

Hakcipta © tesis ini adalah milik pengarang dan/atau pemilik hakcipta lain. Salinan boleh dimuat turun untuk kegunaan penyelidikan bukan komersil ataupun pembelajaran individu tanpa kebenaran terlebih dahulu ataupun caj. Tesis ini tidak boleh dihasilkan semula ataupun dipetik secara menyeluruh tanpa memperolehi kebenaran bertulis daripada pemilik hakcipta. Kandungannya tidak boleh diubah dalam format lain tanpa kebenaran rasmi pemilik hakcipta.



**ANALISIS MESEJ DAKWAH ISLAMIAH DALAM HALAMAN
FACEBOOK**

MOHD NAZIF BIN BADRUDDIN



UUM
Universiti Utara Malaysia

**SARJANA SASTERA (KOMUNIKASI)
UNIVERSITI UTARA MALAYSIA
2017**



Awang Had Salleh
Graduate School
of Arts And Sciences

Universiti Utara Malaysia

PERAKUAN KERJA TESIS / DISERTASI
(Certification of thesis / dissertation)

Kami, yang bertandatangan, memperakukan bahawa
(We, the undersigned, certify that)

MOHD NAZIF BADRUDDIN

calon untuk Ijazah
(candidate for the degree of)

SARJANA SASTERA (KOMUNIKASI)

telah mengemukakan tesis / disertasi yang bertajuk:
(has presented his/her thesis / dissertation of the following title):

“ANALISIS MESEJ DAKWAH ISLAMIAH DALAM HALAMAN FACEBOOK”

seperti yang tercatat di muka surat tajuk dan kulit tesis / disertasi.
(as it appears on the title page and front cover of the thesis / dissertation).

Bahawa tesis/disertasi tersebut boleh diterima dari segi bentuk serta kandungan dan meliputi bidang ilmu dengan memuaskan, sebagaimana yang ditunjukkan oleh calon dalam ujian lisan yang diadakan pada: 15 Jun, 2017.

That the said thesis/dissertation is acceptable in form and content and displays a satisfactory knowledge of the field of study as demonstrated by the candidate through an oral examination held on: June 15, 2017.

Pengerusi Viva:
(Chairman for VIVA)

Assoc. Prof. Dr. Osman Ghazali

Tandatangan
(Signature)

Pemeriksa Luar:
(External Examiner)

Assoc. Prof. Dr. Hamed Mohd Adnan

Tandatangan
(Signature)

Pemeriksa Dalam:
(Internal Examiner)

Dr. Mohd Khairie Ahmad

Tandatangan
(Signature)

Nama Penyelia/Penyelia-penyelia:
(Name of Supervisor/Supervisors)

Mohd Baharudin Mohd Hadza @ Othman

Tandatangan
(Signature)

Nama Penyelia/Penyelia-penyelia:
(Name of Supervisor/Supervisors)

Nor Hayati Mohd Jalil

Tandatangan
(Signature)

Tarikh:
(Date) June 15, 2017

KEBENARAN MENGGUNA

Penyerahan tesis ini bagi memenuhi syarat sepenuhnya untuk pengijazahan Sarjana Sastera (Komunikasi) dari Universiti Utara Malaysia. Saya bersetuju bahawa Perpustakaan Universiti boleh mendapatkan tesis ini secara percuma untuk tujuan pemeriksaan. Saya juga bersetuju bahawa penyelia saya atau jika ketiadaannya, Dekan Awang Had Salleh Graduate School of Arts and Sciences diberi kebenaran untuk membuat salinan tesis ini dalam sebarang bentuk, sama ada keseluruhannya atau sebahagiannya, bagi tujuan kesarjanaan. Adalah tidak dibenarkan sebarang penyalinan atau kegunaan tesis ini sama ada sepenuhnya atau sebahagian daripadanya bagi tujuan keuntungan kewangan/komersial, kecuali setelah mendapat kebenaran bertulis. Juga dimaklumkan bahawa pengiktirafan harus diberi kepada saya dan Universiti Utara Malaysia dalam sebarang kegunaan kesarjanaan terhadap sebarang petikan dari tesis saya.

