskan di mana asal usulnya kerana terdapat percampuran kod bahasa dan pinjaman perkataan dari bahasa lain sebagai contoh 'zikir' perkataan Bahasa Melayu yang dipinjam daripada Bahasa Arab.

Menurut Syed Muhammad Naquib Al-Attas (2001), Islam dan falsafah kemurnian Bahasa Melayu telah beradaptasi dan melahirkan terjemahan kepada kemurnian nilai Melayu Islam di dalam kesusasteraan Melayu khususnya dalam penulisan. Menurut Syed lagi, kesusasteraan merupakan cita-cita mulia yang membawa maksud kepada pemupukan ketertiban budi dengan mengukur nilai adab sesuatu bangsa.

Ditambah lagi oleh Fazmi Hisyam (2012) iaitu beliau menyatakan bahawa dialog ataupun perkataan yang digunakan di dalam kegiatan seharian juga merupakan terjemahan kepada sesuatu perasaan, agama dan kepercayaan. Misalnya, beliau beranggapan bahawa perkataan yang baik dan berkaitan dengan sesuatu agama juga boleh diambil sebagai simbol kepada agama yang memiliki perkataan tersebut. Sebagai contoh 'zikir', nasihat ketuhanan dan perbuatan yang baik.

Jadual 1: Simbol Akhlak Islamiyyah

Simbol/Perkataan/Dialog
"Alhamdulillah"

Ucapan "Alhamdulillah" adalah lazimnya menjadi pengucapan bagi penganut agama Islam dan ianya adalah bukti secara lisan seterusnya tanda atau simbol berterima kasih kepada Allah mengikut kepercayaan Islam. menurut kamus dewan bahasa edisi kedua, "Alhamdulillah" adalah perkataan pengganti bagi "segala puji bagi Allah" dan ianya adalah perkataan Arab yang dimasukkan ke dalam Bahasa Melayu khusus kepada penggunaan penganut Islam.

Di dalam filem ini, pembikin filem menggunakan perkataan ini adalah untuk mengukuhkan lagi penguasaan Bahasa Arab sebagai bahasa yang menunjukkan nilai-nilai Islam dalam filem tersebut. Perkataan Melayu sengaja ditukarkan kepada penggunaan istilah Arab bagi mengukuhkan lagi terhadap penyampaian dakwah Islamiyyah di dalam filem tersebut yang mana menjadi tujuan utama di dalam penghasilan filem tersebut.

Jadual 1: Simbol Akidah Islamiyyah

Simbol/Perkataan/Dialog
Nazri "...yang penting biarlah kemajuan ini dapat menambah rasa kehambaan kita pada Allah".
Zahari "Saya hanya nak ingatkan bahawa kemajuan itu hanyalah alat. Tapi, Allah itulah matlamat..."
10:34-12:01

Merasakan kehambaan kepada Allah adalah asas kepada keimanan seseorang terutamanya yang beragama Islam. Di dalam filem *Syukur 21* (2000) ini, penulis banyak melihat dialog-dialog yang memiliki maksud yang tersirat dan ianya menjadikan setiap dialog yang dituturkan memiliki maksud yang pelbagai, sama ada mesej yang tersurat secara lahiriah ataupun yang tersirat dan memerlukan tafsiran.

Pada babak di minit ke 10:34 sehingga 12:01 ini, penulis melihat bahawa dialog yang disampaikan oleh watak Nazri dan Zahari menyampaikan satu nilai Islam iaitu akidah ataupun kepercayaan terhadap pengasaan dan kewujudan Allah sebagai pentadbir dan penguasa setiap manusia. Melalui dialog berkenaan penulis dapat mengenal pasti bahawa pembikin filem cuba untuk memberikan penjelasan bahawa filem ini adalah sebuah 'filem Islam'.

Di dalam kepercayaan Islam Allah adalah merupakan tuhan yang perlu untuk diyakini dan taat. Menurut Harun Din (2002), Islam adalah agama yang menyakini bahawa Allah adalah tuhan dan pentadbir alam semesta dengan ketentuan-Nya. Harun Din juga mengukuhkan hujahannya dengan menyatakan bahawa Islam merupakan agama rasmi bagi masyarakat Melayu khususnya di negara Malaysia yang mana telah tertakluk pada perlembagaan serta resam masyarakat Melayu.

Norman Yusoff (2017) telah menggariskan bahawa 'filem Islam' dihasilkan memiliki pelbagai tujuan yang berkaitan dengan penyampaian dakwah Islamiyyah. Menurut beliau lagi, ianya dapat dilihat dari segi pemakaian kostum dan penggunaan bahasa yang lebih 'Islamik' dan memiliki pengaruh luar seperti Bahasa Arab dan bahasa-bahasa kiasan yang menarik.

KESIMPULAN

Sinema Islam' Adalah Satu Legasi Dakwah Digital Terkini

Kajian ini telah memberi salah satu perkembangan perbincangan mengenai topik yang diambil sebagai kajian iaitu simbol 'Islam' di dalam 'sinema Islam'. Perkembangan perbincangan ini secara langsung menambah bukti mengenai kewujudan nilai-nilai Islam yang tersirat di dalam sesebuah filem khususnya filem yang mengutarakan nilai-nilai dakwah Islamiyyah. Perbincangan mengenai 'sinema Islam' juga secara tidak langsung semakin menjadi luas oleh kerana hadirnya pelbagai persoalan yang timbul dari kajian demi kajian dan disepanjang kajian ini berlangsung saya juga tidak terlepas di dalam menemui beberapa persoalan yang masih tidak terjawab dan perlu untuk diperbincangkan.

Seterusnya, sepanjang kajian ini juga saya penulis telah menghuraikan beberapa contoh kepada simbol 'Islam' yang menjadi fokus utama di dalam kajian ini dengan merujuk kepada subjek kajian iaitu visual dan dialog filem *Syukur 21* (2000). Dakwah Islamiyyah telah mula memasuki dunia digital khususnya di dalam industri perfileman. Ianya telah membentuk satu corak yang baru bagi pembikin-pembikin filem. Fenomena dakwah digital ini telah menyebabkan sajian terhadap penonton menjadi pelbagai lagi. Islam mula dipersembahkan melalui pelbagai cara di dalam filem. Percampuran *genre* juga telah menyebabkan 'cuaca filem' semakin cerah dan 'pelangi' semakin menyerlah di dalam dunia perfileman digital.

RUJUKAN

- Abu Hassan Hasbullah. (2006). *Filem sebagai Ar-Risalah: Menemukan keimanan dan kebijakan dramaturgi wayang gambar Melayu*. Diambil daripada <http://repository.um.edu.my/52447/>.
- Alicia Izharudin. (2017). Melodrama, modernity and the politics of religious suffering. Di dalam bab Solehah Ishak & Maszalida Hamzah (Eds). *Islamic performing arts: An artistic discourse* (m.s. 111-122). Shah Alam: UiTM Press.
- Ayu Haswida Abu Bakar. (2015). Konsep tema 'Islamik' dalam 'filem Islamik' Syurga Cinta (2009). *Jurnal Pengajian Melayu*, 26(1), 167-185. Diambil dari http://www.myjurnal.my/public/issue-view.php?id=8046&journal_id=308
- Berman, A. R. (1988). *Narrative development in a multilingual context*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. Diambil daripada https://books.google.com.my/books?id=MTu7okodm8AC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false.
- Eco, U. (1998). *A theory of semiotics*. Bloomington: Indiana University Press.
- Fazmi Hisyam. (2012). Simbolisme dalam filem Melayu: Analisis terhadap hubungan watak dan simbol. *Gendang Alam Journal*, 3(3), 2180-1738. Diambil daripada <https://www.academia.edu/7912960/>.
- Florida Jangan. (2007). *Kajian filem projek thesis: Pure love* (Tesis ijazah sarjana yang tidak diterbitkan). Universiti Malaysia Sarawak, Malaysia. Diambil daripada <http://ir.unimas.my/id/eprint/2581>.
- Gibbs, J. (2002). *Mise-en-scene: Film style and interpretation*. New York: Wallflower Press.
- Hamzah Junaid. (2013). Kajian kritis akulturasi Islam dengan budaya lokal. *Jurnal Diskursus Islam*, 1(1). 56-73. Diambil dari http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/diskursus_islam/article/view/6582
- Harun din. (2002). *Manusia dan Islam jilid ketiga*. Selangor: dewan bahasa dan pustaka.
- Idris Zakaria. (2012). Islam dan falsafah. *Jurnal Hadhari Special Edition*. 91-108. Diambil dari <http://ejournals.ukm.my/jhadhari/article/view/12301/3909>.

- Little, S. W & Fross, A. W. (2009). *Theories of human communication* (Tenth 79 Edition). Illinois: Waveland Press. Diambil daripada https://books.google.com.my/books?hl=en&lr=&id=dfUYAAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=stephen+w+littlejohn&ots=aaAVRQU5yi&sig=cpzg_ZWHyg8IXBwQ4aQi0yo0RE&redir_esc=y#v=onepage&q=stephen%20w%20littlejohn&f=false
- Monica@Munirah Abd Razzak, Nik Mohd Zaim Ab Rahim, Nur Asilah Ibrahim, Khader Ahmad. (2013). Warna putih menurut perspektif Al-Quran dan Hadith: satu analisis awal. (Tesis ijazah sarjana, Universiti Malaya, Kuala Lumpur). Diambil daripada https://umexpert.um.edu.my/file/publication/00010050_95554.pdf
- Naim Ahmad. (2010). *'Filem Islam': Satu pembicaraan*. Shah Alam: Uni-N Production Sdn. Bhd
- Ngo Sheau Shi & Harith Baharudin. (2014). Pemaparan kepelbagaian budaya dan agama dalam filem Muallaf arahan Yasmin Ahmad. *Journal of Art Discourse*, 14(2), 124-127. Diambil daripada http://www.myjurnal.my/public/issueview.php?id=5532&journal_id=146
- Norman Yusoff. (2017). Islamic cinema – Generic label or spritual entity. Di dalam bab Solehah Ishak & Maszalida Hamzah (Eds). *Islamic performing arts: An artistic discourse* (m.s. 43-56). Shah Alam: UiTM Press.
- Rosmawati Mohamad. & Azimah Misron. (2016). Analisis elemen patuh syariah dalam filem Nur Kasih the movie (2011) berdasarkan teori filem Ar-Risalah. *Jurnal Komunikasi Malaysian*, 32(1), 580-602. Diambil daripada <http://ejournals.ukm.my/mjc/article/download/14900/7672>.
- Siddiq Fadzil. (1999). Islam dalam sejarah dan kebudayaan Melayu. *Jurnal Hadhari (Edisi terhad)*. 91-108. Diambil dari <http://ejournals.ukm.my/jhadhari/article/view/12301/3909>.
- Siti Dalila Binti Mohd Sojak, Nor Afizah Binti Bujang, Ajmain @ Jimaain Bin Safar. (2018). Islamic civilization Academic. (Tesis sarjana, Universiti Teknologi Malaysia, Johor Bahru). Diambil daripada https://www.researchgate.net/profile/Wan_We/publication/329363087_Scienc81e_and_Civilisation_in_Shaping_Prosperty_and_Harmony_Prospects_and_Challenges/links/5c04cdb0a6fdcc1b8d50a474/Science-and-Civilisation-inShaping-Prosperity-and-Harmony-Prospects-and-Challenges.pdf#page=80.

DASAR MANHAJ RABBANI DALAM MELONJAK DAKWAH DIGITAL DI MALAYSIA

**Al Amin Bin Albar, Saeidah Syamielah Binti Abd Rahman
& Mohd Syafiq Bin Abd Latip
Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah (IPDAS)**

DASAR MANHAJ RABBANI DALAM MELONJAK DAKWAH DIGITAL DI MALAYSIA

¹Al Amin Bin Albar
alamin_albar@islam.gov.my

²Saeidah Syamielah Binti Abd Rahman
saeidah@islam.gov.my

³Mohd Syafiq Bin Abd Latip
syafiq@islam.gov.my

^{1,2,3} Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah (IPDAS)

ABSTRAK

Dasar Manhaj Rabbani merupakan satu dasar yang memandu Revolusi Industri (IR) 4.0 agar tidak tersasar dari rahmat Allah dalam mencapai kemajuan masa kini. Seiring dengan perkembangan tersebut pelbagai persoalan timbul mengenai bagaimanakah dasar tersebut memandu Perkembangan Dakwah di dalam Dunia Digital khususnya di dalam Industri Kreatif di Malaysia. Di dalam penulisan ini, huraian perbincangan mengenai perkara tersebut diperincikan dengan lebih jelas dengan melihat dari pelbagai elemen di dalam penghasilan bahan paparan media di Malaysia. Penulisan ini bertunjangkan pandangan daripada Datuk Seri Dr Zulkifli Mohamad Al-Bakri, Menteri di Jabatan Perdana Menteri (Hal Ehwal Agama) mengenai teras kepada Dasar Manhaj Rabbani itu ialah Maqasid Insaniyyah Rabbaniyyah. Tunjang tersebut digabungkan dengan elemen asas Media Digital iaitu, Pengurusan, Watak Perwatakan, Penulisan Skrip dan Sinematografi sesebuah paparan untuk melihat bagaimana kedua-dua kerangka kajian tersebut menghasilkan identiti yang tersendiri sesuai dengan termannya iaitu Dakwah Digital serta bagaimana ianya mempengaruhi perkembangan Media Kreatif di Malaysia

KATA KUNCI: Dasar Manhaj Rabbani, Industri Kreatif, *Maqasid Insaniyyah Rabbaniyyah*, Dakwah Digital, Media Digital

PENDAHULUAN

Dewasa ini, masalah kebejatan akhlak kian meruncing. Ini disebabkan oleh kurangnya penghayatan elemen insan rabbani dalam diri iaitu merasa diri bertuhan. Oleh itu, mereka tidak merasa diri sentiasa diawasi dan tidak takut akan balasan atau hukuman dari tuhan di atas perbuatan yang mereka lakukan meskipun di dalam laman sosial atau mana-mana aplikasi teknologi digital terkini. Seiring dengan perkembangan arus permodenan dan kecanggihan teknologi, mereka terlupa bahawa imanlah yang memandu diri untuk menggunakannya ke arah yang baik atau sebaliknya. Walau sehebat mana sesuatu teknologi itu, jika tidak dipandu dengan baik dan betul. Maka, teknologi ini akan membunuh jiwa insan yang menggunakannya dan menyebabkan dirinya semakin jauh dari tuhanNya.

DEFINISI DASAR MANHAJ RABBANI

Menurut Datuk Seri Dr Zulkifli Mohamad Al-Bakri, Menteri di Jabatan Perdana Menteri (Hal Ehwal Agama) teras kepada Dasar Manhaj Rabbani itu ialah Maqasid Syariah, yang dinamakan Maqasid Insaniyyah Rabbaniyyah. Kerajaan telah memperkenalkan Dasar Manhaj Rabbani kerana ia merupakan satu konsep yang dekat dengan masyarakat (Rafidah 2021). Dasar ini berpaksikan kepada tiga ciri utama *Thaqafah* (keilmuan), *Ruhaniyyah* (kerohanian) dan *Da'wah* (aktivisme) (Tuan Buqhairah 2021). Manhaj rabbani yang diperkenalkan oleh Datuk Seri telah pun diketengahkan oleh Tokoh Mufassir tersohor pada Abad ke 20 Masihi dan ia merupakan Model Pembangunan Modul Insan yang terunggul yang distruktur oleh Said Hawwa. Bahkan, manhaj ini merupakan satu sistem latihan bagi membangunkan modal insan ke arah menyelami dan menjiwai hubungan manusia dengan Allah SWT serta telah digariskan beberapa

elemen penting dalam pembangunan modal insan ini, iaitu elemen *thaqāfī*, elemen *rūhī*, dan elemen *da'āwī ḥarakī*.

Dakwah berbentuk haraki ini amat penting kerana ia berbentuk secara jama'ie (berkumpulan) bukannya individu. Kesan dakwah yang dilakukan dalam bentuk Gerakan Islam secara berkumpul lebih besar impaknya terhadap masyarakat berbanding dilakukan secara individu. Tambahan lagi, jika dakwah haraki ini dapat dilakukan secara tersusun dengan kerjasama yang padu dari semua agensi kerajaan dan pemimpin negara maka dapat tercapailah misi membentuk insan rabbani dengan melaksanakan amar makruf nahi mungkar khususnya terhadap masyarakat di Malaysia (Muhamad Alihanafiah Norasid 2011).

Betapa pentingnya mempunyai sebuah gagasan atau dasar kerana ia akan menjadi hala tuju bersama dalam memacu pentadbiran Islam di negara Malaysia ini. Lebih – lebih lagi dalam menghadapi kekalutan dunia yang sedang bergelut dengan Pandemik COVID-19, dan isu-isu lain yang semakin menghimpit meliputi soal agama, ekonomi serta sosial. Oleh kerana itu, negara kita benar-benar memerlukan suatu panduan dan hala tuju jelas dalam memelihara negara dan masyarakat agar sentiasa di dalam naungan rahmat-Nya dan redha-Nya (Rafidah 2021).

Oleh itu, Menteri Hal Ehwal Agama Islam telah membentangkan mengenai Maqasid Syariah ini sebagai satu dasar dalam memacu pentadbiran Islam dalam pembentukan insan, organisasi dan negara rabbani. Manakala tahap pencapaiannya akan diukur melalui pelaksanaan aplikasi i-MaqSD bawah seliaan Bahagian Maqasid Syariah, Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM). Terdapat tujuh prinsip utama dijadikan Hala Tuju, pertama iaitu 'Rahmat' membabitkan pentadbiran yang membawa mesej kasih sayang, kesusilaan serta kecaknaan merentasi

agama dan bangsa. Seterusnya, kedua ialah 'Aman', iaitu pentadbiran yang membawa mesej kesederhanaan atau wasatiyyah Islam, menolak ekstremisme (ifrat) dan Islam liberal (tafrit), serta menyeru kepada keharmonian antara agama dan *fiqh ta'ayush* (co-existence). Ketiga, pula prinsip 'Bertuhan', iaitu pentadbiran yang menjadikan nilai agama berteraskan Maqasid Syariah, sebagai paksi dalam merancang segala dasar, kaedah pelaksanaan dan penyelesaian permasalahan. Keempat, prinsip 'Bakti', iaitu pentadbiran yang menekankan kebajikan, kemanusiaan dan bakti kepada ummah merentasi agama dan bangsa. Kelima, prinsip 'Adil', iaitu pentadbiran yang menjunjung tinggi prinsip perundangan dalam menegakkan keadilan sebagaimana dituntut Islam dan Perlembagaan Persekutuan (Rafidah 2021).

Keenam, prinsip 'Nurani' membabitkan pentadbiran yang mengangkat nilai kerohanian dan logik bertunjangkan wahyu dalam mendepani apa jua cabaran semasa; serta 'Insani' dengan pentadbiran yang mempertahankan fitrah kemanusiaan dan kemuliaan insan (karamah insaniyyah) merupakan prinsip yang ketujuh. Kesemua tujuh prinsip ini diterjemahkan mengikut tujuh bidang keutamaan yang berada bawah bidang pengukuran i-MaqSD. Bidang yang berkaitan ialah Perundangan dan Kehakiman Syariah; Pendidikan dan Pembangunan Insan; Sosio Ekonomi Ummah; Dakwah dan Media; Institusi Masjid; Kepimpinan dan Tadbir Urus; serta Penyelidikan dan Kefatwaan (Rafidah 2021).

Kesemua tujuh prinsip Maqasid Syariah yang menjadi teras kepada Manhaj Dasar Rabbani ini dapat diadaptasi dalam pelbagai bidang antaranya telekomunikasi dan melalui kaedah penyampaian secara digital, kerana kaedah ini lebih kompleks dan dekat dengan masyarakat Tambahan lagi, meskipun kaedah penyampaian dakwah melalui digital dengan Dasar Manhaj Rabbani ini ia telah menerapkan Islam secara tidak langsung.

DEFINISI DAKWAH DIGITAL

Penggunaan Teknologi Digital meningkat ketika Pandemi COVID-19. Ini menunjukkan penggunaan ini amat penting dalam kehidupan seharian masyarakat bagi tujuan pendidikan dan pekerjaan bukan di Malaysia sahaja namun seluruh dunia. Mahu tidak mahu, kesemuanya perlu mengikut kemajuan ini dan memanfaatkan sebaiknya untuk pembentukan insan, organisasi dan negara rabbani. Bahkan, bersempena sambutan Hari Keluarga Antarabangsa pada tahun ini, ibu bapa disarankan untuk berusaha meningkatkan kemahiran penggunaan teknologi khususnya aplikasi digital bagi membimbing anak-anak menggunakan teknologi secara berhemah dan berfaedah tanpa mengasingkan nilai dalam sesebuah keluarga serta masyarakat menurut Lembaga Penduduk dan Pembangunan Keluarga Negara (LPPKN) (Astro Awani 2021).

Pelbagai kemajuan telah berlaku dengan pesat sama ada sedar atau pun tidak. Kesemua kemajuan ini asasnya bertunjangkan kepada bidang teknologi maklumat atau lebih dekat lagi dengan sebutan 'Kemajuan Dunia Digital'. Kemajuan ini sangat mempengaruhi pelbagai bidang dan terutamanya sektor-sektor yang besar seperti perindustrian, keagamaan dan pendidikan. Di dalam institusi keagamaan ini, kemajuan pendigitalan ini amat mempengaruhi terutamanya di dalam kepelbagaian kaedah penyampaian maklumat dan perkongsian ilmu yang lazimnya telah menjadi identiti utama badan-badan keagamaan seperti menggunakan medium atas talian dengan bantuan aplikasi yang pelbagai seperti *Facebook, Instagram, You Tube, Tik Tok, Zoom, Google Meet, Stream Yard, Webex Cisco* dan lain-lain berbanding menggunakan kaedah bersemuka dan kaedah konvensional. Kemajuan

pendigitalan kini menjadi medium utama kepada badan-badan ini dalam mengejar arus permodenan seiring dengan Revolusi Industri (IR) 4.0 dalam bidang Digital.

Kemajuan ini juga dapat dilihat daripada perkembangan Bidang Media Kreatif. Kesemua badan-badan keagamaan mula masuk ke dalam dunia kreatif dan digital. Hal ini boleh di dapati melalui pengamatan terhadap elemen-elemen Islami yang mula diterapkan di dalam hasil-hasil kreatif seperti filem pendek, telefilem, *broadcast* atau rancangan TV dan pelbagai lagi rancangan-rancangan realiti TV yang lain.

Menurut Norman (2017), nilai-nilai Islam sudah menjadi salah satu elemen yang dilihat sedang menyerap masuk dan diadaptasi dalam pembikinan filem. Malahan menurut beliau lagi, terdapat banyak filem-filem dan rancangan TV sudah mula ‘menjual’ Islam sebagai ‘dagangan’ utama di dalam hasil-hasil mereka. Norman (2017) di dalam penulisannya yang bertajuk *Islamic Performing Arts: An Artistic Discourse*, juga menyatakan bahawa filem Islam ini juga dapat dilihat melalui banyaknya lahir filem-filem yang mempersembahkan Islam seperti cendawan yang tumbuh selepas hujan. Di dalam penulisan tersebut juga, beliau melihat lahirnya satu fenomena baru dalam Dunia Digital Kreatif iaitu ‘Sinema Islam’ yang lebih dekat dan lebih jelas dilihat oleh Ahli-ahli Industri Kreatif dan Badan-Badan Keagamaan.

Seterusnya, Naim Ahmad (2010) beranggapan melalui penulisannya yang bertajuk *‘Filem Islam’: Satu Pembicaraan* (2010) bahawa sebarang paparan sama ada filem mahupun racangan TV yang membawa nilai-nilai Islam adalah diklasifikasikan sebagai ‘Filem Islam’ dan ianya juga menjadi salah satu dakwah yang disampaikan

melalui filem tersebut atau lebih mesra dipanggil sebagai dakwah dalam Dunia Digital. Berdialog ataupun hanya menggunakan audio visual sahaja boleh menjadi dakwah sekiranya ianya membawa nilai-nilai Islam. Beliau juga berpandangan bahawa dakwah digital ini boleh lahir melalui pelbagai aspek digital terutamanya paparan selagi mana ianya membawa nilai-nilai Islam secara langsung mahupun tidak langsung.

Badan-badan keagamaan khususnya Islam melihat bahawa Dunia Digital ini membawa satu lagi cabang penyampaian nilai-nilai agama yang lebih relevan di era ini. Golongan pendidik khususnya di dalam institusi keagamaan dan pendidikan mula memasuki dan menggunakan kemajuan dunia digital ini sebagai medium utama di dalam mempelbagaikan kaedah penyampaian Islam.