Sebarang permohonan untuk menyalin atau mengguna mana-mana bahan dalam tesis ini, sama ada sepenuhnya atau sebahagiannya hendaklah dialamatkan kepada:

Dekan Awang Had Salleh Graduate School of Arts and Sciences

UUM College of Arts and Sciences

Universiti Utara Malaysia

06010 Sintok

Kedah Darul Aman

ABSTRAK

Globalisasi media baharu menyumbang transformasi dalam kaedah penyampaian mesej dakwah Islamiah. Para pendakwah mula menggunakan media sosial khususnya Facebook sebagai medium berdakwah disebabkan pelbagai kelebihan medium ini. Banyak kajian telah dilaksanakan bagi memahami penerimaan media sosial sebagai medium dakwah Islamiah dan ia sememangnya diterima oleh masyarakat. Namun begitu, tumpuan terhadap mesej dakwah Islamiah menerusi medium tersebut didapati terhad serta memerlukan pemahaman yang lebih mendalam khususnya berkaitan bentuk, tujuan serta pengkaedahannya. Elemen ini penting untuk lebih difahami memandangkan matlamat komunikasi dakwah Islamiah adalah untuk menyampaikan mesej. Pelbagai aspek perlu diberikan perhatian terhadap elemen ini bagi memastikan sesuatu mesej dakwah Islamiah itu berjaya disampaikan dengan sempurna. Sehubungan itu, kajian ini bertujuan mengenal pasti kategori mesej, fungsi mesej dan strategi penyampaian dakwah Islamiah dalam halaman Facebook oleh lima pendakwah terpilih. Data dianalisis menggunakan kaedah analisis tematik dengan perisian NVivo. Kerangka kajian ini dibina berdasarkan Teori Pembingkai. Hasil kajian mendapati majoriti mesej yang dipaparkan dalam halaman Facebook pendakwah terpilih memberi fokus kepada persoalan ibadah. Menggalakkan amalan pula muncul sebagai fungsi mesej yang kerap dipaparkan. Manakala, penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat merupakan strategi utama para pendakwah. Berasaskan dapatan kajian ini, Model Mesej Dakwah Islamiah menerusi media sosial dikemukakan. Model tersebut dapat berfungsi sebagai rangka rujuk kepada pendakwah dan juga agensi-agensi dakwah dalam mempraktikkan dan menstrategikan pembentukan mesej dakwah menerusi media sosial.

Kata Kunci: Media sosial, Facebook, dakwah Islamiah, komunikasi Islam, Teori Pembingkai.

ABSTRACT

The current globalization of new media has contributed to the transformation in the delivery method of Islamic propagation message. The preachers start using social media especially Facebook as a medium of propagation due to the many advantages of this medium. Many studies have been conducted in order to understand the acceptance of social media as a medium in delivering Islamic propagation and it is indeed accepted by the society. However, the focus on Islamic messages using the medium is limited and requires a deeper understanding especially in terms of its form, purpose and method. This element should be highlighted as the main objective of Islamic propagation communication is to convey messages. This element must be given attention from various aspects to ensure that any Islamic propagation messages are delivered successfully. Thus, this study aims to identify the category, function and delivery strategy of Islamic propagation messages by five selected preachers in their Facebook. Data was analyzed using the thematic analysis method by employing NVivo software. This research framework is based on Framing Theory. The results show that majority of the messages posted on the preacher's Facebook page focused on worshiping matters. Encourage charity appears as the message's function that often displayed. Whereas writing that contains persuasive information was the main strategy chosen by these preachers. Based on this study finding, an Islamic Propagation Messages Model via social media was proposed. This model can works as reference to preachers and *dakwah* agencies in practicing and strategizing the development of propagation messages through social media.

Keywords: Social media, Facebook, Islamic propagation, Islamic communication, Framing Theory.

Universiti Utara Malaysia

PENGHARGAAN

Assalamualaikum W.B.T...

Alhamdulillah, tiada kalimah yang lebih agung dan layak dititipkan dibibir ini tanda syukur ke hadrat Ilahi kerana dengan limpah kurnia-Nya tesis sarjana ini akhirnya dapat disiapkan dengan sempurna. Selawat dan Salam kepada Junjungan Besar Nabi Muhammad S.A.W., seluruh ahli keluarga dan para sahabat baginda yang tidak pernah putus asa dalam memastikan syiar Islam terus berkembang sehingga ke hari ini.

Ucapan terima kasih belum memadai, tetapi hanya itu mampu diungkapkan kepada penyelia tesis, iaitu En. Mohd Baharudin Bin Othman dan Cik Norhayati Binti Mohd Jalil atas kesabaran, sokongan, tunjuk ajar, didikan dan bantuan yang tidak putus sepanjang penyeliaan tesis ini. Segala ilmu dan pengalaman berkaitan tesis terutamanya akan saya manfaatkan sebaik mungkin. Hasil tunjuk ajar guru berdua telah banyak memberikan ilmu baru berkaitan penyelidikan kepada saya. Semoga guru berdua memperoleh rahmat dan keberkatan dalam hidup di dunia dan akhirat serta ilmu yang dicurahkan kepada saya menjadi bekal amal di akhirat kelak.

Penghargaan juga ditujukan kepada insan-insan yang turut terlibat secara tidak langsung dalam usaha saya menyiapkan tesis ini. Terima kasih diucapkan kepada Dr. Mohd Khairie Bin Ahmad yang banyak mencurahkan ilmu berkaitan penyelidikan terutamanya perkara-perkara berkaitan penyelidikan kualitatif. Terima kasih juga ditujukan buat Pn. Sharina Bt Shamsudin yang sentiasa memberi sokongan tidak berbelah bagi dan memberi tunjuk ajar dalam pelbagai perkara sejak zaman sarjana muda lagi. Tidak dilupakan juga buat teman-teman yang sentiasa memberikan sokongan dan iringan doa.

Teristimewa penghargaan ini ditujukan buat keluarga khususnya bonda tercinta, Puan Hajah Rohmah Binti Mat Nor yang sentiasa ada dan tidak pernah putus berdoa untuk kejayaan anakanda ini. Tidak terbalas pengorbanan bonda dan almarhum ayahanda, Haji Badruddin Bin Abdullah, hanya syurga yang anakanda pohonkan dari Allah

S.W.T. buat kalian insan mulia berdua. Terima kasih buat seluruh ahli keluarga yang memberi peluang dan sokongan kepada saya untuk melanjutkan pelajaran sehingga ke tahap sarjana. InsyaAllah, ini bukanlah penamat kepada sebuah pengembaraan saya dalam menuntut ilmu akademik, tetapi ia adalah sebuah permulaan baru. Semoga hasil penyelidikan ini akan dapat memberikan manfaat buat semua terutamanya untuk perkembangan dakwah Islamiah. Diharapkan juga penyelidikan ini akan menjadi saham akhirat buat saya dan semua yang terlibat dalam menyiapkan tesis ini.

Sekian, terima kasih.



ISI KANDUNGAN

| | |
|-------------------------------------|-----------|
| Kebenaran Mengguna..... | i |
| Abstrak..... | ii |
| Abstract..... | iii |
| Penghargaan..... | iv |
| Isi Kandungan..... | vi |
| Senarai Jadual..... | x |
| Senarai Rajah..... | xi |
| Senarai Singkatan..... | xvi |
| Daftar Pustaka..... | xviii |
| | |
| BAB SATU PENGENALAN..... | 1 |
| 1.1 Pendahuluan..... | 1 |
| 1.2 Permasalahan Kajian..... | 3 |
| 1.3 Persoalan Kajian..... | 6 |
| 1.4 Matlamat Kajian..... | 7 |
| 1.5 Kepentingan Kajian..... | 7 |
| 1.6 Skop dan Limitasi Kajian..... | 8 |
| 1.7 Definisi Konsep..... | 10 |
| 1.7.1 Pembentukan Mesej..... | 10 |
| 1.7.2 Dakwah Islamiah..... | 12 |
| 1.7.3 Halaman Facebook..... | 12 |
| 1.7.4 Kategori Mesej..... | 13 |
| 1.7.5 Fungsi Mesej..... | 14 |
| 1.7.6 Strategi Penulisan Mesej..... | 14 |
| 1.8 Rumusan..... | 15 |
| | |
| BAB DUA SOROTAN KARYA..... | 16 |
| 2.1 Pendahuluan..... | 16 |
| 2.2 Komunikasi Islam..... | 16 |
| 2.3 Dakwah..... | 19 |
| 2.3.1 Dakwah Islamiah..... | 22 |
| 2.3.2 Perkembangan Dakwah..... | 25 |