Melihat Islam Melalui Sudut Pandangan Dunia Digital

Seperti yang diujahkan oleh Dr. Norman Yusoff (2017) di dalam penulisan *Islamic Performing Arts: An Artistic Discourse*, Islam boleh dilihat melalui beberapa pecahan struktur Media Kreatif terutamanya di dalam filem dan rancangan TV. Antara elemen tersebut iaitu Pengurusan Industri Kreatif, Penciptaan Watak Perwatakan, Penulisan Skrip, Penataan Muzik dan Lagu serta Sinematografi Paparan Filem ataupun Rancangan TV.

Pengurusan Industri Kreatif

Islam mula diterapkan di dalam produksi sesebuah filem. Melalui proses pemasaran filem, pihak produksi filem ataupun rancangan TV sudah mula menolak penaja-penaja yang berasaskan atau mengeluarkan produk-produk yang haram seperti minuman keras dan juga arak.

Hal ini dapat dilihat, melalui beberapa kes yang telah membangkitkan dunia kreatif di mana sebuah produksi pengiklanan telah dikenakan tindakan undang-undang kerana mempromosikan Aplikasi Perjudian *online* iaitu '**Bot333**'. Syarikat tersebut telah dikenakan tindakan di bawah Seksyen 504 Kanun Keseksaan dan Seksyen 4(1)(G) Akta Rumah Judi Terbuka (Acryl Sani Abdullah Sani 2021).

Melalui kes tersebut, dapat dilihat bahawa pihak penguasa atau lebih dikenali sebagai Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM) memandang serius isu-isu yang melibatkan perkara-perkara yang boleh merosakkan media di negara ini. Secara tidak langsung, hal tersebut memperlihatkan nilai-nilai Islam di dalam media di negara ini khususnya di dalam pengurusan sesebuah Produksi Filem ataupun Rancangan TV.

Watak Perwatakan

Layar Perak ataupun Televisyen (TV) menampilkan aktor-aktor ataupun pelakon yang memainkan watak-watak yang dibina melalui helaian-helaian skrip. Sebelum kedatangan Islam di dalam 'Sinema Islam', lakonan ataupun pelakon tidak terdedah kepada hal-hal yang

melanggar Garis Panduan Agama iaitu dari cara penyampaian, pakaian, muzik dan pelbagai lagi berkaitan dengan pembinaan watak perwatakan di dalam sesebuah rancangan TV ataupun filem.

Dengan membawa elemen-elemen Maqasid Syariah, filem dan rancangan TV sudah mula terbentuk dengan lebih baik dan tidak menterjemahkan nilai-nilai yang boleh menyebabkan keruntuhan nilai sesebuah masyarakat. Melalui pembinaan watak dan perwatakan di dalam lakonan M Fazmi Hisyam (2012) mengatakan bahawa setiap watak yang menggunakan nilai-nilai Islam akan terlihat lebih teratur dengan penggunaan gaya bahasa dan penyampaian nilai masyarakat akan terlihat bagus dan boleh menjadi satu kaedah dakwah di dalam Dunia Digital. Beliau berpandangan, penggunaan dialog “*Alhamdulillah*”, “*MasyaaAllah*”, dan “*Assalamualaikum*” itu sudah cukup untuk memperlihatkan keluhuran di dalam sebuah cara hidup iaitu Islam.

Pelbagai lagi dialog-dialog yang boleh dijadikan satu objek yang digunakan sebagai elemen dakwah secara digital. Melalui hujahan Fazmi (2012) ini dapatlah dilihat, penulisan seperti Cerpen dan Novel yang memperkenalkan watak perwatakan yang memiliki kriteria Islam padanya boleh juga dikira sebagai dakwah kepada pembaca dan sekiranya penulisan tersebut dijadikan kandungan (*content*) video ringkas bertemakan Islam ini juga boleh dikira sebagai dakwah di dalam dunia digital. Sehubungan itu, dapat disimpulkan bahawa watak perwatakan yang ditampilkan di dalam sesebuah filem ataupun rancangan TV juga merupakan satu kaedah dakwah di dalam dunia digital dan ianya akan menjadi *trend* kepada masyarakat untuk diikuti dan dicontohi.

Penulisan Skrip

Bahasa di dalam sesebuah penulisan adalah sangat kuat dan sangat mempengaruhi pembacanya. Begitu juga penulisan di dalam platform-platform digital seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Blog*, filem dan rancangan TV. Pelbagai nilai-nilai Islam diterapkan di dalam Media Digital seperti penulisan Islam mula menggantikan pelbagai genre. Malahan elemen Islam mula digabungkan dengan pelbagai lagi genre-genre asas di dalam sesebuah hasil Media Kreatif.

Dunia Digital akan memaparkan nilai-nilai yang telah diisi di dalamnya. Pemulaan bagi setiap paparan hendaklah diterapkan dengan nilai-nilai Islam. Maka dengan itu, penulisan skrip adalah satu peringkat yang besar pengaruhnya di dalam membentuk sebuah paparan kreatif yang akan dibawa di dalam Media Kreatif. Anggid Awiyat (2009), di dalam penulisannya menyatakan bahawa menggunakan perkataan daripada Bahasa Arab di dalam sebuah keluaran Media Digital (Filem dan Rancangan TV) juga merupakan satu elemen dakwah.

Menurutnya, penetapan nama program Dakwah Digital juga boleh menjadi satu identiti dakwah di dalam Media Kreatif. Sebagai contoh, Forum Perdana Hal Ehwal Islam yang dipaparkan setiap hari Khamis malam telah menjadi satu identiti Dakwah Digital. Penonton Islam mahupun bukan Islam secara automatik mengetahui program tersebut adalah program TV yang berunsurkan Islam walaupun hanya melalui nama program tersebut (Anggid Awiyat 2009).

Anggid (2009) juga memberitahu bahawa anti-Islam juga wujud di dalam Dunia Digital. Hal ini dapat dilihat melalui kelahiran banyak

filem-filem Eropah yang memaparkan watak-watak jahat yang membawa perwatakan lahiriah Islami dengan memakai jubah, kopiah dan bertutur dengan menggunakan Bahasa Arab. Penulis menyimpulkan bahawa penulisan di dalam Media Kreatif dan Digital ini boleh menjadi salah satu kaedah dakwah digital yang boleh membawa nilai Islam dengan lebih jauh berbanding yang lain dan penulis juga melihat bahawa Penulisan Skrip, Cerpen dan Novel yang didigitalkan amat mempengaruhi pembacanya dengan capaian yang lebih mudah. Yakinlah bahawa penulisan skrip adalah satu elemen yang boleh membawa dakwah digital lebih jauh dan lebih besar peranannya dalam Dunia Media Kreatif.

Penataan Muzik dan Lirik Lagu

Bunyi, sebuah gubahan bunyi menjadi panduan kepada tema dan nilai yang akan dibawa di dalam sesebuah paparan digital. Banyak paparan kini mula mengutarakan nilai-nilai Islam berdasarkan pengamatan penulis. Hal ini dapat dilihat melalui Carta Juara Lagu yang sering dipaparkan di dalam Media Digital seperti Rancangan Radio dan Lagu Tema (OST) bagi sesebuah filem atau drama. Penggunaan tajuk lagu ataupun lirik yang memiliki nilai Islam di dalam sesebuah lagu juga merupakan sebuah dakwah yang disampaikan di dalam bentuk digital.

Penataan bunyi di dalam sesebuah paparan filem ataupun rancangan TV menjadi identiti sesebuah paparan terutamanya paparan yang membawa nilai Islam. Naim Ahmad (2010) menyatakan bahawa pemaparan sebuah visual berdialog yang menunjukkan nilai Islam adalah 'Filem Islam' dan visual yang bisu tidak berdialog tapi dikerumuni oleh suasana atau bunyi-bunyian alunan ayat suci al-Quran juga adalah simbol kepada 'Sinema Islam' dan lebih tepat lagi adalah

filem yang berusnsurkan Islam. Oleh itu, dapatlah dilihat bahawa penggunaan bunyi yang betul dan membawa nilai-nilai Islam juga merupakan elemen penting dalam dakwah secara digital.

Sinematografi Filem dan Rancangan TV

Sinematografi adalah sebuah aspek yang sangat penting di dalam menghasilkan sesebuah paparan. Skrip yang mengutarakan sesuatu nilai hendaklah divisualkan sesuai dengan kehendak skrip tersebut. Begitu juga, dengan skrip yang mengutarakan nilai-nilai Islam juga perlu diterjemahkan kepada visual yang penuh dengan nilai-nilai Islam. *Representing Religion in World Cinema* (2003), tulisan S. Brent Plate membawa pandangan bahawa agama boleh membawa kepada pelbagai tafsiran simbol melalui imej, dialog, perspektif dan panduan.

Setiap penyusunan *frame* hendaklah terlebih dahulu memahami kehendak di dalam skrip. Pada waktu tersebut pihak produksi akan menyenaraikan keperluan-keperluan skrip. Misalnya, skrip yang menonjolkan nilai-nilai Islam akan melebihikan penggunaan bahan-bahan props yang berkaitan dengan nilai-nilai Islam seperti shot yang berlatar belakangkan Monumen Islam, masjid dan lokasi-lokasi yang mempunyai sejarah yang tersendiri seperti Mekah dan Istanbul sepertimana di dalam Filem Islam iaitu Filem *Istanbul Aku Datang* (2012).

Ayu Haswida Abu Bakar (2015) berpandangan keistimewaan bagi sesebuah filem yang membawa nilai Islam ini ialah setiap pergerakan kamera di dalam pembikinan filem akan menyelitkan unsur Dakwah Islamiyyah dengan pelbagai cara dan tanpa memecahkan asas penggerakan kamera sebagai contoh dengan menerapkan imej-

imej yang berkaitan dengan Islam seperti kubah masjid, orang sedang solat, pakaian Muslim dan laungan azan pada setiap *frame* ataupun shot.

KEPENTINGAN DAKWAH DIGITAL DI MALAYSIA

Dakwah Digital sudah mula bergerak sejak berlakunya Revolusi Industri (IR) 4.0 dalam Bidang Digital & Teknologi Maklumat. Ianya menjadi fenomena yang amat mempengaruhi Dunia Digital terutamanya di dalam pembentukan media khususnya Media Kreatif filem dan rancangan TV. Penulis melihat kesemua percampuran diantara elemen Islami dengan elemen Media Kreatif telah melahirkan pelbagai kemajuan dan kemajuan ini amatlah penting dalam membentuk modal insan rabbani kelas pertama. Melalui penulisan ini Kepentingan Dakwah Digital terbahagi kepada lima iaitu;-

Perkembangan Intelektual Islami

Nilai-nilai Islam yang diterapkan di dalam sesebuah paparan digital sama ada filem, rancangan TV ataupun penulisan di media sosial secara langsung akan mendidik masyarakat mengenai indahnya Islam dan hal ini membuatkan dakwah secara tidak langsung berlaku di antara pendakwah dan mad'u. Misalnya rancangan TV seperti *Forum Perdana Hal Ehwal Islam, Al-Kuliyah, Tanyalah Ustaz, Anda Musykil?*. Kesemuanya dapat dilaksanakan sama ada memerlukan penonton untuk datang ke set penggambaran untuk mendengar kuliah ataupun tazkirah, ataupun hanya dengan paparan digital menerusi alat telekomunikasi individu di setiap rumah menjadikan masyarakat lebih mudah untuk mengakses maklumat daripada program TV tersebut.

Merujuk kepada pernyataan tersebut, penulis yakin bahawa dakwah dapat disampaikan dengan pelbagai cara di dalam dunia digital. Sehubungan itu, masyarakat dapat menetapkan hala tuju intelektual yang lebih jelas dengan nilai-nilai Islam yang diterapkan di dalam setiap paparan.

Meningkatkan Kebolehpasaran Da'ie Millenia

Pelbagai rancangan TV yang mengutarakan Islam sebagai tema utama cuba mewujudkannya demi memenuhi permintaan pasaran dalam bidang agama. Selain daripada nilai-nilai Islam cuba untuk menjadi kandungan (content) kepada paparan, rancangan TV seperti dokumentari dan filem yang berasaskan nilai-nilai Islam juga semakin banyak ditayangkan seperti *Majalah 3*, *Jejak Rasul*, *Dokumentari Khazanah Borneo*, *Syahadah* dan lain-lain.

Seiring dengan perkara tersebut, permintaan terhadap da'ie-da'ie yang berkebolehan dalam Bidang Multimedia semakin meningkat. Hal ini, membolehkan banyak peluang penyampaian dakwah di dalam Dunia Digital berlangsung. Seterusnya, telah melahirkan ramai lagi pencipta *content* Islamik yang kaya dengan ilmu, juga merupakan penyumbang kepada wujudnya dakwah di dalam Dunia Digital. Ini adalah salah satu kepentingan wujudnya Dunia Dakwah Digital terhadap perkembangan Metode Dakwah Islamiyyah di dunia khususnya Malaysia agar terus subur dan berkembang serta dakwah ini dapat sampai ke dalam hati seluruh lapisan masyarakat tanpa batasan.

KESIMPULAN

Melihat kepada keseluruhan perbincangan, hasil dapatan telah mengenal pasti bahawa keperluan Pasaran Dakwah Digital di Malaysia amatlah penting. Ianya dapat dilihat dan diamati melalui huraian perbincangan di tulisan yang mengutarakan ciri-ciri, fungsi dan kepentingan bagi dakwah di dalam dunia digital. Penulis juga melihat bahawa bidang Pengajian Islam juga boleh mengorak langkah di dalam Industri Kreatif dan Digital seterusnya mengembangkan lagi pelbagai kaedah penyampaian dakwah yang membawa kepada Pasaran Dunia Digital yang lebih besar khususnya dalam bidang dakwah.

Manhaj Dasar Rabbani yang mengalir di dalam Dunia Digital telah membentuk satu acuan genre paparan filem dan rancangan TV. Ianya menjadikan Islam sebagai isi utama di dalam paparan tersebut. Manhaj Dasar Rabbani juga menjadi kayu ukur ataupun asas utama di dalam penghasilan paparan digital yang seterusnya membentuk peribadi Islam di dalam Industri Media Kreatif Malaysia.

RUJUKAN

- Acryl Sani Abdullah Sani. (2021). 20 Jun. Sinar Harian. *Dikemas Kini : Lagi Iklan Raya Promosi Judi Disiasat*.
[https://www.sinarharian.com.my/article/134022/BERITA/Semasa/\[DI KEMAS-KINI\]-Lagi-iklan-raya-promosi-judi-disiasat](https://www.sinarharian.com.my/article/134022/BERITA/Semasa/[DI KEMAS-KINI]-Lagi-iklan-raya-promosi-judi-disiasat)
- Astro Awani. (2021). 15 Mei. Bernama *Penggunaan Teknologi Digital Meningkatkan Ketika Pandemik COVID-19 – LPPKN*.
<https://www.astroawani.com/berita-malaysia/penggunaan-teknologi-digital-meningkat-ketika-pandemik-covid19-lppkn-298134>
- Awiyat, A. (2009). *Propaganda Barat Terhadap Islam Dalam Film* (Studi Tentang Makna Simbol Dan Pesan Film "Fitna" Menggunakan Analisis Semiologi Komunikasi). Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Ayu Haswida Abu Bakar. (2015). Konsep Tema 'Islamik' Dalam 'Filem Islamik' Syurga Cinta (2009). *Jurnal Pengajian Melayu*, 26(1), 167-185.
http://www.myjurnal.my/public/issue-view.php?id=8046&journal_id=308
- Fazmi Hisyam. (2012). *Analisis Rekaan Visual Di Dalam Filem 'A Separation'*. Kuala Lumpur: Akademi Seni Persembahan dan Warisan Kebangsaan.
- Plate S. Brent. (2003). *Representing Religion in World Cinema: Filmakin, Mythmaking, Cultural Making*. New York: Hamilton Collage. DOI:10.1007/978-1-137-100344
- Rafidah Mat Ruzki. (2021). 25 Januari. Berita Harian. Kerajaan perkenalkan Dasar Manhaj Rabbani, Konsep Dekat Dengan Masyarakat.
<https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2021/01/779646/kerajaanperkenalkan-dasar-manhaj-rabbani-konsep-dekat-dengan>

- Tuan Buqhairah Tuan Muhamad Adnan. (2021). 25 Januari. Sinar Harian. *Manhaj Rabbani Diangkat Sebagai Dasar Hal Ehwal Agama*.
<https://www.sinarharian.com.my/article/120763/BERITA/Nasional/ManhajRabbani-diangkat-sebagai-dasar-Hal-Ehwal-Agama>
- Muhamad Alihanafiah Norasid. (2011). Manhaj Rabbani oleh Sa'īd Ḥawwā dalam Pembangunan Modal Insan: Tumpuan kepada Karya al-Asās fī al-Tafsīr. *Jurnal Usuluddin* 33 (Januari – Jun 2011).
- Naim Ahmad. (2010). *'Filem Islam': Satu Pembicaraan*. Shah Alam: Uni-N Production Sdn. Bhd.
- Norman Yusoff. (2017). Islamic Cinema – Generic Label Or Spritual Entity. Di Dalam Buku Solehah Ishak & Maszalida Hamzah. *Islamic Performing Arts: An Artistic Discourse*. UiTM Press: Shah Alam.

TAHAP PENERIMAAN NON- MUSLIM TERHADAP AKTIVITI- AKTIVITI PENYEBARAN AGAMA ISLAM MELALUI PENYIARAN RADIO DAN TELEVISYEN

**Noor Amani Mohamed Hussin
Kolej Islam Antarabangsa Sultan Ismail Petra**

TAHAP PENERIMAAN NON-MUSLIM TERHADAP AKTIVITI-AKTIVITI PENYEBARAN AGAMA ISLAM MELALUI PENYIARAN RADIO DAN TELEVISYEN

Noor Amani Mohamed Hussin
Kolej Islam Antarabangsa Sultan Ismail Petra
amanihussin@gmail.com

ABSTRAK

Medium penyiaran Islam berperanan penting dalam membantu dan menggerakkan aktiviti islam dengan lebih tersusun dan berkesan. Sebahagian daripada sarjana percaya medium ini mempunyai fungsi yang lebih luas berbanding medium-medium yang lain. Dunia penyiaran seperti radio dan televisyen dilihat sebagai komunikasi dakwah yang terawal yang bersasaskan teknologi. Namun, persoalan yang timbul adalah tahap minat dan penerimaan golongan Non-Muslim kepada aktiviti dakwah melalui medium ini adalah masih bersifat sederhana meskipun penyiaran pada hari ini telah berpindah kepada dunia digital. Metodologi yang telah digunakan bagi kajian ini adalah secara kuantitatif, pengkaji menggunakan kajian tinjauan dan populasi responden bagi kajian ini adalah masyarakat non- muslim terutamanya bangsa cina dan india yang berjumlah 325 orang yang menetap di semenanjung Malaysia. Hasil kajian terhadap minat non-muslim terhadap radio dan televisyen masih bersifat sederhana berbanding penerimaan islam melalui sikap yang ditunjukkan oleh umat Islam itu sendiri. Penulis percaya bahawa perbincangan lanjut tentang perkara ini perlu dilakukan bagi membantu para sarjana mengenalpasti punca kepada permasalahan ini dengan lebih baik.

KATA KUNCI: Penyiaran, Radio, Televisyen, Penerimaan Dakwah, Non-Muslim.

PENDAHULUAN

Terdapat banyak perbahasan dikalangan para ahli tafsir tentang kaedah penyebaran syiar islam dalam al-Quran. Berdasarkan Zulkiple Abd Ghani (2010), menurut para ahli tafsir kalimah 'makhluk' dalam surah al-mursalat ayat 1-6 merujuk kepada 'angin' atau 'malaikat'. Ada juga yang menyatakan ayat 1-3 merujuk kepada angin manakala ayat 4 hingga 6 pula merujuk kepada malaikat (Tafsir Pimpinan ar-Rahman). Selain itu, A.yusof Ali (1983) pula merujuk al-Mursalat (mereka yang diutus) sebagai angin yang cukup berkuasa menentukan urusan dunia fizikal. Al-Mursalat juga menurut beliau *"they all literally carry sound, and therefore Message, and metaphorically they are instrumental in making God's Revelation assesible to the hearers."* tafsiran tentang al-Mursalat boleh dikaitkan dengan teknologi komunikasi dan ia boleh membuka satu lembaran baru tentang ayat-ayat Allah yang membuktikan kebesaran-Nya. Ini menunjukkan al-Quran telah membuktikan wujud kaedah penyebaran syiar Islam melalui kaedah komunikasi dakwah.

Menurut al-Bayanuni (1995) dakwah secara istilah bermaksud menyampaikan Islam, mendidik manusia kepada Islam dan mengamalkan amalan yang dituntut dalam Islam dengan sepenuh hati. Pemilihan medium dakwah yang bersesuaian dengan keperluan mad'u dan pendengar adalah penting bagi memastikan Islam terus dapat difahami dengan baik terutamanya kepada golongan non-muslim. Menurut Ab. Aziz Mohd. Zin (1999) pengertian dakwah perlulah dilaksanakan melalui program-program yang diatitkan sebaik-baiknya bertujuan untuk mempengaruhi sasaran.

Non-Muslim dapat difahami sebagai golongan yang tidak beriman kepada Allah, menyembah selain Allah, berpura-pura beriman, ingkar dengan menentang setelah diseru kepada Islam dan mengakui Allah dengan perantaraan-perantaraan tertentu sebagai bantuan yang menjadi sembah.

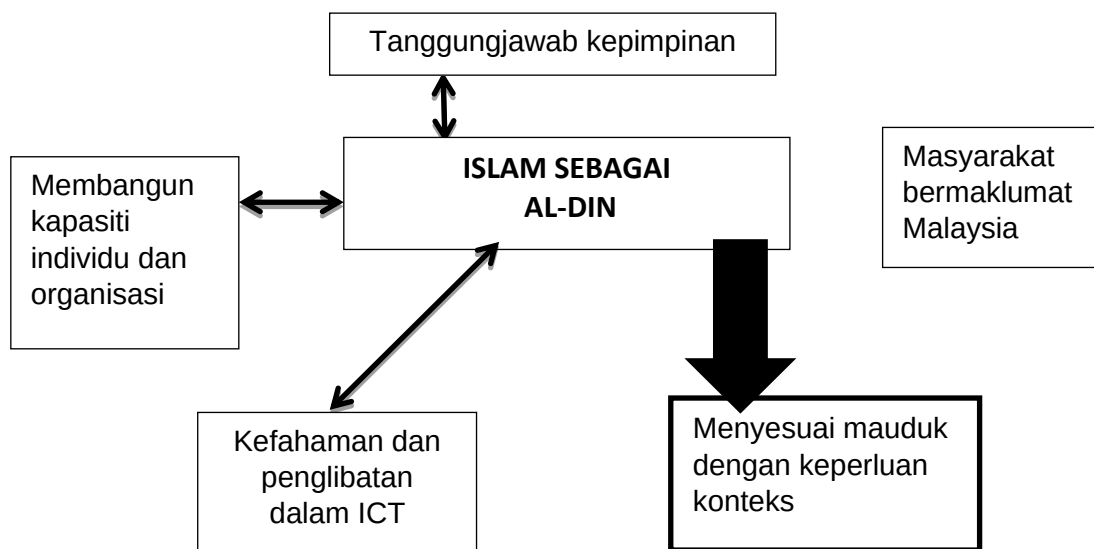
Manakala berdasarkan Yusuf Marlon Abdullah (2019), penerimaan pula menurut kamus dewan edisi yang keempat, penerimaan bererti perihal iaitu perbuatan menerima, penyambutan, sambutan, penilaian, penghargaan, keizinan, kebenaran, sikap terhadap, anggapan terhadap dan juga tanggapan. Definisi lain penerimaan merupakan sikap seseorang yang menerima orang lain apa adanya secara keseluruhan, tanpa disertai sebarang syarat atau penilaian. Oleh itu, di dalam kajian ini, pengkaji ingin melihat sikap masyarakat non-Muslim dalam menerima aktiviti-aktiviti masyarakat Islam di negara kita, Malaysia.

Bertepatan dengan gaya hidup dan bertujuan meningkatkan minat dan penerimaan masyarakat terutamanya golongan non-muslim kepada cara hidup islam, metodologi dan kaedah dakwah perlu diselaraskan dengan penggunaan teknologi dan digital. Menurut Zulkiple Abd Ghani (2010) dakwah dalam era siber merujuk kepada proses penyampaian dan perkongsian mesej Islam menggunakan alatan dan instrument komunikasi baru yang menggabungkan teknologi komputer, satelit dan penyiaran. Dunia penyiaran seperti radio dan televisyen juga telah bertukar kepada perisian yang lebih terkini iaitu melalui penyiaran satelit dan digital. Tengku Mohd. Azman (1998) telah mengemukakan strategi agar setiap Negara Islam digalakkan membangunkan kemahiran dan bidang ICT mengikut tahap masing-masing. Malaysia boleh dikategorikan sebagai negara islam terawal dalam menghasilkan teknologi baru berbanding penggunaan internet di Negara Arab Saudi. Buktinya, dapatan kajian dari Universiti Tel Aviv oleh Joshua Teitelbum (2002;225) menunjukkan cabaran yang perlu dihadapi oleh Negara arab adalah perlu mengekalkan imej 'penjaga' Islam dan pengguna ICT dianggap bakal membuka banyak peluang bagi merosakkan penghayatan Islam. Kerajaan Arab Saudi perlu bertindak secara konservatif dan berhati-hati mengenai unsur-unsur yang bertentangan dengan budaya, nilai agama, politik dan ekonomi masyarakatnya.

Tidak dapat dinafikan Malaysia pantas bergerak seiring dengan tuntutan semasa dalam menyebarkan syiar Islam. Meskipun telah hampir tiga dekad negara ini telah berjaya menguasai dunia penyiaran Islam namun tahap minat dan penerimaan masyarakat terutamanya kalangan golongan non-Muslim terhadap kandungan penyiaran radio dan televisyen yang berunsurkan nilai-nilai Islam masih lagi bersifat sederhana. Ini telah dibuktikan melalui hasil dapatan kajian yang telah dijalankan oleh penulis. Oleh itu, perbincangan tentang tahap penerimaan dan minat non-muslim terhadap kandungan penyiaran Islam perlu dilihat dengan lebih baik melalui perbincangan akademik.

KERANGKA KONSEP

Penulis telah merujuk kepada kerangka kerja analisis Islam yang telah dibahaskan oleh Zulkiple Abd Ghani (2010) dalam buku beliau bertajuk 'Dakwah dalam Era Siber di Malaysia', rajah di bawah merupakan kerangka analisis Islam dan pendekatan yang dakwah yang telah dicadangkan dalam Koridor Raya Multimedia yang kini dikenali sebagai MSC Malaysia;



Rajah 1: Kerangka Analisis Islam

Kerangka ini dipilih kerana menekankan peranan islam sebagai sumber dan maklumat utama yang perlu disalurkan kepada masyarakat melalui medium komunikasi yang berkesan dan melibatkan semua jaringan media termasuklah dunia penyiaran. Aspek penyediaan mauduk atau kandungan dakwah yang sesuai perlu diberi perhatian dalam penyampaian maklumat bagi memastikan kandungan tersebut dapat diterima baik oleh masyarakat.

Aplikasi dan hubungan yang tepat antara perkara-perkara di atas mampu membantu pendakwah menerbitkan kandungan dakwah yang lebih menarik dan berkesan kepada mad'u. Perancangan kandungan dakwah perlu melihat kembali kepada perkara asas iaitu 'islam sebagai al-din' serta syiar islam perlu dihubungkan kepada masyarakat melalui penggunaan medium yang sesuai dan dekat dengan mad'u. Penguasaan teknologi dan digital beserta kefahaman yang jelas tentang komunikasi dakwah sebagai penyampai maklumat islam dapat membantu penerbit dan pendakwah terus menerbitkan rancangan yang sesuai terutamanya kepada golongan non-Muslim.

Aspek lain seperti peranan pemimpin, sumbangan kemahiran dan kepakaran daripada individu dan organisasi yang terlibat secara langsung dalam dunia komunikasi dakwah juga perlu diambil kira dalam membangunkan kandungan dakwah yang lebih berkesan dan dapat menarik minat golongan non-muslim kepada Islam.

LATAR BELAKANG KAJIAN DAN KAJIAN LITERATUR

Menurut statistik yang dikeluarkan oleh Jabatan Perangkaan Malaysia pada 31 Julai 2018, masyarakat Malaysia pada hari ini berjumlah 32, 385.0 juta dengan kadar pertumbuhan tahunan 1.1% dimana ianya terdiri daripada 29, 062.3 juta warganegara dan 3, 322.7 juta bukan warganegara. Manakala, jika dilihat mengikut kumpulan etnik, etnik bumiputera terdiri daripada 20.07 juta iaitu sebanyak 69.1%. Hal ini mencatatkan peningkatan 0.3 mata peratus bumiputera berbanding tahun 2017. Seterusnya, diikuti dengan etnik Cina iaitu sebanyak 6.69 juta penduduk juga 23.0%. Masyarakat etnik India pula terdiri daripada 2.01 juta iaitu 6.9% dan bagi etnik lai-lain sebanyak 0.29 juta iaitu 1.0%.

Malaysia merupakan sebuah negara yang terkenal dengan masyarakat yang berbilang kaum dan agama. Umat Islam merupakan kumpulan terbesar berbanding penganut agama yang lain. Setelah hampir 64 tahun menikmati kemerdekaan, rakyat di negara ini telah hidup bersama dengan aman. Meskipun mereka telah hidup berjiran dan bersama dalam tempoh masa yang lama, minat masyarakat *non-Muslim* terhadap Islam dilihat masih kurang dan terdapat beberapa kajian menunjukkan beberapa persepsi negatif telah diberikan oleh mereka terhadap Islam dan umat Islam itu sendiri (Fatimah Ali, 2010). Oleh itu, kajian ini dijalankan bertujuan untuk melihat dengan lebih mendalam kepada perkara-perkara yang menjadi punca kepada kurangnya

minat masyarakat *non-Muslim* untuk mendekati, mendalami seterusnya memeluk agama Islam.

Di dalam artikel oleh Hairulazim Mahmud (2016) yang berjudul 'Dakwah kita lemah', beliau memetik kata-kata daripada Ketua Program Dakwah dan Pengurusan Islam Universiti Sains Islam Malaysia Prof Madya Dr. Kamaluddin Nurdin Marjuni iaitu, "kegagalan kebanyakan pendakwah kita menarik golongan bukan Islam kerana mereka lemah dan kurang maklumat mengenai agama lain". Islam juga mengingatkan pendakwah supaya mereka menguasai serta memahami medan dan sasaran dakwah termasuk kepada bukan Islam. Namun, jika pendakwah gagal, mereka diibaratkan sebagai tentera yang melakukan serangan, akan tetapi tiada maklumat berkaitan lawannya. Prof Madya Dr. Kamaluddin Nurdin kemudian memberi contoh pendakwah antarabangsa Dr. Zakir Naik yang berjaya dalam menarik minat bukan Muslim kepada Islam kerana beliau berdakwah menggunakan tiga metodologi pendekatan iaitu pendekatan falsafah, pengajaran dan bermujadalah atau berdiskusi. Penulis juga berpandangan Dr. Zakir Naik juga merupakan pendakwah yang aktif menggunakan medium komunikasi dakwah melalui penerbitan saluran penyiarannya tersendiri yang dinamakan '*peace TV*'.

Tidak dinafikan pelbagai alternatif dan kreativiti yang telah diusahakan oleh pihak kerajaan, swasta dan persendirian bagi menghidupkan penyiaran Islam di Negara ini. Zulkiple Abd Ghani (2011) mengatakan bahawa penubuhan stesen televisyen seperti TV Al-Hijrah bertujuan menyatupadukan ummah serta memupuk perpaduan masyarakat majmuk sepertimana yang dianjurkan Islam. Berdasarkan hasil kajian yang dijalankan oleh Panji Hidayat Mazhisham dan Muhammad Yusuf Khalid (2015) bertajuk *Kajian Persepsi Penonton Terhadap Rancangan Dialog Harmoni di TV Al-Hijrah Sebagai Medium Dialog Antara Agama di Malaysia* menunjukkan berada pada tahap yang tinggi (min 3.90) namun masih terdapat sesetengah pihak yang tidak bersetuju terhadap

rancangan Dialog Harmoni ini. Hal ini turut disokong oleh Rosmawani Md Zain (2013) yang menyatakan bahawa terdapat masyarakat yang kurang senang dengan penyiaran rancangan ini. Tambahan beliau lagi, terdapat juga pihak agama Islam di Malaysia yang tidak bersetuju rancangan ini disiarkan di kaca televisyen. Bukan setakat itu sahaja, malahan Rosmawani Md Zain (2013); Tengku Ismail (2014) menyatakan wujud beberapa pihak tertentu yang kurang berpuas hati terhadap penyiaran rancangan Dialog Harmoni di TV Al-Hijrah ini atas alasan rancangan ini bersifat pluralisme. Oleh itu, penyiaran rancangan Dialog Harmoni ini telah mengundang ketidakpuasan hati sesetengah pihak dalam kalangan masyarakat penganut pelbagai agama di negara ini.

Dapatan ini menunjukkan masih terdapat ruang yang perlu dilihat dan diperbaiki dari sudut penyediaan kandungan televisyen bagi memastikan tujuan utama program ini diterbitkan adalah untuk memberi kefahaman yang baik kepada golongan non-muslim tentang agama islam serta dapat meningkatkan minat mereka kepada islam.

Menurut Penolong Pengarah Kanan, Bahagian Penyiaran, Jabatan Kemajuan Islam Malaysia Mohamad Zarifi Mohamad Daud (2021), Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) telah berperanan dalam penyiaran Islam seawal tahun 1994 dan telah menerbitkan 13 rancangan secara mingguan. Rancangan yang paling mendapat tontonan tertinggi adalah Forum Perdana Hal Ehwal Islam. Namun, menurut beliau hari ini para ilmuan dan pihak industri dalam kalangan penerbit dan pasukan produksi perlu duduk semeja berfikir menghasilkan format rancangan yang segar serta mampu menarik minat pelbagai lapisan umur. Suatu masa dahulu, rancangan realiti mendapat tempat dalam kalangan penonton, tetapi hari ini, kita mendapati rancangan berkonsepkan tadabur al-Quran pula mendapat perhatian.

Berdasarkan sorotan kajian yang telah dilakukan oleh Mohd Daly Daud (2012), sebuah kajian Pengukuran Pendengar Radio (RAM) Nielsen (2011) melaporkan bahawa rakyat Malaysia merupakan pendengar radio tertinggi di Asia Pasifik dengan purata 21 jam 342 minit seminggu berbanding Australia, Singapura, Thailand, Indonesia dan Filipina. Berdasarkan kaji selidik radio Nielsen 2010, stesen radio swasta, Suria FM dan Red FM telah menunjukkan peningkatan ketara berbanding stesen-stesen radio lain. Kaji selidik ini meletakkan kedua-dua stesen radio ini di kedudukan peningkatan terpantas stesen radio Bahasa Melayu dan Inggeris di Malaysia. Berdasarkan sorotan kajian dan perbincangan di atas, perkembangan dunia penyiaran Islam di Malaysia telah berjalan seiring dengan tuntutan semasa, namun tidak dapat dinafikan tahap penerimaan dan minat masyarakat terutamanya golongan non-muslim terhadap penyiaran islamik melalui radio dan televisyen di Negara ini masih berada di tahap sederhana.

METODOLOGI KAJIAN

Dalam kajian ini, reka bentuk kajian yang digunakan adalah secara kuantitatif. Bagi penyelidikan kuantitatif, pengkaji menggunakan kajian tinjauan (*survey*) untuk mendapatkan data. Soal selidik merupakan instrumen utama untuk mendapatkan data daripada responden yang terdiri daripada masyarakat *non-Muslim* merangkumi beberapa negeri di Semenanjung Malaysia seperti Selangor, Melaka, Perak dan Pulau Pinang. Populasi kajian ini terdiri daripada responden bukan Islam terutamanya masyarakat bangsa Cina dan India yang menetap di Semenanjung Malaysia. Kesemua responden berjumlah seramai 325 orang yang menetap di kawasan bandar dan juga di luar bandar seperti di negeri Selangor, Pulau Pinang, Melaka dan Perak. Pemilihan responden diambil secara rawak dan menganut agama selain daripada Islam serta

mengamalkan budaya dan cara hidup *non-Muslim*. Pemilihan utama pengkaji terhadap empat lokasi iaitu Selangor, Perak, Melaka dan Pulau Pinang adalah disebabkan terdapatnya perkampungan-perkampungan dan kawasan majoriti masyarakat *non-Muslim* di empat negeri ini seperti di Perkampungan Portugis, *China Town*, *Little India* dan lain-lain.

Dalam kajian ini, instrumen soal selidik digunakan sebagai alat untuk mengumpul data mengenai penerimaan masyarakat bukan Islam terhadap dakwah Islam di Malaysia. Item-item dalam instrumen adalah dibentuk berdasarkan pelbagai sumber seperti instrumen-instrumen yang telah digunakan oleh pengkaji-pengkaji lain, definisi operasional dan ulasan kepustakaan yang berkaitan. Kajian ini telah memilih soalan jenis tertutup (*close-ended*) yang terdiri daripada dua item Ya atau Tidak serta skala jawapan jenis likert lima peringkat dalam instrumen soal selidik sebagai skala jawapan responden terhadap pernyataan yang di gunakan.

Di dalam kajian ini, kesahan kandungan item-item bagi soal selidik telah dilakukan dalam kalangan ahli penyelidik. Proses kesahan kandungan ini dilakukan dengan tujuan untuk memantapkan lagi isi kandungan, penggunaan bahasa dan juga kejelasan maksud setiap item di dalam soal selidik tersebut. Oleh itu, pengkaji telah memberi perhatian dan membuat pembetulan kepada teguran dan komentar daripada pakar bagi tujuan menghasilkan pernyataan yang lebih jelas dan tepat.

HASIL DAN PERBINCANGAN

Demografi Responden:

Jadual 1: Demografi Responden

Item		Kekerapan (F)	Peratus (%)
Jantina	Lelaki	193	59.4
	Perempuan	132	40.6
Umur	<18	58	17.8
	19-25	136	41.8
	26-30	67	20.6
	31-40	32	9.8
	>41	32	9.8
Tahap Pendidikan	Tiada Pendidikan	25	7.7
	Sekolah Rendah	43	13.2
	PMR	31	9.5
	SPM/STPM	76	23.4
	Diploma/Ijazah	138	42.5
	Sarjana/PhD	12	3.7
Bangsa	Cina	147	45.2
	India	144	44.3
	Orang Asli	2	.6
	Etnik Sabah	3	.9
	Etnik Sarawak	1	.3
	Lain-lain	28	8.6
Agama	Kristian	54	16.6
	Hindu	140	43.1
	Sikh	2	.6
	Buddha	116	35.7
	Animisme	2	.6
	Atheis	11	3.4

Hasil daripada kajian mendapati bahawa majoriti daripada responden adalah lelaki iaitu sebanyak 193 orang (59.4%) manakala perempuan adalah sebanyak 132 orang (40.6%). Berkaitan dengan umur responden pula, majoriti daripada responden adalah berumur 19-25 tahun iaitu sebanyak 136 orang

(41.8%), diikuti 26-30 tahun iaitu seramai 67 orang (20.6%), <18 tahun sebanyak 58 orang (17.8%), dan bagi umur 31-40 dan >41 masing-masing mempunyai frekuensi yang sama iaitu 32 (9.8%).

Dari sudut tahap pendidikan, kebanyakan responden memegang diploma/ijazah iaitu 138 (42.5%), diikuti SPM/STPM dengan 76 (23.4%) kemudian sekolah rendah iaitu 43 (13.2%), seterusnya di tahap PMR sebanyak 31 (9.5%), tiada pendidikan 25 (7.7%) dan sarjana/PhD sebanyak 12 (3.7%). Bagi bangsa pula, bangsa Cina mendahului dengan 147 orang (45.2%) kemudian bangsa India iaitu 144 orang (44.3%), diikuti lain-lain dengan 28 (8.6%), etnik Sabah 3 orang (0.9%), orang asli 2 orang (0.6%) dan etnik Sarawak seorang (0.3%).

Akhir sekali, mengikut agama, Hindu mendahului dengan 140 (43.1%), kemudian Buddha dengan 116 (35.7%), Kristian dengan 54 (16.6%), ateis 11 (3.4%), Sikh dan animisme masing-masing berjumlah 2 (0.6%).

Penerimaan Non-Muslim Terhadap Aktiviti-Aktiviti Masyarakat Islam Di Malaysia

Demografi Responden

Jadual 2: Demografi Responden

Item		Kekerapan (F)	Peratus (%)
Jantina	Lelaki	193	59.4
	Perempuan	132	40.6
Umur	<18	58	17.8
	19-25	136	41.8
	26-30	67	20.6
	31-40	32	9.8
	>41	32	9.8

Tahap Pendidikan	Tiada Pendidikan	25	7.7
	Sekolah Rendah	43	13.2
	PMR	31	9.5
	SPM/STPM	76	23.4
	Diploma/Ijazah	138	42.5
	Sarjana/PhD	12	3.7
Bangsa	Cina	147	45.2
	India	144	44.3
	Orang Asli	2	.6
	Etnik Sabah	3	.9
	Etnik Sarawak	1	.3
	Lain-lain	28	8.6
Agama	Kristian	54	16.6
	Hindu	140	43.1
	Sikh	2	.6
	Buddha	116	35.7
	Animisme	2	.6
	Atheis	11	3.4

Hasil daripada kajian mendapati bahawa majoriti daripada responden adalah lelaki iaitu sebanyak 193 orang (59.4%) manakala perempuan adalah sebanyak 132 orang (40.6%). Berkaitan dengan umur responden pula, majoriti daripada responden adalah berumur 19-25 tahun iaitu sebanyak 136 orang (41.8%), diikuti 26-30 tahun iaitu seramai 67 orang (20.6%), <18 tahun sebanyak 58 orang (17.8%), dan bagi umur 31-40 dan >41 masing-masing mempunyai frekuensi yang sama iaitu 32 (9.8%).

Dari sudut tahap pendidikan, kebanyakan responden memegang diploma/ijazah iaitu 138 (42.5%), diikuti SPM/STPM dengan 76 (23.4%) kemudian sekolah rendah iaitu 43 (13.2%), seterusnya di tahap PMR sebanyak 31 (9.5%), tiada pendidikan 25 (7.7%) dan sarjana/PhD sebanyak 12 (3.7%). Bagi bangsa pula, bangsa Cina mendahului dengan 147 orang (45.2%)

kemudian bangsa India iaitu 144 orang (44.3%), diikuti lain-lain dengan 28 (8.6%), etnik Sabah 3 orang (0.9%), orang asli 2 orang (0.6%)) dan etnik Sarawak seorang (0.3%).

Akhir sekali, mengikut agama, Hindu mendahului dengan 140 (43.1%), kemudian Buddha dengan 116 (35.7%), Kristian dengan 54 (16.6%), ateis 11 (3.4%), Sikh dan animisme masing-masing berjumlah 2 (0.6%).

Jadual 3: Keputusan Penerimaan Non-Muslim Terhadap Aktiviti-Aktiviti Masyarakat Islam Di Malaysia

Bil.	Perkara	STS	TS	TP	S	SS	Min	Interpretasi
E1	Suara azan di masjid berdekatan sering mengganggu tidur saya	45 (13.8%)	139 (42.8%)	69 (21.2%)	51 (15.7%)	21 (6.5%)	2.58	Sederhana
E2	Aktiviti ceramah yang dianjurkan oleh pihak masyarakat Muslim mengganggu hidup saya	32 (9.8%)	145 (44.6%)	104 (32%)	31 (9.5%)	13 (4%)	2.53	Sederhana
E3	Solat pada hari Jumaat menyebabkan kesesakan jalan raya	30 (9.2%)	98 (30.2%)	87 (26.8%)	85 (26.2%)	25 (7.7%)	2.93	Sederhana
E4	Saya suka tinggal di sekitar masjid	23 (7.1%)	77 (23.7%)	172 (52.9%)	41 (12.6%)	12 (3.7%)	2.82	Sederhana
E5	Saya suka membaca tentang Islam	19 (5.8%)	71 (21.8%)	176 (54.2%)	47 (14.5%)	12 (3.7%)	2.88	Sederhana
E6	Saya suka mendengar cerita-cerita dari kawan-kawan Melayu tentang Islam	13 (4%)	59 (18.2%)	138 (42.5%)	97 (29.8%)	18 (5.5%)	3.15	Tinggi

E7	Saya suka menonton ceramah atau sebarang rancangan berkaitan agama Islam di televisyen	22 (6.8%)	112 (34.5%)	135 (41.5%)	41 (12.6%)	15 (4.6%)	2.74	Sederhana
E8	Saya suka mendengar ceramah atau sebarang rancangan berkaitan agama Islam di radio	23 (7.1%)	115 (35.4%)	136 (41.8%)	39 (12%)	12 (3.7%)	2.70	Sederhana
E9	Saya suka memakai pakaian masyarakat Melayu	12 (3.7%)	57 (17.5%)	99 (30.5%)	132 (40.6%)	25 (7.7%)	3.31	Tinggi
E10	Saya suka membeli binatang sembelihan orang Melayu	29 (8.9%)	43 (13.2%)	120 (36.9%)	110 (33.8%)	23 (7.1%)	3.17	Tinggi
E11	Saya suka mendengar ayat-ayat al-Quran di masjid	26 (8%)	86 (26.5%)	143 (44%)	57 (17.5%)	13 (4%)	2.83	Sederhana
E12	Masyarakat Melayu menggambarkan imej Islam yang sebenar	11 (3.4%)	45 (13.8%)	131 (40.3%)	115 (35.4%)	23 (7.1%)	3.29	Tinggi
E13	Saya suka bergaul dengan masyarakat Melayu	11 (3.4%)	21 (6.5%)	66 (20.3%)	175 (53.8%)	52 (16%)	3.73	Tinggi

E14	Masyarakat Melayu suka memberikan bantuan kepada golongan non-Muslim	4 (1.2%)	19 (5.8%)	108 (33.2%)	150 (46.2%)	44 (13.5%)	3.65	Tinggi
E15	Masyarakat Islam suka memberikan bahan-bahan bacaan berkaitan Islam kepada saya	27 (8.3%)	79 (24.3%)	158 (48.6%)	47 (14.5%)	14 (10.5%)	2.82	Sederhana
E16	Kerjasama program antara masyarakat Muslim dengan non-Muslim sering diadakan	17 (5.2%)	30 (9.2%)	126 (38.8%)	118 (36.3%)	34 (3.4%)	3.38	Tinggi
E17	Masyarakat Islam pernah menganjurkan program berbentuk keagamaan untuk memberikan kefahaman kepada non-Muslim tentang Islam	15 (4.6%)	65 (20%)	152 (46.8%)	72 (22.2%)	21 (6.5%)	3.06	Tinggi
E18	Saya suka cara orang Melayu mengadakan urusan jual beli	6 (1.8%)	32 (9.8%)	98 (30.2%)	160 (49.2%)	29 (8.9%)	3.54	Tinggi
E19	Saya tertarik dengan cara orang Melayu berinteraksi dengan non-Muslim	15 (4.6%)	22 (6.8%)	88 (27.1%)	165 (50.8%)	35 (10.8%)	3.56	Tinggi
Min Keseluruhan							3.09	Tinggi

Secara keseluruhannya min dapatan min berkaitan penerimaan non-Muslim terhadap aktiviti-aktiviti masyarakat Muslim di Malaysia adalah tinggi iaitu 3.09. Namun, terdapat beberapa item yang masih menunjukkan min di tahap yang sederhana seperti E7 dan E8 di mana penerimaan responden terhadap rancangan agama di penyiaran radio dan televisyen yang masih bersifat sederhana.

KESIMPULAN

Setelah perbincangan secara terperinci dilakukan, tidak dapat dinafikan keseluruhan hasil dapatan kajian menunjukkan penerimaan yang tinggi dan positif dalam kalangan responden. Melihat kepada hasil dapatan ini, dapatlah disimpulkan bahawa kecenderungan masyarakat *non-Muslim* untuk menerima dakwah juga adalah tinggi. Namun, selepas hampir tiga dekad Malaysia menguasai dunia penyiaran islamik, tahap penerimaan dan minat non-muslim terhadap islam melalui penerbitan program-program televisyen dan radio masih di tahap sederhana.