| | |
|--|-----------|
| 2.3.3 Kaedah Dakwah..... | 27 |
| 2.3.4 Pendakwah..... | 30 |
| 2.4 Mesej..... | 32 |
| 2.4.1 Kategori Mesej Dakwah Islamiah..... | 34 |
| 2.4.2 Fungsi Mesej Dakwah Islamiah..... | 43 |
| 2.4.3 Strategi Penulisan Dakwah Islamiah..... | 49 |
| 2.5 Dakwah dalam Media Sosial..... | 56 |
| 2.6 Kerangka Teoritikal..... | 62 |
| 2.7 Kerangka Kajian..... | 68 |
| 2.8 Rumusan..... | 70 |
| | |
| BAB TIGA METODOLOGI KAJIAN..... | 72 |
| 3.1 Pendahuluan..... | 72 |
| 3.2 Reka Bentuk Kajian..... | 72 |
| 3.3 Persampelan..... | 77 |
| 3.4 Pengumpulan Data Kajian..... | 80 |
| 3.5 Analisis Data..... | 80 |
| 3.5.1 Pembinaan Tema..... | 82 |
| 3.5.2 Kualiti Data..... | 85 |
| 3.6 Rumusan..... | 87 |
| | |
| BAB EMPAT ANALISIS KATEGORI MESEJ DAKWAH ISLAMIAH..... | 88 |
| 4.1 Pendahuluan..... | 88 |
| 4.2 Kategori Mesej Dakwah Islamiah..... | 88 |
| 4.3 Halaman Facebook..... | 89 |
| 4.3.1 Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani..... | 89 |
| 4.3.2 Ustaz Sharhan Shafie..... | 94 |
| 4.3.3 Dr. Mohd Asri Zainul Abidin..... | 103 |
| 4.3.4 Dr. Zaharuddin Abd Rahman..... | 110 |
| 4.3.5 Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff..... | 119 |
| 4.4 Analisis Kategori Mesej dalam Halaman Facebook Pendakwah Terpilih... | 124 |
| 4.5 Perbincangan Kategori Mesej Dakwah Islamiah..... | 126 |

| | |
|---|------------|
| 4.6 Rumusan..... | 134 |
| | |
| BAB LIMA ANALISIS FUNGSI MESEJ DAKWAH ISLAMIAH..... | 135 |
| 5.1 Pendahuluan..... | 135 |
| 5.2 Halaman Facebook..... | 135 |
| 5.2.1 Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani..... | 135 |
| 5.2.2 Ustaz Sharhan Shafie..... | 147 |
| 5.2.3 Dr. Mohd Asri Zainul Abidin..... | 157 |
| 5.2.4 Dr. Zaharuddin Abd Rahman..... | 165 |
| 5.2.5 Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff | 175 |
| 5.3 Analisis Fungsi Mesej dalam Halaman Facebook Pendakwah Terpilih..... | 182 |
| 5.4 Perbincangan Fungsi Mesej Dakwah Islamiah..... | 184 |
| 5.5 Rumusan..... | 191 |
| | |
| BAB ENAM ANALISIS STRATEGI PENULISAN MESEJ DAKWAH ISLAMIAH..... | 193 |
| 6.1 Pendahuluan..... | 193 |
| 6.2 Halaman Facebook..... | 193 |
| 6.2.1 Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani..... | 193 |
| 6.2.2 Ustaz Sharhan Shafie..... | 202 |
| 6.2.3 Dr. Mohd Asri Zainul Abidin..... | 206 |
| 6.2.4 Dr. Zaharuddin Abd Rahman..... | 211 |
| 6.2.5 Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff | 218 |
| 6.3 Analisis Strategi Penulisan dalam Halaman Facebook Pendakwah Terpilih | 221 |
| 6.4 Perbincangan Strategi Penulisan Mesej Dakwah Islamiah..... | 224 |
| 6.5 Rumusan..... | 232 |
| | |
| BAB TUJUH KESIMPULAN DAN CADANGAN..... | 233 |
| 7.1 Pendahuluan..... | 233 |
| 7.2 Signifikan Kajian..... | 233 |
| 7.3 Implikasi Terhadap Teori..... | 236 |
| 7.4 Model Mesej Dakwah Islamiah..... | 238 |

| | |
|--------------------------|------------|
| 7.5 Limitasi Kajian..... | 243 |
| 7.6 Cadangan Kajian..... | 243 |
| 7.7 Kesimpulan..... | 245 |
| 7.8 Rumusan..... | 246 |
| RUJUKAN..... | 248 |
| LAMPIRAN 1..... | 280 |
| Biodata Pendakwah..... | 280 |



UUM
Universiti Utara Malaysia

Senarai Jadual

| | | |
|------------|---|-----|
| Jadual 3.1 | Halaman Facebook Pendakwah Terpilih..... | 78 |
| Jadual 3.2 | Jumlah Entri dalam Halaman Facebook Pendakwah Terpilih..... | 79 |
| Jadual 3.3 | Formula Pengiraan Kebolehpercayaan Holsti's (1969)..... | 87 |
| Jadual 4.1 | Kategori Mesej Dakwah Islamiah | 134 |
| Jadual 5.1 | Fungsi Mesej Dakwah Islamiah | 191 |
| Jadual 6.1 | Strategi Penulisan Mesej Dakwah Islamiah..... | 232 |



Senarai Rajah

| | | |
|-------------|--|-----|
| Rajah 2.1: | Kerangka Kajian..... | 69 |
| Rajah 3.1: | Model Kajian Tindakan Lewin (1946) dan Laidlaw (1992).... | 74 |
| Rajah 3.2: | Langkah-langkah Penggunaan NVivo..... | 85 |
| Rajah 4.1: | Entri UAD / 12 Januari 2016..... | 89 |
| Rajah 4.2: | Entri UAD / 01 Januari 2016 (1 st)..... | 90 |
| Rajah 4.3: | Entri UAD / 02 Januari 2016 (3 rd)..... | 91 |
| Rajah 4.4: | Entri UAD / 12 Januari 2016..... | 91 |
| Rajah 4.5: | Entri UAD / 06 Januari 2016..... | 92 |
| Rajah 4.6: | Pemetaan Kategori Mesej Dakwah Islamiah dalam Halaman Facebook Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani..... | 94 |
| Rajah 4.7: | Entri USS / 27 Januari 2016 (1 st)..... | 95 |
| Rajah 4.8: | Entri USS / 01 Januari 2016 (1 st)..... | 95 |
| Rajah 4.9: | Entri USS / 01 Januari 2016 (2 nd)..... | 96 |
| Rajah 4.10: | Entri USS / 02 Januari 2016..... | 96 |
| Rajah 4.11: | Entri USS / 13 Januari 2016..... | 97 |
| Rajah 4.12: | Entri USS / 01 Januari 2016 (2 nd)..... | 98 |
| Rajah 4.13: | Entri USS / 24 Januari 2016 (1 st)..... | 99 |
| Rajah 4.14: | Entri USS / 06 Januari 2016..... | 99 |
| Rajah 4.15: | Entri USS / 01 Januari 2016 (1 st)..... | 100 |
| Rajah 4.16: | Pemetaan Kategori Mesej Dakwah Islamiah dalam Halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie..... | 102 |
| Rajah 4.17: | Entri Dr.MAZA / 09 Januari 2016..... | 103 |
| Rajah 4.18: | Entri Dr.MAZA / 05 Januari 2016..... | 104 |
| Rajah 4.19: | Entri Dr.MAZA / 06 Januari 2016 (1 st)..... | 104 |
| Rajah 4.20: | Entri Dr.MAZA / 13 Januari 2016..... | 105 |
| Rajah 4.21: | Entri Dr.MAZA / 23 Januari 2016 (1 st)..... | 106 |
| Rajah 4.22: | Entri Dr.MAZA / 04 Januari 2016..... | 106 |
| Rajah 4.23: | Entri Dr.MAZA / 10 Januari 2016..... | 107 |
| Rajah 4.24: | Entri Dr.MAZA / 01 Januari 2016 (2 nd)..... | 108 |
| Rajah 4.25: | Pemetaan Kategori Mesej Dakwah Islamiah dalam Halaman Facebook Dr. Mohd Asri Zainul Abidin..... | 109 |