Melihat kepada keperluan penyiaran Islam pada hari ini, tugas serta tanggungjawab penerbitan kandungan islamik dalam dunia penyiaran bukan lagi menjadi tanggungjawab kepada mereka yang bertugas secara langsung dalam bidang komunikasi dan media semata-mata, namun tanggungjawab ini perlulah dipikul oleh kesemua pendakwah dengan memupuk minat untuk mendekati dan mempelajari media dakwah yang pelbagai dan bukanlah terikat kepada satu-satu kaedah sahaja. Penyebaran syiar Islam perlu diteruskan mengikut keperluan dan tuntutan semasa, kegagalan pendakwah dalam menguasai kepelbagaian wasilah dan medium dakwah akan menjauhkan sasaran dengan lebih jauh.

Para pendakwah juga perlu memperakui kehebatan serta kesungguhan yang telah ditunjukkan oleh musuh-musuh islam dalam menjatuhkan kesucian islam melalui penguasaan teknologi dan komunikasi. Oleh itu, penulis percaya pemantapan dari aspek penyediaan kandungan penerbitan serta sikap tanggungjawab yang tinggi dikalangan pendakwah mampu menjadikan penyiaran ini lebih mendapat perhatian dan berkesan kepada golongan non-muslim.

SUMBANGAN KAJIAN

Kajian ini mampu memberi sumbangan kepada beberapa perkara; pertama, dapat membantu para pengkarya dan penerbit dalam menyedari tahap penerimaan program-program islamik di kalangan non-muslim pada hari ini yang masih di tahap sederhana. Dapatan ini juga dapat membantu mereka untuk menilai kandungan-kandungan program yang lebih sesuai dan dekat dengan pendengar dan juga penonton.

Kedua, kajian ini juga diharapkan dapat membantu para sarjana dalam mengenalpasti faktor-faktor yang menyebabkan kandungan ini tidak sampai kepada masyarakat sebagaimana tujuan utama penerbitan program tersebut. Ketiga, kajian ini juga diharapkan mendapat perhatian daripada para pendakwah agar terus memperluaskan kemahiran dakwah kepada penguasaan teknologi, komunikasi dan digital yang seiring dengan keperluan masyarakat dan bukan lagi bergantung kepada pengamal media semata-mata.

Keempat, kajian ini juga dapat membantu organisasi dakwah bersama-sama dalam memperkemaskan penghasilan program dan kandungan penyiaran dakwah yang lebih menarik dan setanding dengan arus semasa supaya persepsi negatif yang sering dilemparkan kepada organisasi islam sebagai 'mundur' dan tidak mengikut perkembangan semasa dapat dihapuskan.

Kesimpulannya, kewajipan melakukan kerja dakwah tidak terhenti kepada dakwah fardiyah iaitu secara berseorangan namun perlu digerakkan dengan menggunakan kaedah yang lebih bersistematik dan tersusun. Pendakwah perlulah mempunyai kecintaan dalam melakukan kerja dakwah. Tugas dakwah perlu digerakkan bukan sekadar dengan khudrat fizikal namun perlulah mempunyai rasa minat yang tinggi melakukannya. Penerbitan program dakwah yang tumbuh seperti cendawan mampu menyemarakkan lagi

kerja-kerja serta pengisian dakwah. Namun meskipun jumlah penerbitannya semakin meningkat, tetapi masih belum mampu menjamin keberkesannya kepada golongan non-muslim.

RUJUKAN

- Ab.Aziz bin Mohd.Zain (2020) Psikologi dalam Dakwah. Kuala Lumpur:Universiti Malaya.
- Mohd Daly Daud et.al (2012) Kajian Penerimaan Pendengar Terhadap Siaran Radio Malaysia Negeri. Bangi: KUIS.
- Muhammad Abu Al-fatah Al-bayanuni (1995) *Al-madkhal ila ilmi dakwah*. Muassasah ar-risalah nasyirun.
- Muhammad Yusuf Marlon Abdullah et.al (2019) Penerimaan Masyarakat Non-Muslim Di Selangor Terhadap Aktiviti-Aktiviti Masyarakat Islam. Prosiding Mini Kolokium Penyelidikan Bersama KIAS-KUIS.:10
- Noor Amani bt Mohamed Hussin (2019) Organisasi Islam Dan Penerimaan Dakwah Dikalangan Non – Muslim Di Semenanjung Malaysia. Prosiding Mini Kolokium Penyelidikan Bersama KIAS-KUIS.:10
- Noor Amani Mohamed Hussin et.al (2020) Dakwah dan Penerimaannya dalam Kalangan Non-Muslim di Semenanjung Malaysia. Kajian KUIS-KIAS.:2
- Panji Hidayat Mazhisham & Muhammad Yusuf Khalid (2015) *Kajian Persepsi Penonton Terhadap Rancangan Dialog Harmoni di TV Al-Hijrah Sebagai Medium Dialog Antara Agama di Malaysia. Uluam Islamiyyah Journal, vol 16(December 2015) :85-115*
- Zulkiple Abd Ghani. 2010. Dakwah Dalam Era Siber di Malaysia (2010) Nilai: USIM. <https://www.bernama.com/bm/tintaminda/news.php?id=1950198>. 09/04/2021 09:56 AM

PENGARUH MOTIF PENGUNAAN *FACEBOOK* TERHADAP PENCAPAIAN AKADEMIK PELAJAR INSTITUT PENGAJIAN ISLAM DAN DAKWAH SABAH (IPDAS)

**Mohamad Syafiq bin Abd Latip, Mohamad Rafiee bin Badurus, Dygku
Ezharrinna binti Awgku Matarsat, Mohd Ibnu Fakri bin Vermond & Puad
binti Jaragan**

**Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah (IPDAS) Kampus Keningau &
Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah (IPDAS) Kampus Kudat**

**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN *FACEBOOK* TERHADAP PENCAPAIAN
AKADEMIK PELAJAR INSTITUT PENGAJIAN ISLAM DAN DAKWAH
SABAH (IPDAS)**

Mohamad Syafiq bin Abd Latip¹, Mohamad Rafiee bin Badurus², Dygku
Ezharrinna binti Awgku Matarsat³, Mohd Ibnu Fakri bin Vermond⁴, Puad
binti Jaragan⁵
syafiq_latip@islamgov.my

^{1,2,3} Institut Pengajian Islam Dan Dakwah Sabah, Kampus Keningau

^{4,5} Institut Pengajian Islam Dan Dakwah Sabah, Kampus Kudat

ABSTRAK

Facebook merupakan laman sosial yang paling popular di Malaysia. Ia adalah perkhidmatan rangkaian sosial dan laman web yang membolehkan pengguna berkomunikasi secara maya antara satu sama lain. Perkembangan Facebook telah mewujudkan fenomena tersendiri di seluruh pelusuk dunia. Kini penggunaan Facebook dalam kalangan pelajar sudah tidak asing lagi. Begitu juga dengan pelajar di IPDAS Kampus Keningau dan Kampus Kudat menggunakan peranti digital atau alatan elektronik sebagai platform untuk melayari facebook. Ciri sifat generasi Z yang dilahirkan dan dibesarkan dalam suasana serba canggih dan berteknologi, tidak terlepas daripada gajet dan aktiviti media sosial dan menurut kajian sekitar 44 peratus daripada golongan Generasi Z memeriksa media sosial setiap jam sekali. Kekerapan penggunaan perisian ini mendatangkan kesan yang tersendiri, baik dari sudut positif mahupun negatif. Oleh itu, satu kajian berkaitan isu ini perlu diketengahkan untuk dikaji agar motif penggunaan perisian ini dalam kalangan pelajar IPDAS dapat dicapai. Hasil dapatan menunjukkan terdapat tiga motif iaitu merasa hebat berteman, mengekalkan maklumat, dan penggunaan Facebook dalam pendidikan mempunyai hubungan yang signifikan terhadap kekerapan penggunaan Facebook dan pengaruhnya terhadap pencapaian akademik pelajar.

KATA KUNCI: Motif; IPDAS; Kekerapan Penggunaan Facebook; Pengaruh Facebook

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, kemajuan dalam bidang teknologi berkembang dengan pesatnya di negara kita. Kemunculan laman web dan perkhidmatan rangkaian sosial seperti *Facebook* banyak mempengaruhi kehidupan seseorang. Pada awal pengenalan laman jaringan sosial ini, fungsinya dikatakan adalah sebagai alat yang menghubungkan seseorang dengan individu lain. Menurut Ritcher dan Koch (2008), fungsi laman jaringan sosial adalah untuk mengurus identity (*identity management*), mencari pakar (*expert finding*), menyedari konteks (*context awareness*), mengurus kenalan (*contact management*) dan menukar maklumat (*exchange*).

Facebook mula diperkenalkan pada tahun 2004 oleh Mark Zuckerberg, seorang pelajar di Universiti Harvard. Pada awal pengenalan *Facebook*, hanya pelajar Universiti Harvard yang mempunyai e-mail pelajar (*edu.email address*) sahaja boleh mendaftar sebagai pengguna. Selepas dua minggu pertama diperkenalkan kepada umum, seramai 4300 pelajar mendaftar sebagai pengguna. Populariti laman web *Facebook* kemudiannya berkembang ke serata dunia. Kajian-kajian lepas mendapati tujuan utama atau motif penggunaan *Facebook* adalah untuk mengekalkan hubungan, meluangkan masa, menyertai komuniti maya, menghiburkan, merasa hebat, mencari teman (Sheldon, 2008).

Umumnya, perisian *Facebook* dalam kalangan pelajar IPDAS sudah menjadi satu kelaziman. Menariknya apakah motif pelajar IPDAS melayari FB lebih-lebih lagi ketika pandemik Covid-19, yang pastinya penggunaan media sosial seperti *Facebook* akan meningkat dan jangkamasa penggunaan sehari juga turut meningkat secara mendadak. Ini dibuktikan melalui Laporan Global Digital Statbites pada tahun 2021 yang menunjukkan 4.2 bilion daripada 7.83 bilion populasi penduduk dunia atau 53% adalah pengguna sosial media iaitu berlaku pertambahan 490 juta dari tahun sebelumnya atau peningkatan

sebanyak 13% Ketika pandemic. Justeru berpandukan kajian-kajian lepas, kajian ini akan melihat motif dan kekerapan penggunaan *Facebook* dalam kalangan pelajar IPDAS. Di samping itu, kajian ini juga akan meneliti pengaruh atau kesan penggunaan perisian ini terhadap pencapaian akademik pelajar.

KAJIAN LITERASI

Terdapat banyak kajian terdahulu yang melihat kepada motif penggunaan sesuatu media. Urista *et al.*, (2009) mengkaji tentang motif penggunaan *Facebook* dan mendapati belia menggunakan *Facebook* untuk mendapatkan maklumat tentang orang yang mereka minati tanpa pengetahuan orang tersebut, menghubungi kenalan lama dan membentuk imej peribadi mereka. Selain itu, Lewis dan West (2009) turut mengkaji motif penggunaan *Facebook* melalui temu bual (*interview*) dan mendapati belia menggunakan *Facebook* kerana dipengaruhi oleh kawan-kawan. Malahan Khe Foon Hew (2010) juga turut menjalankan kajian mengenai motif *Facebook* dari perspektif pelajar dan guru. Kajian beliau telah menggariskan tujuh motif penggunaan *Facebook* iaitu; untuk mengekalkan hubungan, mencari teman baru, keseronokan dan kegembiraan, popular, meluangkan masa, mengekspresikan diri, dan untuk pembelajaran.

Walaupun terdapat banyak kajian yang dijalankan bagi melihat motif penggunaan *Facebook*, kajian ini mengambil motif penggunaan *Facebook* daripada kajian Sheldon (2008) dan Ishii (2008) untuk dijadikan ukuran motif penggunaan *Facebook* oleh pelajar dalam konteks Malaysia. Hasil kajian Sheldon (2008) telah menghasilkan enam motif utama penggunaan *Facebook* dalam kalangan belia iaitu mengekalkan hubungan, meluangkan masa, menyertai komuniti maya, menghiburkan, merasa hebat dan mencari teman. Manakala kajian Ishii (2008) telah menghasilkan empat motif utama

penggunaan *Facebook* iaitu mendedahkan diri, mencari teman, mencari maklumat dan menghiburkan. Terdapat persamaan motif di antara kedua-dua kajian tersebut iaitu motif menghiburkan dan mencari teman. Jadi, kajian ini telah mengadaptasi enam motif daripada kajian Sheldon (2008) iaitu mengekalkan hubungan, meluangkan masa, menyertai komuniti maya, menghiburkan, merasa hebat dan mencari teman dan dua motif daripada kajian Ishii (2008) iaitu mendedahkan diri dan mencari maklumat.

Kelapan-lapan motif yang digabung daripada kajian Sheldon (2008) dan Ishii (2008) diambil sebagai pembolehubah kajian ini bagi mengukur motif penggunaan *Facebook* dalam kalangan pelajar IPDAS. Selain itu, kekerapan penggunaan *Facebook* diukur mengikut bilangan kenalan dalam akaun *Facebook* dan jumlah jam penggunaan *Facebook* dalam seminggu. Menurut Lewis dan West (2009), penggunaan bilangan kenalan sebagai pembolehubah bagi mengukur kekerapan penggunaan *Facebook* adalah kerana ia menggambarkan semakin ramai kenalan di *Facebook*, semakin kerap belia menggunakan *Facebook*. Selain daripada itu juga, Sheldon (2008) dan Ellison *et al.*, (2007) telah menggunakan pembolehubah jumlah jam penggunaan *Facebook* untuk mengukur kekerapan penggunaan *Facebook* kerana semakin kerap penggunaan *Facebook* semakin lama jumlah jam penggunaan *Facebook*. Kedua-dua pembolehubah ini telah digunakan bagi mengukur kekerapan penggunaan *Facebook* dalam kajian ini. Kedua-dua pembolehubah ini diadaptasi daripada kajian Sheldon (2008) dan Ellison *et al.*, (2007).

PERNYATAAN MASALAH

Jika diimbak kembali, maklumat dan berita pada awalnya hanya berkembang melalui wadah media cetak dan media elektronik. Tetapi pada masa kini komunikasi manusia mula berkembang malah telah membina dunia digital

maya yang sangat kompleks. Sekaligus, ia menjadi kewajiban kepada setiap individu untuk membina persekitaran digital yang dipercayai, selamat dan beretika di samping menjadi cabaran untuk membentuk insan berpengetahuan tinggi bersumberkan teras ilmu yang sahih. yang mempunyai kecairan maklumat yang tinggi dek perubahan arus kemodenan yang begitu pesat.

Melihat realiti di IPDAS, yang majoriti daripada pelajar-pelajar IPDAS Kampus Keningau dan Kampus Kudat mempunyai akaun *Facebook*, justeru, ada dalam kalangan mereka yang menjadikan perisian ini sebagai satu medium interaksi sosial setelah tamat sesi pembelajaran. Tidak kurang juga ada di kalangan mereka yang merebut peluang ini dengan menjadikan *Facebook* sebagai gedung ilmu menerusi video yang dimuat turun (*download*) dalam perisian berkenaan di samping berkongsi ilmu yang memberi manfaat kepada orang lain.

Selain itu, para pelajar IPDAS sangat aktif menggunakan *Facebook* dalam kehidupan seharian di samping mewujudkan kumpulan-kumpulan *Facebook* bagi tujuan pembelajaran bersama pensyarah. Sebagai ahli akademik, kekerapan dan kesan penggunaan *Facebook* ini dilihat sebagai satu isu serius yang perlu dikaji kerana besar kemungkinan ia mempunyai pengaruh terhadap akademik pelajar memandangkan jangkamasa yang diperuntukkan (*student learning time*) dapat dimanfaatkan dengan sebaiknya atau sebaliknya. Justeru, kajian ini perlu dilaksanakan agar menjadi panduan dalam pemilihan medium, metodologi dan kecenderungan yang sesuai dalam mengaktifkan persekitaran pembelajaran dan pengajaran dalam medium digital khususnya *Facebook*.

OBJEKTIF KAJIAN

Terdapat tiga objektif utama dalam kajian iaitu:

- i. Untuk mengkaji motif penggunaan *Facebook* berdasarkan jantina.
- ii. Untuk mengetahui kekerapan penggunaan *Facebook* dan pengaruhnya terhadap akademik pelajar.
- iii. Untuk mengenalpasti motif dan pengaruh penggunaan *Facebook* terhadap akademik pelajar.

PERSOALAN KAJIAN

Untuk mencapai tujuan dan matlamat kajian, pengkaji akan mendapatkan jawapan kepada soalan-soalan kajian berikut:

- i. Apakah motif penggunaan *Facebook* berdasarkan jantina?
- ii. Berapakah jumlah kekerapan penggunaan *Facebook* dalam sehari serta pengaruhnya terhadap akademik pelajar?
- iii. Apakah kepentingan penggunaan *Facebook* dan pengaruhnya terhadap akademik pelajar?

KEPENTINGAN KAJIAN

Penggunaan *Facebook* pada masa kini bukanlah suatu perkara baru, namun dianggap menjadi kewajipan untuk memiliki akaun perisian tersebut agar dilihat bergerak seiring dengan kemajuan dan peralihan teknologi digital. Walau bagaimanapun, penggunaan yang diambil dari sudut positif sudah pasti memberikan impak yang baik dan begitulah sebaliknya. Umum mengetahui bahawa perisian ini digunakan untuk menghubungkan seseorang yang berada dalam jarak yang jauh mahupun dekat, dijadikan sebagai medium untuk

menjalankan perniagaan atas talian, dan dijadikan sebagai medium untuk berkongsi maklumat yang mampu mendatangkan manfaat kepada pengguna.

Dalam konteks pelajar IPDAS itu sendiri dilihat bahawa motif dan kekerapan penggunaan perisian ini akan mendatangkan pengaruh dan kesan terhadap akademik mereka, sama ada menjadi faktor membantu meningkatkan atau menjejaskan prestasi akademik. Selain itu, melalui kajian ini, kolerasi pengaruh motif dengan pencapaian akademik dapat dibuktikan dan dijelaskan memandangkan rata-rata pelajar menggunakan facebook sebagai medium interaksi sosial digital mereka.

DEFINISI ISTILAH

Bagi memastikan kajian yang dijalankan ini menepati maksud yang ditetapkan, maka beberapa definisi utama dijelaskan seperti berikut:

Facebook:

Perkhidmatan rangkaian sosial dan laman web yang membolehkan pengguna berkomunikasi secara maya antara satu sama lain.

Motif penggunaan:

Sebab (tujuan) yang mendorongkan seseorang melakukan sesuatu atau bertindak menggunakan sesuatu.

Kekerapan:

Keadaan kerap, kerapnya berlaku sesuatu, keseringan.

HIPOTESIS DAN KERANGKA KAJIAN

Dalam kajian ini, beberapa hipotesis utama telah dibentuk iaitu;

Hipotesis 1:

Terdapat perbezaan yang signifikan motif penggunaan *Facebook* berdasarkan jantina.

Hipotesis 2:

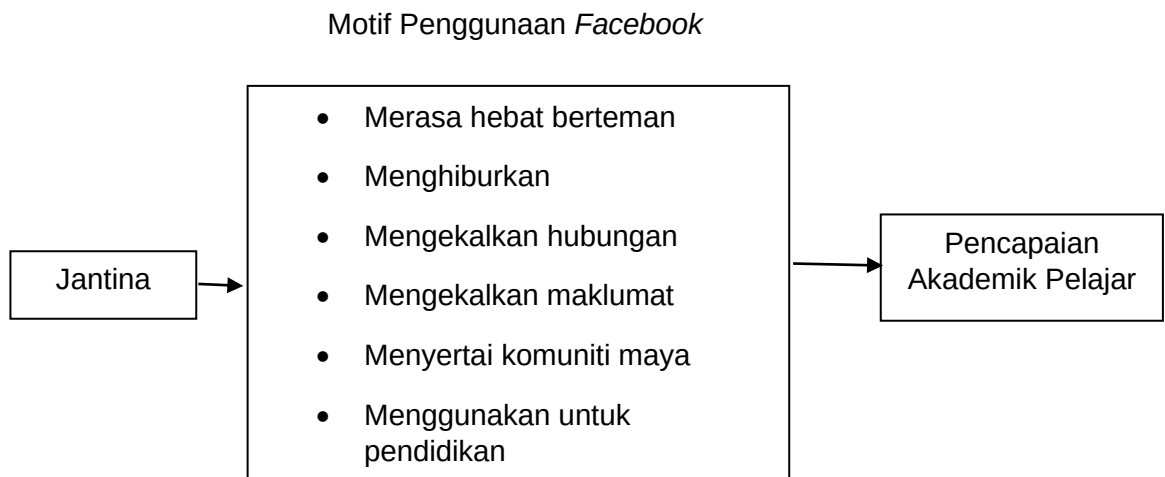
Tidak terdapat perbezaan yang signifikan kekerapan penggunaan *Facebook* terhadap akademik pelajar.

Hipotesis 3:

Terdapat pengaruh positif bagi motif penggunaan *Facebook* terhadap pencapaian akademik.

KERANGKA KAJIAN

Bagi menerangkan secara menyeluruh berkenaan dengan kajian yang dijalankan, maka kerangka konsep telah dibentuk sebagai panduan asas sebagaimana ditunjukkan dalam Rajah 1. Dengan ini, kajian yang dihasilkan dapat menerangkan elemen motif penggunaan *Facebook* sebagai faktor perkaitan terhadap prestasi akademik pelajar. Rantaian pemboleh ubah bersepadu digunakan melalui gabungan pemboleh ubah motif penggunaan *Facebook* sebagai pemboleh ubah bebas dan prestasi akademik pelajar sebagai pemboleh ubah bersandar.



Rajah 1: Kerangka Kajian

METODOLOGI KAJIAN

Kajian yang dijalankan adalah berbentuk kuantitatif secara survei. Sasaran kajian terdiri daripada pelajar Semester Satu Sijil Asas Pengajian Islam dan Dakwah seramai 43 orang dan pelajar Semester Tiga Diploma Dakwah Islamiyyah seramai 77 orang menjadikan jumlah sasaran kajian seramai 120 orang.

Manakala instrumen pengumpulan data adalah melalui borang soal selidik. Ini dipersetujui oleh Dul dan Hak (2008) mendapati teknik pengumpulan data dengan menggunakan soal selidik adalah sesuai dan praktikal digunakan kerana penyelidik mempersembahkan data dalam bentuk nombor. Borang soal selidik ini terdiri daripada tiga bahagian iaitu Bahagian A berkaitan dengan demografi responden, Bahagian B berkaitan kekerapan penggunaan *Facebook*. Bahagian C berkaitan motif penggunaan *Facebook* dan Bahagian D berkaitan kesan penggunaan *Facebook* terhadap akademik pelajar.

Data dianalisis untuk melihat frekuensi bagi setiap soalan. Analisis akan menggunakan kaedah Analisis Deskriptif Frekuensi menggunakan perisian *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)*.

DAPATAN KAJIAN

Maklumat Deskriptif Sampel Kajian

Bahagian ini menggunakan analisis statistik deskriptif bagi menjelaskan ciri-ciri demografi terpilih sampel kajian yang merangkumi profil responden meliputi aspek jantina, tahun pengajian, program yang diikuti, tahun pengajian, umur, pendapatan isi rumah, pemilikan akaun *Facebook*, dan CGPA akhir Purata Nilai Gred Kumulatif. Analisis taburan responden mengikut demografi ditunjukkan dalam Jadual 1.

Dapatan menunjukkan jumlah responden kajian ini adalah seramai 118 orang pelajar (100%) yang terdiri daripada lelaki sebanyak 41.9% dan perempuan iaitu sebanyak 58.1%.

Responden yang mengambil program Sijil Asas Pengajian Islam dan Dakwah adalah sebanyak 35.6% manakala Diploma Dakwah Islamiyah sebanyak 64%. Bagi pusat pengajian responden di IPDAS Kampus Keningau, sebanyak 64.4% telah memberi maklum balas manakala IPDAS Kampus Kudat pula sebanyak 36.6%.

Berdasarkan kepada tahap umur responden, majoriti tahap umur responden berada di bawah 20 tahun iaitu sebanyak 62.7%, umur 20-25 tahun sebanyak 33.9%, manakala umur 26-30 tahun tidak berkaitan.

Dapatan data yang diperolehi berkaitan pendapatan isi rumah, hasil menunjukkan bahawa pendapatan isi rumah pelajar di bawah RM1000 adalah sebanyak 50.4%, pendapatan RM1001-RM2000 sebanyak 29.9%, pendapatan RM2001-RM 4000 sebanyak 12%, manakala pendapatan kurang RM4001 sebanyak 7.7%.

Di samping itu, majoriti daripada pelajar memiliki akaun *Facebook* dengan jumlah peratus sebanyak 94.9% manakala 5.1% tidak memiliki akaun *Facebook*.

Bagi pencapaian akademik pula, CGPA akhir Purata Nilai Gred Kumulatif, dapatan menunjukkan kebanyakan daripada responden berada pada mata nilai 2.6-2.9 iaitu sebanyak 38.2%, dan paling sedikit adalah pada tahap mata nilai 3.5-4.0 sebanyak 21.4%. Tahap pencapaian CGPA penggunaan *Facebook* tidak mengganggu prestasi akademik pelajar.

Jadual 1. Taburan responden mengikut demografi

Demografi	Kategori	Bilangan responden	Peratus (%)
Jantina	Lelaki	49	41.5
	Perempuan	69	58.5
Tahun Pengajian	Tahun 1	43	36.4
	Tahun 2	61	51.7
	Tahun 3	14	11.9
Program	Dip. Dakwah Islamiyyah	76	64.4
	Sijil Asas Pengajian Islam dan Dakwah	42	35.6

Pusat Pengajian		IPDAS Keningau	Kampus	76	64.4
		IPDAS Kampus Kudat		42	35.6
Umur		20 - 25 tahun		40	33.9
		26-30 tahun		4	3.4
		< 20 tahun		74	62.7
Pendapatan Rumah	Isi	> RM4001		9	7.6
		RM2001 – RM4000		15	29.7
		RM1001 – RM2000		35	39.4
		< RM1000		59	50.0
Pemilikan Akaun FB		Memiliki Akaun FB		112	94.9
		Tidak Memiliki Akaun FB		6	5.1
CGPA Akhir		2.0 – 2.5		2	1.7
		2.6 – 2.9		13	11.0
		3.0 – 3.4		34	28.8
		3.5 – 4.0		25	21.2
		Tidak Berkaitan		44	37.3

Analisis Inferensi

Hipotesis 1: Terdapat perbezaan yang signifikan motif bagi penggunaan *Facebook* berdasarkan jantina.

Bagi menjawab objektif pertama, Ujian-t digunakan untuk menentukan perbezaan motif penggunaan *Facebook* berdasarkan jantina. Dapatan menunjukkan tidak terdapat perbezaan yang signifikan bagi motif penggunaan *Facebook* berdasarkan jantina ($t=-1.887$, $p<0.05$). Oleh yang demikian,

hipotesis 1 yang menyatakan terdapat perbezaan yang signifikan motif bagi penggunaan *Facebook* berdasarkan jantina adalah ditolak.

Jadual 2: Keputusan analisis perbezaan yang signifikan motif bagi penggunaan *Facebook* berdasarkan jantina (n=118)

Pemboleh ubah	Kategori	N	Min	S.P	df	t	P
Motif	Lelaki	49	2.765	0.8295	116	-1.887	.328
	Perempuan	69	3.045	0.7662		-1.862	

*p<0.05

Hipotesis 2: Tidak terdapat perbezaan yang signifikan kekerapan penggunaan *Facebook* terhadap akademik pelajar.

Terdapat tiga komponen utama yang dinyatakan dalam soal selidik berkenaan isu kekerapan penggunaan aplikasi *Facebook* dalam kalangan pelajar IPDAS iaitu, bilangan kenalan, pengalaman penggunaan aplikasi *Facebook* dan jumlah jam penggunaan dalam sehari. Ketiga-tiga komponen tersebut adalah bersesuaian dengan kenyataan Sheldon (2008) dan Ellison *et al.*, (2007) yang mana mereka telah menggunakan pembolehubah jumlah jam penggunaan *Facebook* untuk mengukur kekerapan penggunaan *Facebook* kerana semakin kerap penggunaan *Facebook* semakin lama jumlah jam penggunaan *Facebook*.

Komponen pertama adalah berkenaan bilangan kenalan dalam akaun *Facebook*. Dapatan kajian menunjukkan bahawa jumlah terbesar dalam komponen ini adalah dalam kelompok yang mempunyai 500 orang dan ke bawah kenalan dalam akaun *Facebook* iaitu sebanyak 59%. Manakala kelompok selebihnya adalah 500-1000 orang kenalan sebanyak 17.9%, 1001-

3000 orang kenalan sebanyak 16.2% dan kelompok 3001-5000 orang kenalan adalah sebanyak 6.8%. Jika dilihat statistik bilangan kenalan *Facebook* dalam kalangan pelajar IPDAS ini, ia memberi dua jawapan utama kepada kajian ini iaitu; Pertama, adalah kekerapan penggunaan aplikasi *Facebook* dalam kalangan pelajar masih di tahap yang terkawal kerana tidak ramai yang mempunyai kenalan melebihi 1000 orang. Perkara Kedua, penggunaan *Facebook* dalam kalangan pelajar IPDAS ini bukanlah semata-mata untuk mencari populariti dengan adanya kenalan yang ramai. Kedua jawapan atau kenyataan tersebut akan menentukan bagaimana pencapaian akademik setiap individu pelajar berkenaan terutamanya pada kelompok ramai yang hanya mempunyai 500 orang dan ke bawah kenalan *Facebook*.

Dapatan kajian berkenaan komponen pengalaman penggunaan aplikasi *Facebook* pula adalah sebagaimana yang dibincangkan berikut. Kelompok terbesar dalam komponen ini adalah pengalaman penggunaan *Facebook* selama tujuh tahun iaitu 32.5%. Manakala kelompok kedua terbesar adalah pengalaman penggunaan *Facebook* selama dua tahun ke bawah iaitu 29.9%, diikuti dengan kelompok yang ketiga iaitu pengalaman selama dua hingga empat tahun iaitu 20.5% dan kelompok terakhir adalah pengalaman selama lima hingga enam tahun iaitu 17.1%. Berdasarkan dapatan kajian ini, maka dapatlah dinyatakan dengan keseimbangan jumlah dapatan antara jarak tahun tersebut ia menggambarkan bahawa pelajar IPDAS sememangnya sudah lama berkecimpung dalam dunia maya melalui aplikasi *Facebook* ini namun kekerapan penggunaan *Facebook* dalam kalangan pelajar masih di tahap terkawal. Hal ini dibuktikan dengan kesinambungan dapatan kajian bahawa tidak ramai yang mempunyai kenalan *Facebook* melebihi 1000 orang. Sekiranya dapatan kajian berkenaan bilangan kenalan lebih ramai yang berpihak kepada melebihi 1000 orang, maka sudah pasti ia menunjukkan bahawa kekerapan pelajar IPDAS menggunakan aplikasi *Facebook* ini adalah

sangat kerap kerana mereka boleh mencapai kenalan mencecah 1000 orang bahkan lebih dari jumlah tersebut.

Komponen ketiga adalah berkenaan jumlah jam yang digunakan. Kelompok jumlah terbesar dalam dapatan kajian ini adalah selama satu jam dan ke bawah iaitu sebanyak 65%. Manakala kelompok kedua adalah selama dua hingga empat jam iaitu 29.1%, manakala lima hingga enam jam dan tujuh jam ke atas adalah masing-masing 0%. Dapatan kajian ini membuktikan bahawa kekerapan penggunaan Facebook dalam kalangan pelajar IPDAS masih berada di paras rendah dan terkawal. Ia dilihat daripada kelompok terbesar tempoh masa penggunaan Facebook dalam kalangan pelajar IPDAS iaitu hanya selama satu jam dan ke bawah sebanyak 65% melebihi separuh jumlah responden kajian ini. Keseluruhan menunjukkan kekerapan pelajar IPDAS dalam menggunakan aplikasi *Facebook* adalah berada di tahap yang rendah serta boleh dikawal. Dalam erti kata lain, pelajar tidak menjadikan aplikasi *Facebook* ini sebagai sesuatu yang utama dalam kehidupan harian mereka. Rutin dan jadual kehidupan harian sebagai seorang pelajar masih tersusun tanpa gangguan penggunaan aplikasi *Facebook* yang amat kerap sehingga boleh menjejaskan kitaran aktiviti harian sebagai seorang pelajar.

Bagi menjawab objektif kedua, Ujian Anova digunakan untuk menentukan perbezaan motif penggunaan *Facebook* berdasarkan kekerapan. Dapatan menunjukkan terdapat perbezaan yang signifikan bagi motif penggunaan Facebook berdasarkan kekerapan ($F=2.145$, $p<0.05$). Oleh yang demikian, hipotesis 2 yang menyatakan terdapat perbezaan yang signifikan motif bagi penggunaan *Facebook* berdasarkan kekerapan adalah diterima sepertimana yang ditunjukkan dalam Jadual 3.

Jadual 3: Keputusan analisis perbezaan yang signifikan motif bagi penggunaan *Facebook* berdasarkan kekerapan (n=118)

Kategori	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
<i>Between Groups</i>	13.135	18	0.730	2.145	0.009
<i>Within Groups</i>	33.678	99	0.340		
Jumlah	46.814	117			

*p<0.05

Hipotesis 3: Terdapat pengaruh positif bagi motif penggunaan *Facebook* terhadap pencapaian akademik

Motif boleh ditakrifkan sebagai tujuan atau matlamat. Menurut Papacharissi dan Rubin (2000) motif adalah salah satu komponen penting dalam aktiviti audien dan mempengaruhi tindakan seseorang individu. Bagi motif penggunaan *Facebook*, pengkaji menyenaraikan enam motif/faktor yang diadaptasi daripada kajian yang dijalankan oleh Sheldon (2008) dan Ishii (2008) iaitu merasa hebat berteman, menghiburkan, mengekalkan hubungan, mengekalkan maklumat, menyertai komuniti maya. Pengkaji membuat satu penambahan motif iaitu penggunaan *Facebook* dalam pendidikan. Analisis regresi digunakan bagi setiap motif dan keputusan menunjukkan terdapat tiga motif yang signifikan iaitu motif pertama (merasa hebat berteman), motif keempat (mengekalkan maklumat), dan motif keenam (penggunaan *Facebook* dalam pendidikan). Keputusan ujian adalah ditunjukkan dalam Jadual 4.

**Jadual 4: Keputusan analisis regresi pengaruh pengaruh bagi motif
penggunaan
Facebook terhadap pencapaian akademik**

Pemboleh ubah	β	t	P
<u>Pemboleh Ubah Tidak Bersandar</u>			
Merasa hebat berteman	.144	2.001	.048*
Menghiburkan	-.087	-1.381	.170
Mengekalkan hubungan	.048	.737	.462
Mengekalkan maklumat	.146	2.066	.041*
Menyertai komuniti maya	.028	.416	.678
Menggunakan untuk pendidikan	-.164	-2.003	.048*
R		.392	
R ²		.154	
Perubahan R ²		.108	
Perubahan signifikan F		.004	
Nota : *p<0.05, **p<0.01			

Berdasarkan kepada keputusan ujian analisis pengaruh merasa hebat berteman, menghiburkan, mengekalkan hubungan, mengekalkan maklumat, menyertai komuniti maya dan menggunakan untuk pendidikan nilai R² menunjukkan 0.154 iaitu menerangkan bahawa 15.4% pencapaian akademik diterangkan oleh merasa hebat berteman, mengekalkan maklumat dan menggunakan untuk pendidikan. (R² =0.154; F=3.363; p<0.05). Model ini menunjukkan hubungan yang bererti. Berdasarkan nilai (β) dalam Jadual 4, keputusan kajian membuktikan sumbangan yang signifikan adalah hanya tiga peramal iaitu merasa hebat (M1)[β = 0.144, t = 2.001, p = 0.048],

mengekalakan maklumat (M4) [$\beta = 0.146$, $t = 2.066$, $p = 0.041$] dan peramal menggunakan untuk pendidikan [$\beta = -.164$, $t = -2.003$, $p = 0.048$] terhadap pencapaian akademik pelajar. Berpandukan kepada nilai (β) juga, keputusan mendapati faktor mengekalakan maklumat (0.146) mempunyai kesan yang tinggi kepada pencapaian akademik diikuti merasa hebat (0.144) dan menggunakan untuk pendidikan (-.164).

Faktor pertama dilabel sebagai merasa hebat berteman. Faktor ini adalah gabungan dua motif iaitu motif merasa hebat dan mencari teman. Terdapat enam pernyataan yang digabungkan dalam motif ini iaitu ia membuatkan saya berasa hebat dalam kalangan kawan-kawan, ia adalah hebat, menghilangkan kerisauan saya, untuk mengurangkan rasa kesunyian, tiada orang untuk bercakap, dan saya tidak akan keseorangan. Faktor ini menyokong dapatan kajian oleh Sheldon (2008) yang memfokuskan kepada merasa hebat dan berteman.

Faktor empat dilabel sebagai mengekalakan maklumat. Faktor ini terdiri daripada empat pernyataan yang digabungkan iaitu untuk mendapat idea baru, untuk mengetahui apa yang berlaku di seluruh dunia, untuk mendapatkan maklumat yang tidak terdapat di media lain, dan untuk menyelesaikan masalah harian dan masalah kehidupan.

Faktor keenam pula dilabel sebagai penggunaan *Facebook* dalam Pendidikan yang menggabungkan lima pernyataan iaitu ia sangat memudahkan, saya menyambut baik peluang untuk berhubung, *Facebook* untuk tujuan peribadi bukan Pendidikan, hak peribadi (privasi) saya akan diceroboh, dan saya tidak kisah. Motif ini merupakan penambahan daripada pengkaji dengan mengekalakan motif yang diperkenalkan oleh Sheldon dan Ishii (2008).

PERBINCANGAN

Umum mengetahui bahawa *Facebook* merupakan salah satu alternatif dan pilihan dalam menghubungkan masyarakat di dalam dunia siber. Namun, tidak dapat dinafikan bahawa terdapat kesan yang positif di sebalik penggunaan *Facebook* ini seperti impaknya terhadap akademik pelajar. Justeru, kajian ini dilakukan bagi mendapat kesinambungan motif penggunaan *Facebook* dan pengaruhnya terhadap pelajar. Kajian ini diadaptasi daripada kajian Sheldon (2008) dan Ishii (2008) berkaitan motif penggunaan *Facebook*. Menurut kajian Sheldon (2008), enam motif penggunaan *Facebook* adalah mengekalkan hubungan, meluangkan masa, menyertai komuniti maya, menghiburkan, merasa hebat dan mencari teman. Manakala kajian Ishii (2008) motif penggunaan *Facebook* adalah merujuk kepada mendedahkan diri dan mencari maklumat. Motif-motif inilah yang diadaptasi ke dalam kajian kali ini menumpukan kepada kesannya terhadap akademik pelajar IPDAS. Enam motif telah diuji ke atas pelajar IPDAS iaitu merasa hebat berteman, menghiburkan, mengekalkan hubungan, mengekalkan maklumat, menyertai komuniti maya, dan penggunaan *Facebook* dalam pendidikan.

Ujian t yang dijalankan bagi melihat motif penggunaan *Facebook* berdasarkan jantina menunjukkan tidak terdapat perbezaan yang signifikan di antara mereka. Hal ini menunjukkan bahawa motif penggunaan *Facebook* dalam kalangan pelajar IPDAS adalah sama sahaja. Masing-masing antara mereka menjadikan keenam-enam motif itu punca kepada penggunaan *Facebook*.

Hasil ujian Anova bagi menilai kekerapan penggunaan *Facebook* dalam kalangan pelajar IPDAS menunjukkan bahawa tidak terdapat perbezaan yang signifikan kekerapan penggunaan *Facebook* terhadap pencapaian akademik pelajar. Hal ini menunjukkan bahawa kekerapan penggunaan *Facebook* adalah berdasarkan kepada motif yang dinyatakan sebelum ini iaitu merasa hebat

berteman, menghiburkan, mengekalkan hubungan, mengekalkan maklumat, menyertai komuniti maya, dan penggunaan *Facebook* dalam pendidikan.

Akhirnya, hasil dapatan melalui ujian regresi pelbagai menunjukkan motif merasa hebat berteman, mengekalkan maklumat dan penggunaan *Facebook* dalam pendidikan menjadi penyumbang tertinggi kepada kekerapan penggunaan *Facebook* dalam kalangan pelajar IPDAS. Melalui dapatan tersebut dapat dibuktikan bahawa kesan *Facebook* kepada pencapaian akademik pelajar menunjukkan tanda yang positif.

IMPLIKASI KAJIAN

Hasil dari dapatan kajian secara keseluruhan didapati bahawa motif penggunaan *Facebook* pelajar di IPDAS adalah berkait dengan motif pertama, motif keempat dan motif keenam iaitu merasa hebat berteman, mengekalkan maklumat dan menggunakan bagi tujuan pendidikan. Selain itu juga, pengaruh antara motif kepada pencapaian akademik pelajar menunjukkan nilai *R. Square* 0.154 dengan peratus 15.4% . Oleh itu, penggunaan *Facebook* tidaklah terlalu memberi kesan langsung kepada kecemerlangan seseorang pelajar, malah jika diamati motif penggunaan *Facebook* adalah bersifat mencari ilmu dan menjalin silaturrahim. Ini secara langsung menafikan bahawa pelajar yang kerap bermain *Facebook* menatijahkan kegagalan dalam pembelajaran pelajar. Melihat dari tren ini, penggunaan *Facebook* di IPDAS adalah positif dan ini akan memberikan platform kepada institusi untuk menerobos peluang yang lebih luas dalam ruangan *Facebook* demi manfaat dan kecemerlangan pelajar.

Manfaat penggunaan Facebook ini mungkin boleh dibantu dan disokong dengan latihan bersesuaian bagi mengoptimumkan penggunaan *Facebook* dalam pendidikan kepada pelajar dan pensyarah, di samping memantapkan lagi

kemahiran melalui pelantar-pelantar digital yang lain. Pada masa ini juga, melalui IPDAS, aspirasi Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) untuk melebarkan risalah dan menyantuni ummah dapat direalisasikan, bukan sahaja melalui penghasilan *rijal al-dakwah* tetapi juga siber dakwah yang akan mengharmonikan dan meninggikan syiar Islam di alam maya. Ini juga merupakan tuntutan dakwah yang digalas oleh setiap muslim, bukan sahaja menyampaikan secara konvensional tetapi perlu mendalami, dan mengetuai perkembangan teknologi digital dengan manhaj yang kontemporari dan semasa selaras dengan prinsip dakwah hikmah, mau'izah dan mujadalah bil husna.

Ini dapat dilaksanakan dengan memperkayakan sumber maklumat dalam media sosial dengan bahan pengajaran sama ada melalui pembentukan *group*, *page*, video, poster, pautan, *live* dan lain-lain. Usaha-usaha ini diharapkan akan menjadi batu asas kepada IPDAS untuk memperkenalkan Diploma Dakwah Digital/ Kreatif di masa akan datang.

CADANGAN KAJIAN LANJUTAN

Kajian akan datang perlulah memperkembangkan skop kajian ini dengan mengambilkira perkara-perkara berikut; Pertama, media sosial yang lain seperti Tik Tok, Twitter dan Instagram yang mempunyai lebih pengaruh kepada generasi Y dan Z. Kedua, mengkaji kumpulan pelajar yang lain khususnya di institusi pengajian seperti Maahad Tahfiz, Kolej Vokasional, Institut Latihan Kemahiran dan Institusi Pengajian Tinggi Awam dan Swasta.

LIMITASI KAJIAN

Sasaran kajian hanya melibatkan pelajar IPDAS sahaja di mana responden terdiri daripada pelajar Semester Tiga Diploma Dakwah Islamiyyah dan Semester Satu Sijil Asas Pengajian Islam dan Dakwah. Untuk dapatan kajian yang lebih baik, semua pelajar IPDAS boleh diambil sebagai responden.

KESIMPULAN

Kesimpulannya, hasil dapatan pengaruh positif bagi motif yang diuji menunjukkan bahawa terdapatnya pengaruh positif bagi tiga motif berikut iaitu merasa hebat berteman, mengekalkan maklumat dan penggunaan *Facebook* dalam pendidikan terhadap pencapaian akademik pelajar IPDAS. Justeru, tidak hairanlah jika pelajar IPDAS menjadikan *Facebook* sebagai salah satu medium pembelajaran pada abad kini. Walau bagaimanapun, ahli akademik perlu sentiasa peka terhadap tahap kekerapan penggunaan para pelajar agar ia tidak mewujudkan bibit-bibit negatif yang mampu merosakkan minda mereka.

RUJUKAN

- Allya Cassandra, Alfred Chan, ferlis, Chua Bee Seok, Jasmine Adela dan Lailawati (2014). *Fenomena Ketagihan Facebook dan Keengganan Berkomunikasi Secara Bersemuka dalam Kalangan Remaja*. Universiti Malaysia Sabah
- Dul, J. dan Hak, T. (2008). *Case Study Methodology In Business Research*. British: Elsevier Ltd.
- Ellison, N. B., Steinfield, C. dan Lampe, C. (2007). *The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites*. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 12 (4)

- Faridanura Abdullah (2014). *Penggunaan Laman Rangkaian Sosial (Facebook) Dalam Kalangan Guru: Motif dan Kesannya*. Universiti Teknologi Malaysia
- Harley Azizee (2018). *Penggunaan Facebook dan Jalinan Hubungan Dengan Pembentukan Identiti*. Universiti Utara Malaysia
- Ishii, K. (2008). *Uses and Gratifications of Online Communities in Japan*. University of Tsukuba JAPAN
- Khe Foon Hew (2010). *Students' and teachers' use of Facebook*. *Computers in Human Behaviour*. 27, 662-676.
- Mohd Aziz Shah, Irna, Wan Rosni, Siti Noratikah dan Juwita Sayang (2013). *Strategi Menangani Ketagihan Penggunaan Facebook dalam Kalangan Pelajar Sekolah Menengah: Satu Kajian Kes*. *Jurnal Personalia Pelajar* 16
- Mohd Zaidi dan Bahiyah (2013). *Motif dan Kekerapan Penggunaan Facebook Dalam Kalangan Pelajar Universiti*. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*
- Noresah Baharom (2010). *Kamus Dewan Edisi Keempat*. Selangor: Dawama Sdn Bhd
- Papacharissi, P. dan Rubin, A. (2000). *Predictors of internet use*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44 (2), 175.
- Ritcher, A. dan Koch, M. (2008). *Functions of Social Networking services. COOP'08: the 8th International Conference on the Design of Cooperative Systems*. Cooperation System Center Munich (CSCM).
- Ruggiero, T. (2000). *Uses and gratifications theory in the 21st century*. *Journal of Mass Communication & Society*. 3 (1), 3-37.
- Sheldon, P. (2008). *Students Favorite: Facebook and Motives for its Use*. *Southern Mass Communication Journal Spring*. 39-53.
- Urista, M. A., Dong, Q., dan Day, K. (2009). *Explaining why young adults use Myspace and Facebook through uses and gratifications theory*. *Human Communication*, 12(2), 215-229.
- West & L. H. Turner (2004). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*, (2nd Ed). NY. McGraw-Hill, NY.

KESAN PERMAINAN VIDEO TERHADAP TAHAP PEMBELAJARAN

**Abdul Aziz Mokhtar, Khadijah Radzuan, Mohd Hafizi Nurodin, Masleha
binti Yusof, Siti Aisah Kebajikan & Sulaiman bin Nawawi**

**Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah (IPDAS) Kampus Keningau &
Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah (IPDAS) Kampus Kudat**

KESAN PERMAINAN VIDEO TERHADAP TAHAP PEMBELAJARAN

Abdul Aziz Mokhtar¹, Khadijah Radzuan², Mohd Hafizi Nurodin³, Masleha binti Yusof⁴, Siti Aisah Kebajikan⁵, Sulaiman bin Nawawi⁶
abdulaziz@islam.gov.my

^{1,2,3} Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah (IPDAS) Kampus Keningau

^{4,5,6} Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah (IPDAS) Kampus Kudat

ABSTRAK

Kajian ini mengkaji kesan permainan video terhadap tahap pembelajaran Pelajar Semester Empat Sijil Pengajian Islam dan Dakwah (SPID) Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah (IPDAS). Seramai 48 orang terlibat di dalam kajian ini. Kajian ini merupakan kajian kuantitatif menggunakan kaedah analisis deskriptif dengan mencari nilai peratus dan min bagi objektif kajian yang ditentukan. Soal selidik digunakan untuk memungut data daripada pelajar. Kajian menunjukkan kecenderungan bermain permainan video dalam kalangan Pelajar Semester Empat SPID adalah pada tahap sederhana setelah menilai corak bermain yang kurang agresif atau berlebihan. Maka, kajian mendapati kesan permainan video terhadap tahap pembelajaran juga pada tahap yang sederhana. Hasil kajian ini diharap akan membantu perancang, agen perubahan dan pelaksana kurikulum di peringkat kementerian, negeri, daerah, dan organisasi pendidikan yang bertanggungjawab terhadap IPDAS untuk menjalankan tindakan susulan dan program yang lebih sesuai untuk memenuhi kehendak dan keperluan pendidikan yang kian mencabar kini.