| | |
|---|-----|
| Rajah 4.26: Entri UZAR / 05 Januari 2016 (1 st)..... | 110 |
| Rajah 4.27: Entri UZAR / 13 Januari 2016(2 nd)..... | 111 |
| Rajah 4.28: Entri UZAR / 06 Januari 2016 (2 nd)..... | 112 |
| Rajah 4.29: Entri UZAR / 02 Januari 2016..... | 113 |
| Rajah 4.30: Entri UZAR / 15 Januari 2016..... | 114 |
| Rajah 4.31: Entri UZAR / 24 Januari 2016..... | 115 |
| Rajah 4.32: Entri UZAR / 13 Januari 2016(2 nd)..... | 116 |
| Rajah 4.33: Pemetaan Kategori Mesej Dakwah Islamiah dalam Halaman Facebook Dr. Zaharuddin Abd Rahman..... | 118 |
| Rajah 4.34: Entri Dr.MIA / 24 Januari 2016 (2 nd)..... | 119 |
| Rajah 4.35: Entri Dr.MIA / 09 Januari 2016..... | 119 |
| Rajah 4.36: Entri Dr.MIA / 3 Januari 2016 (1 st)..... | 120 |
| Rajah 4.37: Entri Dr.MIA / 13 Januari 2016..... | 121 |
| Rajah 4.38: Entri Dr.MIA / 14 Januari 2016 (2 nd)..... | 122 |
| Rajah 4.39: Pemetaan Kategori Mesej Dakwah Islamiah dalam Halaman Facebook Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff..... | 123 |
| Rajah 4.40: Pemetaan Kategori Mesej Dakwah Islamiah Dalam Halaman Facebook Pendakwah Terpilih..... | 125 |
| Rajah 5.1: Entri UAD / 03 Januari 2016..... | 136 |
| Rajah 5.2: Entri UAD / 05 Januari 2016..... | 136 |
| Rajah 5.3: Entri UAD / 06 Januari 2016..... | 137 |
| Rajah 5.4: Entri UAD / 20 Januari 2016..... | 138 |
| Rajah 5.5: Entri UAD / 01 Januari 2016 (1 st)..... | 139 |
| Rajah 5.6: Entri UAD / 15 Januari 2016 (1 st)..... | 140 |
| Rajah 5.7: Entri UAD / 12 Januari 2016..... | 141 |
| Rajah 5.8: Entri UAD / 06 Januari 2016..... | 142 |
| Rajah 5.9: Entri UAD / 12 Januari 2016..... | 143 |
| Rajah 5.10: Entri UAD / 27 Januari 2016..... | 144 |
| Rajah 5.11: Fungsi Mesej Dakwah Islamiah dalam Halaman Facebook Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani..... | 146 |
| Rajah 5.12: Entri USS / 09 Januari 2016..... | 147 |
| Rajah 5.13: Entri USS / 14 Januari 2016..... | 147 |
| Rajah 5.14: Entri USS / 13 Januari 2016..... | 148 |