KATA KUNCI : Permainan video, Tahap pembelajaran, Teknologi

PENGENALAN

Transformasi pendidikan secara permisif telah mengalami kemasukan bertali arus teknologi sebagai medium kontemporari dalam dunia pendidikan pada zaman moden ini. Permainan video merupakan salah satu elemen yang telah dibawa hasil daripada pembangunan teknologi di seluruh dunia. Sudah pasti permainan video ini turut mengubah landskap pendidikan alaf baru. Buktinya, kerajaan amat mendukung penggunaan teknologi dalam pendidikan negara dengan memperkenalkan Pendidikan Abad ke-21 serta menyambut baik Revolusi Perindustrian 4.0. Biarpun tidak dinafikan integrasi permainan video ke dalam sistem pendidikan dilihat berupaya mengundang pelbagai elemen kebaikan, namun demikian dari sudut yang lain terdapat juga pelbagai kesan sampingan yang negatif sewajarnya tidak diketepikan. Sebagai contohnya, berlaku kepincangan jaringan sosial hasil daripada penggunaan teknologi yang berlebihan dan sistem kawalan yang tidak betul (Hairol, Ahmad, Noor, Nur Muizz dan Intan, 2014). Senario ini bukan sahaja menjadi fokus perbincangan ahli akademik, bahkan masyarakat juga mula menunjukkan kebimbangan mereka terhadap wujudnya ketaksuban dalam kalangan pelajar yang begitu leka menggunakan teknologi sehingga menjejaskan rantaian sosial dalam keluarga serta masyarakat (Hairol *et.al*, 2014).

Menurut Hairol *et al.*, (2014), pembelajaran berasaskan permainan video merujuk kepada suatu integrasi kandungan pendidikan dan permainan komputer yang memungkinkan gabungan permainan komputer dan video dengan pelbagai kandungan pendidikan untuk mencapai keputusan yang baik atau lebih baik. Dalam kajian ini, permainan video merujuk kepada sistem jenis konsol, komputer peribadi, sistem kawalan tangan (*hand-held systems*) dan permainan on-line dalam internet yang bertujuan untuk menghasilkan hiburan kepada pengguna dan juga pemainnya (Wardhani dan Fahrudin, 2019). Antara permainan video termasuklah Nintendo NES, Super NES, Nintendo 64, Sony

Playstation X, Sony Playstation 2, Sega, Mega Drive, Sega Saturn Alternatively, X-Box termasuk permainan menggunakan telefon bimbit serta android seperti Mobile Legend, PUBG dan PES.

KAJIAN LITERATUR

Menurut kajian Wardhani dan Fahrudin (2019), permainan video secara berlebihan boleh menyebabkan ketagihan. Mereka mendapati ketagihan pada permainan video mempunyai persamaan dengan ketagihan terhadap alkohol, perjudian, nikotin dan heroin. Bahkan, kajian mereka mendapati ketagihan mendorong beberapa pengaruh negatif seperti interaksi dan sosialisasi dengan rakan-rakan sebaya menjadi semakin berkurang. Bukan itu sahaja, pelajar-pelajar yang meluangkan masa bermain lebih daripada satu jam cenderung untuk mengabaikan tugas atau kerja rumah yang diberikan.

Walau bagaimanapun, kajian mereka juga mendapati permainan video juga mampu memberikan pengaruh yang baik terhadap perkembangan motorik otak para pelajar. Permainan yang bertemakan pengurusan, simulasi, strategi dan teka-teki membuktikan peningkatan daya berfikir serta kognitif para pelajar dalam menyelesaikan sesuatu isu atau permasalahan di samping membantu perkembangan sosial.

Manakala menurut kajian Naquiah, Sahrudin, Dharsigah, Nurhidayu dan Abdul Hafiz (2018) mendapati permainan video mampu meningkatkan daya komunikasi pelajar yang sememangnya membantu dalam meningkatkan prestasi akademik seseorang. Kajian ini turut dipersetujui oleh Dewar (2018) yang menyatakan pelajar yang gemar bermain menggunakan mod *single-player gaming* akan menunjukkan tahap pembelajaran yang lebih baik berbanding pelajar yang gemar bermain *multi-player gaming*. Dewar (2018) menjelaskan

perkara ini berlaku disebabkan pelajar yang gemar bermain secara individu dapat membahagikan masa untuk membaca sehingga mereka mampu mempelajari banyak perkataan baharu, kosa kata, susunan ayat dan seumpamanya. Malah, hasil kajian mereka mendapati otot-otot tangan pelajar menjadi lemah kerana sering tiada latihan dan rangsangan motor serta aktiviti menulis menggunakan pensel di atas kertas.

Satu lagi kajian yang dijalankan oleh Widityarsa (2018) mendapati simulasi yang terdapat di dalam permainan video boleh menggalakkan pembelajaran untuk diadaptasi di dalam situasi kehidupan sebenar. Perkara ini dilakukan dengan menjadikan permainan video sebagai alat bantu untuk tugas serta amalan di dalam proses pengajaran dan pembelajaran. Bukan itu sahaja, kajian ini mendapati permainan video mampu membekalkan input yang berinformatif dengan menggalakkan pelajar membina perspektif baru terhadap bidang ekonomi, sejarah, politik, sosiologi dan kebudayaan. Di samping itu, pelajar juga boleh memproses maklumat-maklumat yang relevan menerusi proses reflektif dan meta-kognitif apabila pelajar menyelesaikan misi-misi yang berskala tinggi di dalam permainan video (Khalil, Sultana, Alim, Muzammil, Nasir, Hassan dan Mahmood, 2019).

Dalam kajian Wakil, Omer dan Omer (2017), permainan video dikatakan mampu mewujudkan suasana pembelajaran yang menarik. Dengan terdapatnya elemen audio dan visual di dalam permainan video, maka minat belajar dapat dirangsang dengan baik. Walau bagaimanapun, kajian ini bersetuju bahawasanya bermain secara berlebihan akan memberi pengaruh yang negatif terhadap prestasi akademik pelajar. Hal ini demikian kerana kajian mereka mendapati pelajar yang meluangkan masa bermain lebih daripada tiga jam sehari mengalami penurunan GPA manakala pelajar yang bermain satu hingga tiga jam sehari tidak mengalami penurunan GPA. Kebanyakan pelajar

yang bermain permainan video disebabkan mereka bersendirian di rumah dan selebihnya disebabkan kebiasaan, pengaruh rakan sebaya dan mencari keseronokan (Cortes, Alcalde dan Camacho, 2012).

Menurut Borgonovi (2016) pula, permainan video telah meningkatkan tahap pembacaan pelajar. Dalam kajian tersebut, pelajar lemah yang didedahkan dengan permainan video akhirnya menunjukkan prestasi membaca yang lebih baik jika dijalankan menggunakan komputer dibandingkan dengan ujian yang dijalankan di atas kertas. Beliau turut menambah keadaan ini cenderung berlaku ke atas pelajar yang bermain menggunakan mod *single-player* disebabkan mereka lebih berdisiplin untuk menepati masa bermain dan kurang dipengaruhi dengan hiburan yang cukup melalaikan seperti yang terkandung di dalam mod *multi-player*..

Saghir (2016) menyatakan permainan video sebenarnya mampu memperkembangkan cabaran, rasa ingin tahu, kerjasama kumpulan serta meningkatkan kemahiran interpersonal dalam kalangan pelajar. Ini kerana permainan video masa kini mampu digunakan sebagai model untuk mewujudkan suasana pembelajaran yang lebih menarik di samping menyediakan tugas yang lebih mencabar, mendorong pencapaian matlamat yang lebih jelas serta menggalakkan penilaian yang lebih sistematik. Akhirnya, kognitif pelajar juga turut berkembang dengan rangsangan yang diterima pada bahagian otak seperti *attention allocation*, *spatial resolution in visual processing* dan *high mental rotation abilities*. Dalam masa yang sama juga, pelajar akan lebih bersedia untuk mengikuti sesi pengajaran dan pembelajaran terutamanya bagi pelajar yang lemah disebabkan kepelbagaian sumber ilmu yang boleh didapati melalui permainan video (Saghir, 2016). Walau bagaimanapun, Saghir bersetuju dengan pendapat fundamental yang menyatakan corak permainan

yang melampau dan berlebihan akan menjejaskan tahap pembelajaran seseorang kerana sikap malas belajar boleh terbentuk.

PENYATAAN MASALAH

Permainan video yang berkembang pesat beberapa tahun kebelakangan ini telah membawa kepada penggunaan pelbagai peralatan elektronik serta peranti sokongan lain secara meluas kepada generasi masa kini. Jika sebelum ini pendidikan agama serta penerapan nilai-nilai moral dan kemanusiaan berlaku menerusi hasil didikan ibu bapa, orang tua dan tenaga pengajar di sekolah (Nurul Huda, 2011) dan (Febriyanto *et.al*, 2012). Namun pada masa kini, kajian Naquih *et.al*, (2018) mendapati bahawa kehidupan sekarang banyak dipengaruhi oleh teknologi moden menerusi permainan video yang mana akhirnya masyarakat mula terbudaya dengan penerapan ideologi, fesyen serta nilai yang dibawa oleh arus tersebut (How Lee Chan, 2007). Menurut Naquih *et.al* (2018), secara purata pelajar menghabiskan masa selama lapan jam sehari untuk bermain permainan video yang berunsurkan hiburan. Pelajar-pelajar di Malaysia menghabiskan masa selama sembilan belas jam seminggu, sedangkan ibu bapa menyangka mereka bermain permainan video selama sebelas jam. Apa yang lebih mengejutkan kajian oleh Kesatuan Telekomunikasi Antarabangsa pada tahun 2013 menunjukkan bahawa Malaysia mencatatkan jumlah warga digital keempat tertinggi di dunia, dan hampir 75% daripada belia di Malaysia merupakan warga digital (Naquih *et.al*, 2018). Terdapat juga kes yang melibatkan kematian apabila laporan pada tahun 2014 mendapati seorang wanita meninggal pada umur 27 tahun akibat bermain selama sepuluh jam tanpa henti dan seorang remaja meninggal akibat jatuh dan koma ketika bermain video game pada tahun 2015 (Astro Awani, 2017) menunjukkan aspek kesihatan boleh terjejas akibat isu ini (Sherina, 2020).

Di samping itu, kajian mendapati bahawa sembilan daripada sepuluh pelajar-pelajar di Malaysia telah terdedah kepada pengalaman negatif semasa bermain permainan video (Naquih *et.al*, 2018). Walaupun tidak dinafikan penggunaan permainan video dapat menyediakan persekitaran sosial yang pantas, mudah dan bebas, namun corak permainan tanpa kawalan sudah semestinya akan mengundang kepada ketagihan dalam kalangan penggunanya yang sebahagiannya adalah para pelajar (Naquih *et.al*, 2018). Hal ini terbukti apabila kajian menunjukkan generasi dalam lingkungan umur 18-25 tahun, iaitu golongan remaja lebih berisiko untuk menghadapi masalah ketagihan terutama pelajar universiti dan kolej. Apatah lagi perkhidmatan internet tanpa wayar disediakan secara percuma oleh pihak institut di kawasan-kawasan hotspot termasuk asrama. Ketagihan melampau diklasifikasikan sebagai salah satu kecelaruan mental oleh WHO (Naimah Muhammad, 2019).

Tambahan pula, Cortes, Alcalde dan Camacho (2010) juga mendapati pelajar yang bermain permainan video mempunyai kemungkinan 39% untuk gagal di dalam peperiksaan lebih-lebih lagi jika mereka mempunyai isu kekurangan guru di sekolah, kurang masa belajar, tinggal berdekatan dengan kedai komputer dan meluangkan banyak masa bermain permainan video. Perkara ini turut disokong oleh kajian M. Syaom Barliana (2004). Tambahan pula hiburan tanpa kawalan akan memberi kesan pada tahap kematangan yang negatif berbanding positif kerana itulah wajar dihindari oleh setiap penuntut ilmu (Nur Hidayu, 2015).

Permainan video juga menyebabkan pengukuhan beberapa tingkah laku yang maladaptif. Kajian Dayne dan Adi (2019) menunjukkan pelajar cenderung untuk membentuk tingkah laku agresif apabila bermain jenis permainan video yang ganas seperti perang, pertarungan dan umpamanya. Sebagai contohnya, apabila seorang pelajar yang mempunyai tingkah laku agresif ditolak secara

tidak sengaja, maka dia akan memberi respons dengan menolak balik kerana dia pernah melihat kejadian tersebut semasa bermain *game*. Perkara ini seterusnya akan menyebabkan ketaksuban yang melampau dalam kalangan pelajar yang begitu leka bermain sehingga menjejaskan rantaian sosial yang terangkum dalam kelompok generasi Y dan generasi Z (Hairol *et.al*, 2014). Zamani *et.al*, (2010) melaporkan bahawa lebih kurang 7% daripada pelajar berusia 11 hingga 16 tahun bermain video game lebih dari satu jam untuk enam hari seminggu atau lebih sehingga mengabaikan tugas atau pekerjaan rumah yang diberikan oleh guru mereka.

OBJEKTIF KAJIAN

Kajian ini bertujuan untuk mengupas isu bagaimana permainan video memberi impak terhadap tahap pembelajaran pelajar di Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah (IPDAS). Berdasarkan perbincangan latar belakang kajian, maka kajian ini dijalankan untuk mencapai objektif berikut :

Secara umumnya, objektif kajian adalah untuk meneliti impak permainan video terhadap tahap pembelajaran. Manakala objektif khusus bagi kajian ialah:

- i. Mengenal pasti corak bermain permainan video
- ii. Mengenal pasti kecenderungan pelajar bermain permainan video
- ii. Mengenal pasti kesan permainan video terhadap tahap pembelajaran pelajar IPDAS

Fokus kajian ini adalah tentang permainan video yang berasaskan teknologi digital seperti komputer, telefon pintar, internet dan gadget. Kajian ini tidak

membincangkan tentang peralatan teknologi moden selain daripada teknologi digital. Batasan perbincangan juga hanya berfokus kepada impak permainan video terhadap tahap pembelajaran pelajar.

PERSOALAN KAJIAN

Berdasarkan perbincangan latar belakang kajian, maka kajian ini dijalankan untuk mengupas beberapa persoalan di bawah :

- i. Apakah corak bermain permainan video?
- ii. Apakah kecenderungan yang mendorong pelajar bermain permainan video ?
- iii. Apakah kesan permainan video terhadap tahap pembelajaran seseorang ?

KEPENTINGAN KAJIAN

Kemunculan permainan video di era teknologi yang tiada sempadan telah membawa inovasi kepada tahap pembelajaran para pelajar. Menyedari hakikat ini, sewajarnya lebih ramai pihak mengorak langkah seiring dengan zaman ledakan maklumat dengan membina perisian-perisian permainan video untuk membantu dan mengubah corak pengajaran dan pembelajaran (PdP) ke arah pembelajaran berasaskan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT). Sehubungan itu, adalah menjadi harapan pengkaji agar kajian yang dilakukan ini akan memberikan manfaat kepada komponen-komponen berikut:

Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah (IPDAS)

IPDAS perlu mengetahui kesan permainan video terhadap tahap pembelajaran agar langkah-langkah yang difikirkan perlu dapat diambil supaya proses PdP misalnya mampu menerapkan elemen permainan video untuk mencapai objektif yang ditetapkan dengan lebih berkesan. IPDAS juga dapat bersedia untuk menawarkan program Dakwah Digital kepada golongan remaja di Sabah bagi melebarkan risalah dakwah ke seluruh pelusuk negeri Sabah. Pada masa sama, IPDAS bolehlah menyediakan latihan ICT umpamanya kepada para pendidik agar mereka benar-benar mahir, cekap dan berkeyakinan dalam menggunakan teknologi permainan video di dalam proses pengajaran dan pembelajaran.

Pembuat Dasar

Penasihat Undang-Undang JAKIM perlu menyediakan dasar serta polisi permainan video di IPDAS termasuklah penggunaannya di dalam proses pengajaran dan pembelajaran, pembentangan, tutorial, tugas dan umpamanya. Dasar dan polisi penting untuk mengawal sebarang kelakuan yang berlebihan sehingga boleh menjejaskan imej, prestasi akademik serta tahap pembelajaran. Di samping itu, pembuat dasar juga berupaya mewujudkan garis panduan tentang pemakaian teknologi dan inovasi permainan video bagi mendukung Revolusi Perindustrian 4.0 di persekitaran IPDAS. Mengetahui hakikat ini, maka pembuat dasar juga boleh mengesyorkan agar kemudahan serta prasarana ICT di IPDAS dibangunkan.

Pensyarah

Pensyarah juga dapat meningkatkan pengetahuan dan kemahiran yang tinggi dalam bidang permainan video termasuk ICT. Maka, penyampaian pengajaran dan pembelajaran di dalam kelas atau kuliah akan menjadi lebih menarik dengan menggunakan permainan video. Perkara ini bertepatan dengan kehendak pembelajaran abad ke-21 yang banyak menekankan tentang penerapan ICT dalam penyampaian ilmu kepada pelajar. Perkara ini sudah semestinya meningkatkan kualiti yang ada dalam diri pensyarah dan menjadi contoh yang baik kepada para pelajar bagi mengetengahkan apakah elemen yang perlu ada pada seseorang individu yang berjaya.

Pelajar

Pelajar akan mula tertarik dengan penyampaian pengajaran dan pembelajaran yang mengetengahkan elemen permainan video. Mereka pastinya dapat mengatasi masalah tumpuan di dalam kelas sekiranya tenaga pengajar mahir dalam menentukan jenis permainan yang sesuai untuk kelompok-kelompok yang ada di dalam kelas. Akhirnya, timbul minat untuk belajar yang lebih mendalam sekaligus peningkatan dalam prestasi akademik dan tahap pembelajaran berlaku.

METODOLOGI KAJIAN

Reka bentuk kajian dan sampel

Kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif. Penggunaan kaedah tinjauan adalah satu cara pengumpulan data yang dianggap terbaik dalam sesuatu

kajian sains sosial kerana kaedah ini berupaya memberikan penjelasan yang tepat untuk mewakili satu populasi yang besar.

Instrumen dan kaedah pengumpulan data

Dalam membuat kajian ini, sebanyak 48 set borang soal selidik digunakan. Pengkaji mengedarkan 48 set borang soal selidik kepada pelajar semester empat program Sijil Pengajian Islam dan Dakwah dari Institut Pengajian Islam dan Dakwah Sabah. Borang soal selidik dibahagikan kepada tiga bahagian iaitu; (i) maklumat demografi, (ii) maklumat corak penggunaan dan (iii) kecenderungan pelajar terhadap permainan video. Kaedah yang digunakan ialah kaedah kuantitatif. Antara objektif kaedah kuantitatif ini adalah; Pertama, statistik deskriptif untuk mencari purata dan peratus. Kedua, data dipersembah dalam bentuk nombor.

DAPATAN KAJIAN

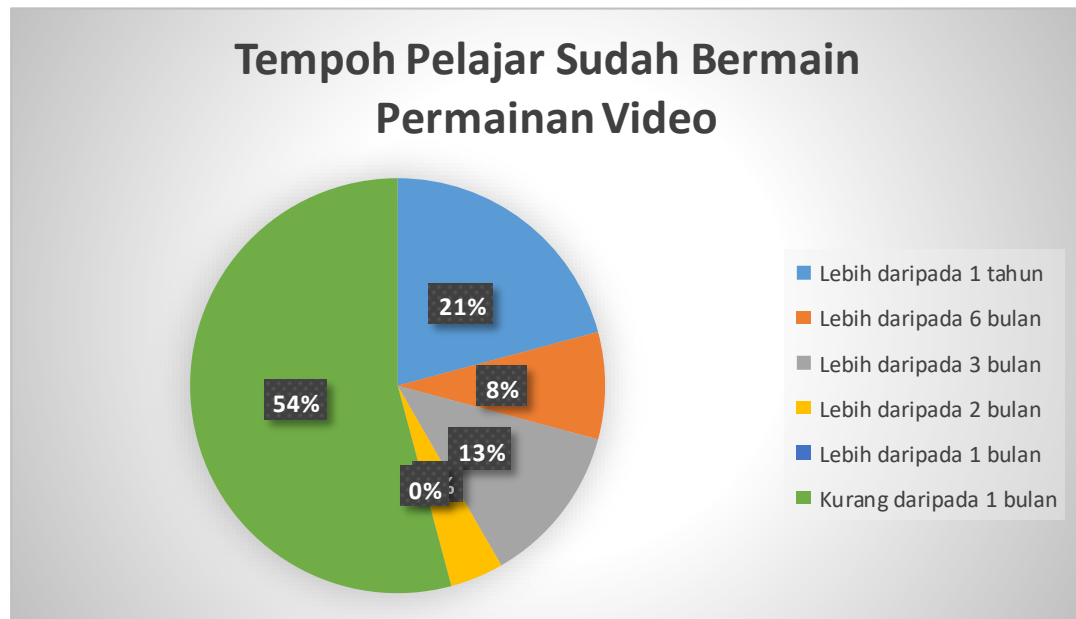
Bagi maklumat demografi responden, data dianalisis secara deskriptif. Jadual 1 menunjukkan dengan jelas taburan responden berdasarkan jantina, umur, bangsa, keputusan peperiksaan akhir dan pendapatan keluarga.

Jadual 1: Taburan responden mengikut demografi jantina, umur, bangsa, keputusan peperiksaan akhir dan pendapatan keluarga

Demografi	Kategori	Bilangan responden	Peratus (%)
Jantina	Lelaki	20	41.7%
	Perempuan	28	58.3%
Umur	18-20 tahun	12	25 %
	21-23 tahun	33	68.8%
	Lebih 23 tahun	3	6.3%
Bangsa	Melayu	12	25%
	Lain-lain	36	75%
Keputusan Peperiksaan Akhir (Purata Nilai Gred Keseluruhan)	Mumtaz (3.50 - 4.00)	15	31.3%
	Jayyid Jiddan (3.00 – 3.49)	30	62.5%
	Jayyid (2.50 – 2.99)	3	6.3%
	Rasib (0 – 1.99)	0	0%
Pendapatan Keluarga	Kurang RM500	15	31.3%
	RM501 – RM1,500	21	43.8%
	RM1,501 – RM2,500	10	20.8%
	RM2,501 – RM3,500	2	4.2%
	RM3,501 – RM5,000	0	0%
	Lebih daripada RM5,000	0	0%
Pekerjaan Penjaga	Bekerja Sendiri	23	47.9%
	Kakitangan Kerajaan	10	20.8%
	Kakitangan Swasta	2	4.2%
	Peneroka	1	2.1%
	Petani	3	6.3%
	Tiada Pekerjaan Tetap	9	18.8%

Bagi objektif 1 iaitu untuk mengenal pasti corak bermain permainan video, terdapat tujuh item yang disoal dalam borang soal selidik yang diedar kepada pelajar. Bagi mengenal pasti corak pelajar bermain permainan video, tempoh bermain dan jenis permainan video adalah antara soalan yang ditanya.

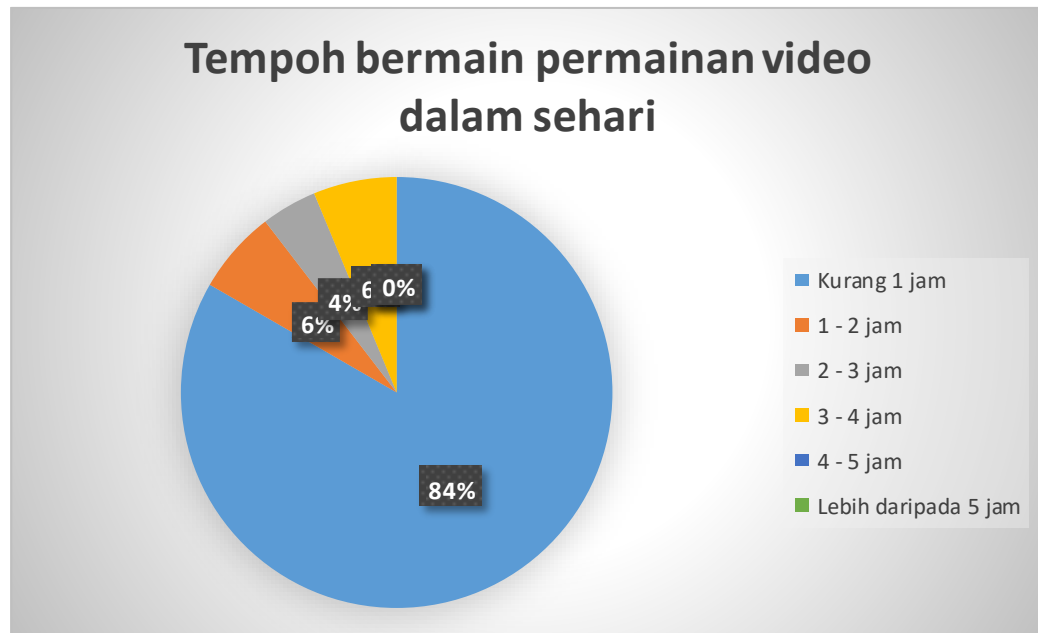
Tempoh pelajar sudah bermain permainan video



Rajah 1: Tempoh pelajar sudah bermain permainan video

Carta pai 1 dalam Rajah menunjukkan bahawa majoriti pelajar bermain permainan video kurang daripada satu bulan iaitu 54% bersamaan dengan 26 pelajar daripada keseluruhan 48 pelajar. Diikuti dengan 10 pelajar yang sudah bermain permainan video lebih daripada satu tahun, 6 pelajar sudah bermain permainan video lebih daripada tiga bulan, 4 pelajar sudah bermain permainan video lebih daripada enam bulan dan 2 pelajar sudah bermain permainan video lebih daripada dua bulan.

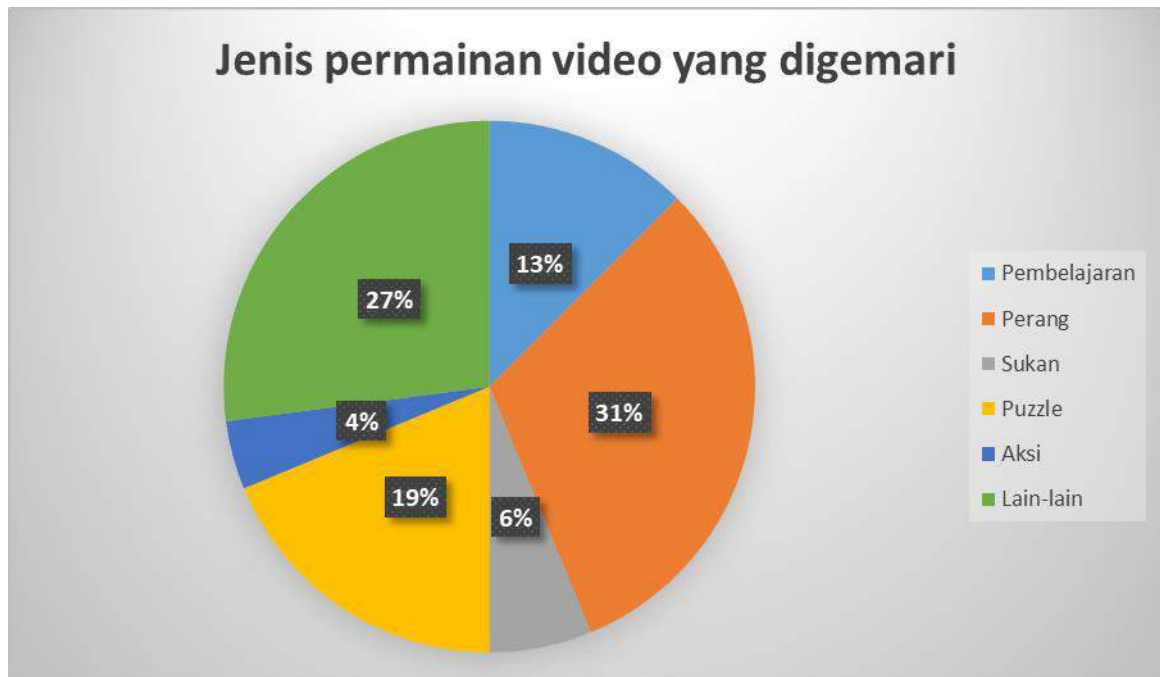
i. Tempoh bermain permainan video dalam sehari



Rajah 2: Tempoh bermain permainan video dalam sehari

Carta pai dalam Rajah 2 menunjukkan bahawa majoriti pelajar bermain permainan video kurang satu jam dalam sehari iaitu 40 pelajar daripada keseluruhan 48 pelajar yang menjawab soal selidik. Manakala 3 pelajar masing-masing bermain permainan video selama satu hingga dua jam sehari dan tiga hingga empat jam sehari. Seterusnya 2 pelajar bermain permainan video selama dua hingga tiga jam sehari.

ii. Jenis permainan video yang digemari



Rajah 3: Jenis permainan video yang digemari

Merujuk data yang diperolehi dari carta pai dalam Rajah 3 yang berkaitan jenis permainan video yang digemari oleh pelajar menunjukkan bahawa 15 pelajar gemar bermain permainan video jenis perang manakala 13 pelajar sering bermain permainan video selain daripada jenis perang, sukan, puzzle, pembelajaran, aksi dan lain-lain. Seterusnya 9 pelajar gemar bermain permainan video jenis puzzle, 6 pelajar gemar bermain permainan video jenis pembelajaran, 3 pelajar gemar bermain permainan video jenis sukan dan 2 pelajar sering bermain permainan video jenis aksi.

iii. Masa pelajar kerap bermain permainan video



Rajah 4: Masa kerap bermain permainan video

Carta pai dalam Rajah 4 adalah berkaitan masa yang digunakan pelajar untuk bermain permainan video yang menunjukkan majoriti iaitu 29 pelajar kerap bermain permainan video pada waktu lapang. Diikuti dengan 9 pelajar yang kerap bermain permainan video tidak kira masa dan 7 pelajar hanya bermain permainan video pada waktu cuti semester sahaja. Manakala seorang pelajar masing-masing kerap bermain permainan video pada waktu pulang dari kelas, waktu petang dan waktu malam.

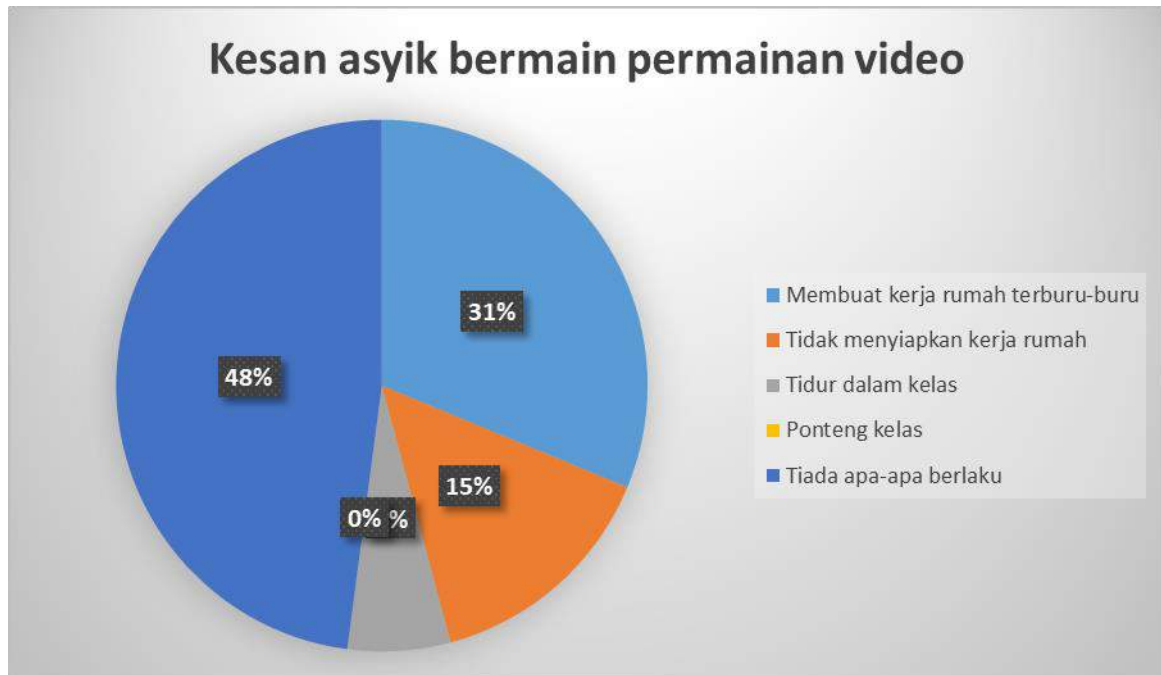
- iv. Tempoh masa yang pelajar peruntukkan untuk tidur pada waktu malam sekiranya pelajar bermain permainan video



Rajah 5: Tempoh masa yang diperuntukkan untuk tidur

Carta pai dalam Rajah 5 berkaitan tempoh masa yang pelajar peruntukkan untuk tidur pada waktu malam apabila pelajar bermain permainan video menunjukkan bahawa majoriti iaitu 25 pelajar memperuntukkan lima hingga enam jam untuk tidur pada waktu malam walaupun pelajar bermain permainan video diikuti 15 pelajar yang memperuntukkan lebih tujuh jam untuk tidur pada waktu malam. Manakala 3 pelajar masing-masing memperuntukkan tiga hingga empat jam dan empat hingga lima jam untuk tidur pada waktu malam dan 2 pelajar hanya memperuntukkan satu hingga dua jam untuk tidur pada waktu malam.

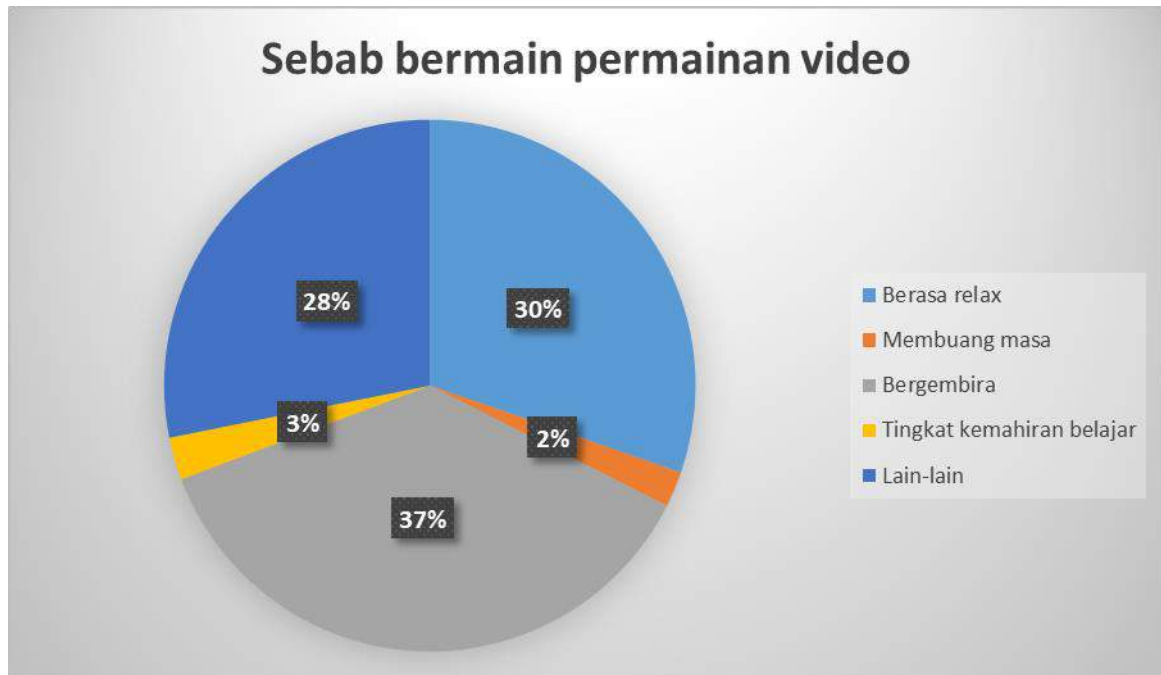
- v. Akibat atau kesan sekiranya pelajar asyik bermain permainan video



Rajah 6: Kesan asyik bermain permainan video

Carta pai dalam Rajah 6 adalah berkaitan dengan akibat atau kesan sekiranya pelajar asyik bermain permainan video yang menunjukkan majoriti iaitu 23 pelajar berpendapat tiada apa-apa yang berlaku sekiranya mereka kerap bermain permainan video dan 15 pelajar akan membuat kerja rumah secara terburu-buru apabila mereka kerap bermain permainan video. Manakala 7 pelajar akan terlupa dan tidak menyiapkan kerja rumah apabila mereka terlalu asyik bermain permainan video dan 3 pelajar akan tidur di dalam kelas sekiranya mereka kerap bermain permainan video.

vi. Sebab pelajar bermain permainan video



Rajah 7: Sebab bermain permainan video

Carta pai dalam Rajah 7 adalah berkaitan dengan sebab pelajar suka bermain permainan video yang menunjukkan bahawa majoriti iaitu 17 pelajar bermain permainan video adalah untuk bergembira dan 14 pelajar bermain permainan video untuk merasa relax. Diikuti dengan 13 pelajar yang mempunyai lain-lain sebab bermain permainan video, 3 pelajar bermain permainan video untuk meningkatkan kemahiran belajar dan seorang pelajar bermain permainan video untuk membuang masa.

Jadual 2: Kecenderungan Terhadap Permainan Video

Bil	Item	Sangat Tidak Setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Kurang Setuju (3)	Setuju (4)	Sangat Setuju (5)	Min
1	Rasa gembira	1	2	19	25	0	3.39
2	Rasa selesa	2	4	18	23	1	3.54
3	Dapat menyebabkan lari daripada masalah	5	4	16	23	0	3.18
4	Rasa dihargai oleh rakan sekelas	10	16	14	7	1	2.43
5	Rasa bersemangat	1	12	20	14	1	3.04
6	Dapat mengisi masa lapang	2	2	13	30	1	3.54
7	Mudah belajar cara bermain	4	3	27	14	0	3.06
8	Mahir dalam permainan	6	8	24	11	0	2.84
9	Sering menghabiskan masa dengan permainan	11	12	13	12	0	2.54
10	Bermain hingga lewat malam pada hari cuti	16	13	13	5	1	2.20
11	Hanya sesuai untuk pelajar lelaki	14	8	17	7	2	2.47
12	Akan bermain pada masa hadapan	15	5	21	7	0	2.41
Min keseluruhan							2.87

(1.00 hingga 2.33: Rendah, 2.34 hingga 3.66: Sederhana, 3.67 hingga 5.00: Tinggi)

Jadual 2 menunjukkan nilai min bagi obyektiif 2 iaitu kecenderungan pelajar bermain permainan video. Item bermain permainan video dapat menyebabkan berasa selesa dan dapat mengisi masa lapang mencatatkan nilai min tertinggi

iaitu 3.54. Manakala bagi item pelajar cenderung untuk bermain hingga lewat malam pada hari cuti mencatatkan nilai min paling rendah iaitu 2.20. Secara keseluruhannya tahap kecenderungan pelajar dalam bermain permainan video berada pada tahap sederhana dengan nilai min keseluruhan adalah 2.87.

Jadual 3: Kesan Bermain Permainan Video Terhadap Tahap Pembelajaran

Bil	Item	Sangat Tidak Setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Kurang Setuju (3)	Setuju (4)	Sangat Setuju (5)	Min
1	Berhenti bermain apabila ada kerja sekolah	9	5	3	19	11	3.38
2	Bermain hingga lewat malam pada hari sekolah	21	11	15	1	0	1.91
3	Tidak menyiapkan kerja sekolah sebelum bermain	22	11	13	2	0	1.89
4	Bermain tidak akan menjejaskan prestasi akademik	14	9	9	14	2	2.60
5	Bermain tidak akan menjejaskan tumpuan dalam kelas	12	11	13	12	0	2.52
Min keseluruhan							2.46
<i>(1.00 hingga 2.33: Rendah, 2.34 hingga 3.66: Sederhana, 3.67 hingga 5.00: Tinggi)</i>							

Jadual 3 menunjukkan nilai min bagi objektif 3 iaitu kesan bermain permainan video terhadap tahap pembelajaran pelajar. Bagi item pelajar akan berhenti bermain permainan video apabila mempunyai kerja sekolah mencatatkan nilai

min tertinggi iaitu 3.38. Manakala bagi item pelajar tidak akan menyiapkan kerja sekolah sebelum bermain permainan video mencatatkan nilai min paling rendah iaitu 1.89. Secara keseluruhannya kesan bermain permainan video terhadap pembelajaran pelajar berada pada tahap sederhana dengan nilai min keseluruhan adalah 2.46.

PERBINCANGAN

Objektif 1 : Mengenal pasti corak bermain permainan video

Kesan permainan video terhadap tahap pembelajaran IPDAS berada pada tahap yang sederhana disebabkan corak bermain pelajar IPDAS yang agak terkawal. Secara keseluruhannya, pelajar IPDAS memilih bermain hanya pada waktu lapang dan meluangkan masa 1 jam sahaja untuk bermain permainan video. Bahkan, mereka masih mendapat tidur yang mencukupi iaitu 5 hingga 6 jam sehari. Menerusi corak bermain yang agak sederhana, sebaliknya pelajar berjaya menunjukkan prestasi akademik yang baik dengan catatan 31.3% mendapat pangkat mumtaz dan 62.5% mendapat jayyid jiddan. Selaras dengan teori tuju sendiri, pelajar IPDAS membuktikan mereka mampu mengenalpasti keperluan pembelajaran, membentuk objektif pembelajaran, mengenalpasti resos, melaksanakan pelan pembelajaran dan menilai hasilnya. Maka, mereka mampu menentukan masa bermain dan waktu bermain dengan lebih efektif agar tidak menjejaskan pembelajaran mereka di IPDAS.

Objektif 2 : Mengenal pasti kecenderungan pelajar bermain permainan video

Kecenderungan pelajar bermain permainan video berada pada tahap sederhana memandangkan kebanyakan pelajar IPDAS bermain sekadar untuk mengisi masa lapang dan mengecap rasa selesa ketika bermain. Bagi mereka, permainan video tidak mampu membuatkan mereka rasa gembira, lari daripada masalah dan rasa dihargai oleh kawan pada tahap yang mereka inginkan. Malahan kecenderungan untuk bermain pada masa akan datang juga rendah walaupun pada waktu cuti. Di samping itu, mereka juga tidak ingin menjadi seorang pemain yang mempunyai kemahiran yang tinggi walaupun terdapat

permainan video yang senang untuk dikuasai. Situasi ini menunjukkan pelajar IPDAS memilih untuk menyelesaikan masalah pembelajaran mengikut medium lain seperti mendapatkan khidmat kaunseling daripada Kaunselor IPDAS, nasihat dan bimbingan daripada pensyarah dan mengikuti program-program pembangunan dan pencegahan yang dijalankan oleh pihak IPDAS. Mengikut teori pembelajaran tindakan, situasi ini menunjukkan pelajar IPDAS lebih fokus untuk menyelesaikan masalah pembelajaran daripada menukar fokus mereka dengan bermain permainan video. Antara tindakan yang mereka lakukan termasuklah berbincang di dalam medium sesuai seperti kumpulan usrah naqib dan naqibah setiap minggu.

Objektif 3 : Menenal pasti kesan permainan video terhadap tahap pembelajaran pelajar IPDAS

Permainan video hanya memberikan kesan yang sederhana terhadap pembelajaran pelajar IPDAS kerana pelajar IPDAS ternyata mempunyai disiplin yang baik dengan memilih untuk berhenti bermain ketika diberikan tugas oleh pensyarah. Tingkah laku yang adaptif dapat dilihat apabila pelajar memilih untuk tidak bermain hingga lewat malam dan akan menyiapkan tugas terlebih dahulu. Malah, dapat disimpulkan perhatian pelajar di dalam kelas tidak begitu terjejas dengan tingkahlaku adaptif yang ditunjukkan ini. Selaras dengan teori pembelajaran berasaskan projek, pelajar IPDAS lebih gemar diberikan tugas projek bagi setiap kursus yang diajarkan. Dengan ini, mereka mendapat maklumbalas dan mengkaji akibat pembelajaran secara berterusan. Proses berulang ini meningkatkan kemahiran dan pengetahuan untuk jangka panjang. Malahan, mereka juga mendapa kepelbagaian kemahiran seperti berfikir secara kritikal, penyelesaian masalah, berkolaborasi dan berkomunikasi. Maka, disebabkan perkara ini, pembelajaran pelajar tidak terjejas sekalipun mereka bermain permainan video. Bahkan ianya juga sebagai kayu ukur untuk melihat

sejauh mana penambahbaikan yang perlu dilakukan bagi meningkatkan kualiti perguruan (Rohaya Talib *et al.*, 2008). Antara contoh jenis ujian yang boleh dipraktikkan semasa proses pengajaran dan pembelajaran ialah ujian objektif yang terkandung padanya isi tempat kosong, item betul dan salah, pemadanan, aneka pihan dan sebagainya (Arsaythamby, 2011).

IMPLIKASI KAJIAN

Berleluasanya permainan video game ini secara tidak langsung memberi petunjuk kepada pensyarah untuk meningkatkan kualiti pengajaran dan pembelajaran bagi menarik minat pelajar untuk mempelbagaikan teknik pengajaran. Perkara ini dibuktikan apabila purata pelajar menggunakan kaedah gamifikasi dengan teknik gabungan berfikiran kritis dan kolaboratif berasaskan Quizziz mampu menarik minat pelajar (Nurathirah, 2019). Minat belajar, berkongsi idea, kerjasama dalam berkumpulan, kolaboratif dalam penghasilan game dan sebagainya merupakan peransang kepada pelajar untuk bersikap kreatif dan kritis. Dengan wujudnya permainan seperti ini, penyelesaian masalah, kemahiran berfikir, sikap ingin bertanya akan muncul dalam kalangan pelajar terutamanya budaya membaca dapat diterapkan untuk mencapai objektif permainan tersebut (Khairuddin, 2019).

Secara tidak langsung ia berpeluang untuk mewujudkan Dasar Digital IPDAS dalam menyediakan pelan kontigensi dengan fokus pada nasional, kerana ini memberi gambaran bahawa permainan dan pendidikan mempunyai hubungan rapat dalam soal kecemerlangan pelajar. Hasilnya, Kumpulan Inovatif dan Kreatif mampu membina idea segar untuk mencipta dasar pendigitilan IPDAS dalam segenap aspek. Dengan adanya penghasilan digital

di IPDAS, maka ia dapat memberi keyakinan dalam menyalurkan bajet untuk pembangunan ICT di IPDAS.

Oleh itu jelaslah penyampaian pengajaran yang lebih menarik, mudah dan cepat harus dipraktikkan oleh setiap pensyarah, kerana ini merupakan salah satu daya tarikan pelajar untuk faham apa yang dipelajari. Tambahan pula, pelajar boleh dikatakan setiap hari bergelumang dengan permainan video dalam mengisi masa lapang. Ini sudah pasti, memberi tamparan yang hebat untuk pensyarah menambahkan pengetahuan dalam bidang teknologi bagi menarik perhatian pelajar IPDAS. Hal ini kerana, pelajar juga akan menilai pensyarah setelah tamatnya sesuatu kursus semester melalui borang penilaian berkaitan tahap pengetahuan pensyarah menguasai sesuatu ilmu.

Dengan keberadaan kemudahan makmal komputer dan jalur lebar di IPDAS, ia memberi peluang dan ruang dalam melaksanakan Revolusi Industri 4.0 sepenuhnya di IPDAS serta mewujudkan skuad ICT dalam membina rangkaian prasarana berasaskan digital. Dalam masa yang sama, penarafan teknologi dan kemudahan wifi turut akan diperhebatkan dari semasa ke semasa apabila pelaksanaan IR 4.0 menjadi kenyataan. Oleh itu skuad ICT juga akan berusaha mewujudkan program khas ICT untuk pelajar dan warga IPDAS untuk membasmi buta IT pada masa sekarang, kerana dunia digital sudah bermula sekian lama seperti wujudnya *Touch 'n Go*, *Boost*, *Jom Pay*, dan sebagainya bagi menjimatkan masa dan keselamatan pengguna.

Akhirnya, medium penyebaran dakwah dapat disebarluaskan tanpa adanya secara bersemuka dengan digantikan secara maya oleh para *Daei* di IPDAS dan menjadi ikon dakwah dalam dunia permainan video. Hasilnya masa, tenaga dan wang ringgit dapat dikurangkan setelah permainan video berjaya

dikomersilkan di persada bumi Sabah khususnya. Tidak dapat digambarkan pahalanya berterusan sehingga ke akhir hayat selagi tontonan video teknologi tersebut dipaparkan untuk memberi manfaat pada seluruh masyarakat. Hal ini memberi peluang pada pelajar IPDAS untuk belajar lebih mendalam berkaitan pengurusan ICT dengan adanya pegawai teknologi di IPDAS.