| | |
|---|-----|
| Rajah 5.15: Entri USS / 28 Januari 2016 (2 nd)..... | 149 |
| Rajah 5.16: Entri USS / 27 Januari 2016 (1 st)..... | 150 |
| Rajah 5.17: Entri USS / 01 Januari 2016 (1 st)..... | 150 |
| Rajah 5.18: Entri USS / 04 Januari 2016 (1 st)..... | 151 |
| Rajah 5.19: Entri USS / 25 Januari 2016..... | 152 |
| Rajah 5.20: Entri USS / 01 Januari 2016 (1 st)..... | 153 |
| Rajah 5.21: Entri USS / 24 Januari 2016 (1 st)..... | 154 |
| Rajah 5.22: Entri USS / 08 Januari 2016..... | 155 |
| Rajah 5.23: Fungsi Mesej Dakwah Islamiah dalam Halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie..... | 156 |
| Rajah 5.24: Entri Dr.MAZA / 01 Januari 2016 (1 st)..... | 157 |
| Rajah 5.25: Entri Dr.MAZA / 04 Januari 2016..... | 157 |
| Rajah 5.26: Entri Dr.MAZA / 09 Januari 2016..... | 158 |
| Rajah 5.27: Entri Dr.MAZA / 04 Januari 2016..... | 159 |
| Rajah 5.28: Entri Dr.MAZA / 05 Januari 2016..... | 160 |
| Rajah 5.29: Entri Dr.MAZA / 13 Januari 2016..... | 161 |
| Rajah 5.30: Entri Dr.MAZA / 01 Januari 2016 (2 nd)..... | 162 |
| Rajah 5.31: Entri Dr.MAZA / 01 Januari 2016 (1 st)..... | 163 |
| Rajah 5.32: Fungsi Mesej Dakwah Islamiah dalam Halaman Facebook Dr. Mohd Asri Zainul Abidin..... | 164 |
| Rajah 5.33: Entri UZAR / 02 Januari 2016..... | 165 |
| Rajah 5.34: Entri UZAR / 13 Januari 2016 (2 nd)..... | 166 |
| Rajah 5.35: Entri UZAR / 23 Januari 2016..... | 168 |
| Rajah 5.36: Entri UZAR / 07 Januari 2016..... | 168 |
| Rajah 5.37: Entri UZAR / 13 Januari 2016 (3 rd)..... | 170 |
| Rajah 5.38: Entri UZAR / 05 Januari 2016 (2 nd)..... | 170 |
| Rajah 5.39: Entri UZAR / 05 Januari 2016 (1 st)..... | 172 |
| Rajah 5.40: Fungsi Mesej Dakwah Islamiah dalam Halaman Facebook Dr. Zaharuddin Abd Rahman..... | 174 |
| Rajah 5.41: Entri Dr.MIA / 01 Januari 2016 (2 nd)..... | 175 |
| Rajah 5.42: Entri Dr.MIA / 15 Januari 2016..... | 175 |
| Rajah 5.43: Entri Dr.MIA / 24 Januari 2016 (2 nd)..... | 176 |
| Rajah 5.44: Entri Dr.MIA / 14 Januari 2016 (2 nd)..... | 177 |

| | |
|--|-----|
| Rajah 5.45: Entri Dr.MIA / 14 Januari 2016 (1 st)..... | 178 |
| Rajah 5.46: Entri Dr.MIA / 30 Januari 2016..... | 179 |
| Rajah 5.47: Fungsi Mesej Dakwah Islamiah dalam Halaman Facebook Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff..... | 181 |
| Rajah 5.48: Pemetaan Fungsi Mesej Dakwah Islamiah dalam Halaman Facebook Pendakwah Terpilih..... | 183 |
| Rajah 6.1: Entri UAD / 02 Januari 2016 (3 rd)..... | 194 |
| Rajah 6.2: Entri UAD / 01 Januari 2016 (1 st)..... | 194 |
| Rajah 6.3: Entri UAD / 01 Januari 2016 (2 nd)..... | 195 |
| Rajah 6.4: Entri UAD / 08 Januari 2016(1 st)..... | 196 |
| Rajah 6.5: Entri UAD / 03 Januari 2016..... | 197 |
| Rajah 6.6: Entri UAD / 11 Januari 2016..... | 198 |
| Rajah 6.7: Entri UAD / 02 Januari 2016 (1 st)..... | 199 |
| Rajah 6.8: Entri UAD / 16 Januari 2016..... | 199 |
| Rajah 6.9: Pemetaan Strategi Penyampaian Mesej Dakwah Islamiah dalam Halaman Facebook Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani..... | 201 |
| Rajah 6.10: Entri USS / 25 Januari 2016..... | 202 |
| Rajah 6.11: Entri USS / 28 Januari 2016 (1 st)..... | 203 |
| Rajah 6.12: Entri USS / 01 Januari 2016 (1 st)..... | 204 |
| Rajah 6.13: Entri USS / 27 Januari 2016 (1 st)..... | 205 |
| Rajah 6.14: Pemetaan Strategi Penyampaian Mesej Dakwah Islamiah dalam Halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie..... | 206 |
| Rajah 6.15: Entri Dr.MAZA / 06 Januari 2016 (1 st)..... | 207 |
| Rajah 6.16: Entri Dr.MAZA / 04 Januari 2016..... | 207 |
| Rajah 6.17: Entri Dr.MAZA / 01 Januari 2016 (1 st)..... | 208 |
| Rajah 6.18: Entri Dr.MAZA / 01 Januari 2016 (2 nd)..... | 209 |
| Rajah 6.19: Pemetaan Strategi Penyampaian Mesej Dakwah Islamiah dalam Halaman Facebook Dr. Mohd Asri Zainul Abidin..... | 210 |
| Rajah 6.20: Entri UZAR / 02 Januari 2016..... | 211 |
| Rajah 6.21: Entri UZAR / 13 Januari 2016 (2 nd)..... | 211 |
| Rajah 6.22: Entri UZAR / 02 Januari 2016..... | 213 |
| Rajah 6.23: Entri UZAR / 11 Januari 2016 (3 rd)..... | 213 |