Garis panduan tentang pemakaian teknologi serta inovasi permainan video perlu dilaksanakan di IPDAS agar penyeragaman tindakan dan peraturan selari mengikut garis panduan yang termaktub. Hal ini perlu bagi membendung gejala negatif dari berlaku dikemudia hari berdasarkan kaedah سد الذرائع dan مصلحة المرسلة dengan menarik kebaikan dan mencegah kemungkaran. Apabila pintu-pintu kemungkaran dicegah dari awal maka gejala negatif dapat dikurangkan.

CADANGAN PENAMBAHBAIKKAN

Permainan yang video ini boleh jadi sebagai berkenalan dengan rakan-rakan seantero asia, sama ada bermain dalam talian secara langsung, bertukar-tukar pandangan, mudah untuk pasang pada peranti media elektronik, sikap ingin mencuba dan sebagainya merupakan salah satu daya tarikan permainan elektronik pada masa kini (Yuli Andriyanto, 2019).

Namun tidak dapat dinafikan kombinasi permainan video dengan pembelajaran akan memberikan kekuatan berfikir, menghilangkan rasa kebosanan, menarik minat pelajar, mengelakkan pelajar ponteng kelas dan sebagainya. Peranan guru juga mampu memberi kesan dengan menggunakan alat bantu audio dan visual pada pembelajaran jika dipandu dengan ideal berasaskan pembelajaran secara santai (Dwi Yuniasih Saputri, 2018). Masa keemasan (*Golden Periode*) dan sistem otak yang cergas harus dimanfaatkan

semaksima mungkin terutamanya menerusi *game android* agar pelajar memupuk minda yang bersifat pasif dan aktif dalam sesi pengajaran dan pembelajaran. Hal ini kerana, permainan video *game* dapat memberi kesan dalam membina karakter pelajar berinovasi dan kreativiti (Diana Laily dan Dave Andre, 2017).

Berdasarkan hasil dapatan kajian banyak faktor yang mempengaruhi tahap pembelajaran pelajar, seperti rasa gembira, rasa selesa, dapat menyebabkan lari dari masalah, rasa dihargai oleh rakan sekelas, rasa bersemangat dan mengisi masa lapang. Setelah diteliti, kebanyakan pelajar berasa selesa atas kemudahan yang dimiliki oleh mereka. Oleh itu faktor tersebut menyebabkan mereka mengambil peluang untuk terlibat secara langsung dalam permainan video, rata-ratanya pelajar IPDAS mempunyai *smart phone* dan data yang mencukupi untuk melayari permainan video. Tambahan pula, wujudnya kumpulan di *Facebook* berkaitan sesuatu permainan video, menyebabkan komunikasi dengan rakan di luar kampus berlaku secara pesat. Di samping itu, sebagai simbolik menarik hati dan perasaan kawan-kawan juga turut menyumbang kepada terjebaknya permainan video.

Tambahan pula mengisi masa lapang dengan permainan video sudah menjadi lumrah bagi individu yang bernama pelajar, kerana sebahagian pelajar mempunyai minat dan hobi yang berbeza seperti bermain bola, menonton video, mendengar lagu dan sebagainya. Besar kemungkinan pelajar IPDAS lebih terarah kepada permainan video, adalah disebabkan berlakunya wabak Corona Virus. Jadi, permintaan terhadap dunia digital semakin meningkat setelah 4 bulan berada dalam Perintah Kawalan Pergerakan. Lalu masa yang akan datang diisi dengan permainan video berdasarkan purata min 3.54. Isyarat ini menandakan, pengurusan masa begitu penting dalam mencari

ilmu tidak kira dimana sahaja berada. Hal ini jelas dalam al-Asr' 103:1-4, bahawasanya Allah bersumpah mengenai masa.

Teknologi maklumat komunikasi dapat meningkatkan kadar celik huruf, merentasi kurikulum secara menyeluruh, kemahiran silang budaya, minda teknologi dengan kerjasama maya menguruskan aplikasi media dan sebagainya, merupakan agen kepada perubahan gaya berfikir dalam mengatur strategi pengajaran dan pembelajaran yang berkesan (Syed Lamsah dan Melor, 2019). Penyertaan pelajar dalam permainan video *game* ini penting bagi meningkatkan kemahiran penggunaan teknologi, di samping memberi ruang dan peluang untuk meneroka sumber ilmu dalam pelbagai situasi terutamanya membentuk sahsiah kemahiran intelektual pelajar itu sendiri (Syed Lamsah dan Muhamad Yusoff, 2020). Hal ini secara langsung memberi gambaran bahawa institusi memainkan peranan penting dalam membangunkan aplikasi mudah alih untuk kegunaan pengajaran dan pembelajaran.

Di samping itu, permainan video dapat diperluaskan kepada aspek kesihatan, gaya hidup, produktiviti, dan umpamanya. Maka dengan adanya alternatif ini gaya hidup sihat akan dapat diamalkan seperti penawaran pakej produk kesihatan yang diuar-uarkan oleh syarikat Takaful AIA melalui *software* jam tangan kepada pelanggan yang melakukan aktiviti bersenam. Hasilnya mata ganjaran seperti diskaun dalam pembelian barangan kesihatan dan sebagainya dapat diwujudkan. Secara tidak langsung, masyarakat akan terjebak dengan sukan larian, berbasikal, renang, mendaki bukit dan sebagainya.

Permainan video juga dapat melatih otak supaya berfikir pantas dan fokus terhadap permainan sehingga mencapai kemenangan. Hal ini, boleh menjadi pemangkin pada pelajar IPDAS untuk berusaha bersungguh dalam

mencapai kejayaan, kerana setiap kejayaan ada imbuhan. Kemungkinan dari hasil permainan video ini pelajar dapat capai cita-cita mereka seperti minat untuk menjadi pasukan beruniform polis, tentera dan lain-lain. Produktiviti yang terhasil ini akan membentuk karakter pelajar untuk belajar bersungguh bagi memenuhi impian mereka seperti apa yang mereka lihat dalam permainan video, begitulah keinginan mereka untuk dihayati.

Antara permainan yang melatih kepada strategi berfikir suatu ketika dahulu adalah catur, sekarang sudah tumbuh bagaikan cendawan permainan video seperti itu. Hal ini, berlaku disebabkan ledakan maklumat dan perkembangan semasa yang mengkehendaki supaya setiap pemain berfikir dan menyelesaikan permainan mengikut kemampuan mereka, terutamanya permainan yang melibatkan secara langsung di alam maya, perlunya pada interaksi dengan rakan-rakan sepermainan bagi mencapai kata sepakat untuk memenangi permainan tersebut.

Kecenderungan individu pada permainan video berbeza mengikut kemampuan alat peranti telefon, data, masa, *software*, kemampun berfikir, minat dan sebagainya. Hal ini mempengaruhi setiap individu untuk melayari permainan video, kerana setiap permainan video perlunya pada kelajuan internet dan kecanggihan telefon mahupun laptop. Jika tidak dipenuhi kemungkinan permainan tersebut menjadi hambar. Permainan video pula ada dua jenis kategori iaitu secara interaksi dengan pemain lain (*two-ways*) dan satu lagi (*one-way*) tanpa melibatkan proses komunikasi. Begitulah juga permainan secara *online* dan *offline* dalam melayari permainan video tersebut. Setiap permainan yang ditawarkan berbeza mengikut kepuasan individu untuk mengakses permainan berdasarkan kebolehan dan keyakinan pelajar IPDAS.

Walaupun permainan secara *online* lebih digemari apatah lagi melibatkan interaksi dengan rakan sepasukan yang lain, kerana paparan visual dan audio lebih jelas berbanding permainan secara *offline*. Hal ini, menunjukkan kepuasan permainan bergantung pada pemain dalam video tersebut. Sudah pasti, kecanggihan peranti telefon dan laptop memerlukan kepada terkenologi terkini, kerana tidak semua permainan video mampu menampung peranti yang lama seperti *graphic card, processor, ram, memory*, dan sebagainya.

Permainan video berbentuk aksi dan perang lebih digemari oleh pelajar lelaki, berdasarkan kajian dari responden dalam dapatan kajian. Hal ini berlaku adalah disebabkan naluri pelajar lelaki sukakan pada permainan yang lasak, mencabar, kecanggihan alat senjata, permainan secara *real* dan sebagainya. Namun pelajar perempuan lebih tertarik pada permainan berbentuk santai dan menghiburkan serta tidak aksi ganas dan pembunuhan. Ini sesuai dengan pelajar wanita kerana sifat keibuan itu sudah terpahat dalam sanubari mereka.

Walaupun bagaimanapun jarang sekali kita melihat permainan berbentuk islamik yang dipaparkan seperti pengembaraan ke Mekah menunaikan haji, permainan teka teki islamik, strategi peperangan zaman sahabat Nabi, pelayaran sahabat Nabi merentasi laut dan sebagainya. Hal ini kemungkinan kurangnya sambutan dari aktivis pembuat permainan video, kerana kebanyakan permainan video dihasil dari masyarakat barat. Maka apabila wujudnya kesedaran pada pelajar IPDAS dengan terbinanya pusat ICT IPDAS pada masa hadapan, tidak mustahil suatu hari anti permainan video berupa islamik dapat dilayari oleh semua komuniti pelayan internet.

Kajian ini dijalankan di IPDAS kampus Keningau adalah berdasarkan tinjauan soal selidik. Oleh itu perbezaan geografi dan latar belakang pelajar

sedikit sebanyak mempengaruhi data permainan video tersebut. Alangkah baiknya jika selepas ini kajian diteruskan di IPDAS kampus Kudat kerana pelajar di Kudat merupakan pelajar rata-ratanya terdiri dari pelajar *muallaf* dan sudah pasti gaya pemikiran dan kehendak mereka berbeza dengan pelajar IPDAS kampus keningau yang berada dalam zon selesa. Penambahbaikan soal selidik harus dilaksanakan mengikut perubahan masa dan keadaan agar data yang diperolehi benar-benar dijawab mengikut kejujuran pelajar supaya hasilnya dapat memberi impak pada masa hadapan. Pada masa yang sama juga soal selidik wajar dipanjangkan juga pada pelajar program Diploma Dakwah Islamiyyah kerana perbezaan tahap pengajian dan umur sudah pasti dapatan yang diperolehi berbeza dengan pelajar Sijil Pengajian Islam.

Justeru permainan video ini penting juga dalam mengetengahkan bakat pelajar IPDAS agar bakat yang sedia ada dapat dicungkilkan bagi mengharumkan nama IPDAS. Kesimpulannya, pewujudan mini makmal permainan video dapat diwujudkan dengan memberi ganjaran pada pelajar yang cemerlang untuk menceburi permainan video. Secara tidak langsung persaingan yang sihat dapat direalisasikan bersama pelajar dan warga IPDAS demi melahirkan pelajar yang mempunyai *soft skill*.

LIMITASI KAJIAN

Setelah dianalisis data berdasarkan 48 orang responden, keputusan tidak menunjukkan jenis-jenis permainan video yang memberi kesan terhadap tahap pembelajaran. Hal ini kerana peratusan kecemerlangan dan tindakan tatatertib tidak banyak diambil tindakan kesan dari permainan video. Data yang diperolehi hanya bergantung kepada data soal selidik dan sedikit kajian perpustakaan sahaja tanpa melibatkan interview dan sebagainya. Sampel kajian hanya terdiri daripada semester 4 Sijil Pengajian Islam dan Dakwah. Instrumen kajian tidak

mengukur elemen lain seperti kreativiti, perhatian dan penyelesaian masalah. Malah ia lebih kepada faktor-faktor kecenderungan pelajar terhadap permainan video.

KESIMPULAN

Permainan video memberikan impak terhadap tahap pembelajaran seseorang bergantung pada corak permainan dan kecenderungan pelajar bermain permainan. Akhirnya menatijahkan kesan permainan video terhadap pembelajaran. Hubungkait permainan video dengan corak permainan dan kesan, merupakan refleksi tingkahlaku dalam menjamin keberkesanan pembelajaran di IPDAS, supaya gejala negatif dan ketagihan yang melampau dapat dielakkan. Berdasarkan dapatan kajian, pelajar IPDAS menunjukkan prestasi yang sederhana dan cemerlang dalam peperiksaan. Ini menunjukkan pembelajaran dan permainan dapat dibahagikan waktu dengan saksama mengikut tanggungjawab sebagai pelajar. Justeru hobi dan tugas memainkan peranan penting dalam membina karakter diri seorang pelajar untuk berjaya pada masa hadapan. IPDAS sebagai pembuat polisi memandang serius bakat terpendam harus digilapkan bagi mengharum nama IPDAS di persada nasional.

RUJUKAN

- Arsaythamby Veloo. (2011). Keupayaan Teori dan Pelaksanaan Pentaksiran dalam Pembelajaran. *Journal of Governance and Development*, 7, 11-15.
- Astro Awani. (2017, September). Ketagihan permainan video sebagai masalah kesihatan mental – WHO. Dipetik daripada <https://www.astroawani.com/berita-dunia/ketagihan-permainan-video-sebagai-masalah-kesihatan-mental-who-164052>.

- Azizi Yahaya, Shahrin Hashim, Yusof Boon, dan How Lee Chan. (2007). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gejala Ponteng Di Kalangan Pelajar Sekolah Menengah Johor. *Kajian Sarjana Pendidikan*, 1-20.
- Borgonovi, F. (2016). Video Gaming and Gender Differences in Digital and Printed Reading Performance among 15 years old Students in 26 Countries. *Journal of Adolescence*, 48, 45-61.
- Cortes, M. D. S., Alcalde, J. V., dan Camacho, J. V. J. (2012). Effects of Computer Gaming on High School Students' Performance in Los Banos, Laguna, Philippines. *Journal of Osaka Unoversity Knowledge Archieve*, 16(2), 75-88.
- Diana Laily Fithri dan Dave Andre Setiawan. (2017). Analisa Dan Perancangan Game Edukasi Sebagai Motivasi Belajar Untuk Anak Usia Dini. *Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*, 8(1), 225-230.
- Dewar, G. (2018, Ogos). *The Effects of Video Games on School Achievement*. Dimuat turun daripada <https://www.parentingscience.com/Effects-of-video-games-on-school.html>
- Dwi Yuniasih Saputri. (2018). Mengintegrasikan Game Sebagai Media Pembelajaran Di Sekolah Dasar: Sebuah Solusi Atau Masalah? *Prosiding Seminar Nasional "Penguatan Pendidikan Karakter Pada Siswa Dalam Menghadapi Tantangan Global*, 101-105.
- Febriyanto Pratama Putra, Husni Tamrin dan Dedi Ary Prasetya. (2012). Pembuatan Game Animasi 3d Role Playing Game Untuk Pendidikan Budaya dengan Unity3d dan Bahasa Pemrograman. *Jurnal Universiti Muhammadiyah Surakarta*, 1-14.
- Hairol Anuar Hj Mak Din, Ahmad Nazeer Zainal Arifin, Noor Azli Mohamed Masrop, Nur Muizz B Mohamed Salleh & Intan Fadzliana Ahmad. (2014). Permainan Pendidikan Digital: Satu Kajian Awal. *Jurnal Sultan Alauddin Sulaiman Shah*, 1, 20-27.
- Hairol Anuar Hj Mak Din, Ahmad Nazeer B Zainal Arifin, Noor Azli Mohamed Masrop, Nur Muizz Mohamed Salleh dan Intan Fadzliana Ahmad. (2014). Transformasi Pendidikan Melalui Pendekatan Permainan Digital di dalam Sistem Pembelajaran. *Jurnal Pendidikan*, 1(2), 67-71.
- Khairuddin Nisa. (2019). Pembelajaran Geografi dan Alam Sekitar Menggunakan Permainan Digital GeoPlay. *Jurnal Pendidikan*, 1-23.

- Khalil, S., Sultana, F., Alim, F., Muzammil, K., Nasir, N., Hassan, A., dan Mahmood, S. E. (2019). Impact of Playing Violent Video Games Among School Going Children. *Indian Journal Of Community Health*, 31(3), 331-337.
- M. Syaom Barliana. (2004). Pengaruh Siaran Televisi Dan Video/Computer Game Terhadap Pendidikan Anak: Implikasi Bagi Pengembangan Teknologi Dan Strategi Pembelajaran. *Jurnal Persidangan Antara Bangsa UPI-UPSI*, 4-6.
- Naimah Muhammad. (2019, September). *Kegilaan terhadap game online ada faedah tak?* Dimuat turun daripada <https://www.sinarharian.com.my/article/16626/LIFESTYLE/Oh!-Lelaki/Kegilaan-terhadap-game-online-ada-faedah-tak>
- Naquiah Nahar, Sahrnizam Sangi, Dharsigah A/P Baniear Salvam, Nurhidayu Rosli, dan Abdul Hafiz Abdullah. (2018). Impak Negatif Teknologi Moden Dalam Kehidupan Dan Perkembangan Kanak-Kanak Hingga Usia Remaja (Negative Impact of Modern Technology to the Children's Life and their Development). *International Journal of Islamic and Civilizational Studies Full Paper*, 1, 87-99.
- Norashikin binti Hasan. (2010). Hubungan Kecenderungan Permainan Video Dalam Kalangan Pelajar Sekolah Menengah Rendah Dengan Prestasi Akademik Pelajar: Satu Tinjauan. *Kertas Projek Sarjana Universiti Utara Malaysia*, 3-7.
- Nurathirah Abd Nasir. (2019). Pengaruh Elemen Gamifikasi Terhadap Motivasi Pelajar Menggunakan Aplikasi Quizizz. *Masters Thesis*, 1-33.
- Nur Hidayu Jaafar. (2015). Refleksi Animasi Upin dan Ipin Dalam Ujaran Kanak-Kanak. *Tesis Sarjana Sastera*, 3-5.
- Nurul Huda Binti Abd Razak. (2011). Pengaruh Internet Terhadap Keruntuhan Akhlak Remaja Islam: Kajian Di Kalangan Pelajar Tahun 4 Fakulti Pendidikan. *Latihan Ilmiah*, 19(16), 1-110.
- Rohaya Talib dan Mohd Najib Ghafar. (2008). Pembinaan dan Pengesahan Instrumen Bagi Mengukur Tahap Literasi Pentaksiran Guru Sekolah Menengah di Malaysia. *Proceeding of Seminar Penyelidikan*, 109-125.
- Saghir, A. (2016). Influence of Video Games in Learning. *Journal of Emerging Trends in Computing and Information Sciences*, 7(8), 338-342.

- Sherina Mohd Sidik. (2020, September). *Ketagihan Permainan Video (Video Game) Dan Kesehatan Mental Pelajar Institut Pengajian Tinggi*. Dimuat turun daripada https://care.upm.edu.my/artikel/ketagihan_video_video_game_dan_kesehatan_mental_pelajar_institut_pengajian_tinggi-56722
- Syed Lamsah Syed Chear dan Melor Md Yunus. (2019). Strategi Penerapan Kemahiran Abad Ke-21 Dalam Latihan Guru Prasekolah. *Southeast Asia Early Childhood Journal (SAECJ)*, 8, 1-10.
- Syed Lamsah Syed Chear dan Muhamad Yusoff Mohd Nor. (2020). Intervensi Pembelajaran Di Portal E-Pembelajaran Melalui Aplikasi Whatsapp Dan Telegram Berdasarkan Model Lima Fasa Needham. *Evaluation Studies in Social Sciences*, 1(9), 11 -27.
- Wakil, K., Omer, S., dan Omer, B. (2017). Impact of Computer Games on Students GPA. *European Journal of Education Studies*, 3(8), 262-272.
- Wardhani, D. K., dan Fahrudin, A. (2019). Pengaruh Video Games pada Anak dan Peranan Pekerja Sosial. *Jurnal Universitas Muhammadiyah Jakarta*, 1, 1-14.
- Widitiarsa, A. (2018). Video Games as Tools for Education. *Journal of Game, Game Art and Gamification*, 3(2), 1-6.
- Yuli Andriyanto. (2019). Pengaruh Game Online PUBG Terhadap Prestasi Nilai Mahasiswa Ilmu Komunikasi. *Jurnal Universitas Semarang*, 5-8.
- Zamani, E., Kheradmand, A., Cheshmi, M., Abedi, A., dan Hedayati, N. (2010). Comparing the Social Skills of Students Addicted to Computer Games with Normal Students. *Journal of Addiction and Health*, 2, 3-4.

RESOLUSI

SIMPOSIUM DUNIA DAKWAH DIGITAL 2021

RESOLUSI

SIMPOSIUM DUNIA DAKWAH DIGITAL 2021

1. Anjakan Paradigma perlu dilakukan melalui Institusi Pendidikan Islam di semua peringkat supaya kandungan berkaitan teknologi dalam Islam dilihat dalam konteks ajaran al-Quran dan al-Sunnah serta sangat berkait rapat dengan ajaran Islam.
2. Tahap Latihan Kemahiran umat Islam berkaitan Teknologi Digital (ICT/ IOT) yang selaras dengan perkembangan Revolusi Industri (IR) 4.0 perlu ditingkatkan melalui silibus dan modul yang lebih agresif bagi membolehkan kita memimpin bukan sekadar menjadi pengikut dan pengguna semata kepada semua teknologi yang sedia ada.
3. Ekosistem Dakwah Digital perlu dibangunkan secara sistematik melibatkan kemantapan penguasaan ilmu berkaitan *heartware* (hati), *hardware*, kandungan dan kaedah penyampaian berkesan dalam melaksanakan Pelan Revolusi Industri (IR) 4.0 ke arah Revolusi Industri (IR) 5.0. Ekosistem Dakwah Digital juga hendaklah dilaksanakan secara lebih sistematik melibatkan seluruh rantai keperluan ICT/ IOT bertaraf global.
4. Proses reskilling dan upskilling pegawai-pegawai di agensi dan NGO Islam yang terlibat dalam bidang dakwah perlu disegerakan secara sistematik dan berterusan. Begitu juga, dengan kemudahan infrastruktur ICT dan internet dapat dijana dengan setara bagi mengisi kelompongan dakwah dalam Dunia Digital.
5. Geran-geran yang berdaya saing perlu disediakan oleh pihak berautoriti kepada pihak swasta yang bergiat aktif dalam Dakwah Digital bagi menyokong Industri Dakwah Digital berkembang maju.

6. Institusi Pengajian Tinggi Islam perlu dibantu dengan lebih agresif dalam mewujudkan pusat dan kemudahan latihan yang bersifat futuristik dengan menumpukan kepada penggalakan inovasi dan kreatif berkaitan pembangunan kaedah dan kandungan yang mampu memajukan agenda Dakwah Digital.
7. Gabungan yang sangat menarik antara Kandungan Dakwah, Seni Penyampaian, Gagasan Kontemporari Pengurusan Moden dan Teknologi ICT / IOT merupakan suatu yang tidak dapat disangkal kerana ianya dapat memberikan impak langsung secara menyeluruh kepada golongan sasaran. Justeru itu, para daie di semua peringkat hendaklah berusaha untuk menguasai teknologi semasa bagi meningkatkan keberkesanan dakwah di dunia nyata dan maya.
8. Karyawan dan Seniman Islam perlu memperbanyakkan Kandungan Dakwah Digital dengan menerapkan unsur-unsur akhlak dan pengajaran untuk pelbagai peringkat audien. Justeru itu, insentif untuk menggalakkan usaha ini perlu diwujudkan di samping platform yang kukuh untuk hasil para Karyawan dan Seniman Islam dapat dipaparkan. Kandungan Dakwah Digital amat berpotensi dipasarkan di peringkat global khususnya di negara-negara umat Islam. Namun untuk memasarkannya, ia perlu dipasarkan secara teratur dan strategik serta memerlukan sebuah gabungan atau persatuan yang menjayakannya.
9. Menyokong hasrat JAKIM melalui IPDAS untuk memperkenalkan Program Diploma Dakwah Digital sebagai salah satu langkah strategik dalam usaha melengkapkan Ekosistem Dakwah Digital Negara.
10. Mewujudkan kumpulan pemikir dan platform yang bersesuaian dalam kalangan pendakwah, Karyawan dan Seniman untuk memberi idea dan sebarang input mengenai Perkembangan Kandungan Dakwah dan isu-isu yang berkaitan dalam usaha menyemarakkan Dunia Dakwah khususnya di alam maya.



INSTITUT PENGAJIAN ISLAM DAN DAKWAH SABAH
JABATAN KEMAJUAN ISLAM MALAYSIA

KM6 Jln Kg Menawo, Beg Berkunci No.12,
89009 Keningau, Sabah

 myipdas.islam.gov.my

 087-331868

 087-336087