| | |
|---|-----|
| Rajah 6.24: Entri UZAR / 26 Januari 2016 (2 nd)..... | 214 |
| Rajah 6.25: Entri UZAR / 26 Januari 2016 (1 st)..... | 215 |
| Rajah 6.26: Pemetaan Strategi Penyampaian Mesej Dakwah Islamiah dalam Halaman Facebook Dr. Zaharuddin Abd Rahman..... | 217 |
| Rajah 6.27: Entri Dr.MIA / 09 Januari 2016..... | 218 |
| Rajah 6.28: Entri Dr.MIA / 15 Januari 2016..... | 218 |
| Rajah 6.29: Entri Dr.MIA / 08 Januari 2016..... | 219 |
| Rajah 6.30: Pemetaan Strategi Penyampaian Mesej Dakwah Islamiah dalam Halaman Facebook Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff..... | 221 |
| Rajah 6.31: Pemetaan Strategi Penyampaian Mesej Dakwah Islamiah dalam Halaman Facebook Pendakwah Terpilih..... | 223 |
| Rajah 7.1: Model Pembentukan Mesej Dakwah Islamiah..... | 242 |



UUM
Universiti Utara Malaysia

Senarai Singkatan

| | |
|-------------------------|--|
| S-M-C-R | Sumber - Mesej - Saluran - Penerima (<i>Source - Message - Channel - Receiver</i>) |
| NGO | Badan bukan kerajaan (<i>Non Government Organization</i>) |
| S.A.W. | <i>Sallahu 'Alayhi Wassallam</i> |
| S.W.T. | <i>Subhanahu Wa Ta'ala</i> |
| R.A | <i>Radhiallahu 'Anhu</i> |
| IKIM | Institut Kefahaman Islam Malaysia |
| RQ1 | Persoalan Kajian 1 (<i>Research Question 1</i>) - Kategori Mesej |
| RQ2 | Persoalan Kajian 2 (<i>Research Question 2</i>) - Fungsi Mesej |
| RQ3 | Persoalan Kajian 3 (<i>Research Question 3</i>) - Strategi Penyampaian Mesej |
| K1 | Kategori 1 (Ibadah) |
| K2 | Kategori 2 (Muamalat) |
| K3 | Kategori 3 (Munakahat) |
| K4 | Kategori 4 (Jinayat) |
| F1 | Fungsi 1 (Membetulkan i'tiqad) |
| F2 | Fungsi 2 (Mencegah kemungkaran) |
| F3 | Fungsi 3 (Membersihkan jiwa) |
| F4 | Fungsi 4 (Menggalakkan amal) |
| F5 | Fungsi 5 (Mengukuhkan peribadi) |
| F6 | Fungsi 6 (Membina perpaduan dan kesatuan) |
| F7 | Fungsi 7 (Menangkis budaya yang merosakkan) |
| S1 | Strategi 1 (Penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat) |
| S2 | Strategi 2 (Penulisan yang mempunyai pengaruh rujukan) |
| S3 | Strategi 3 (Penulisan yang mempunyai pengaruh kepakaran) |
| S4 | Strategi 4 (Penulisan yang mempunyai pengaruh kuasa sah) |
| S5 | Strategi 5 (Penulisan yang mempunyai pengaruh ganjaran dan ancaman) |
| S6 | Strategi 6 (Penulisan yang mempunyai pengaruh maklum balas) |
| S7 | Strategi 7 (Penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan) |
| (1st) | Kiriman pertama pada tarikh yang sama |
| (2nd) | Kiriman kedua pada tarikh yang sama |

| | |
|-------------------------|--------------------------------------|
| (3rd) | Kiriman ketiga pada tarikh yang sama |
| UAD | Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani |
| USS | Ustaz Sharhan Shafie |
| Dr.MAZA | Dr. Mohd Asri Zainul Abidin |
| UZAR | Dr. Zaharuddin Abd Rahman |
| Dr.MIA | Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff |
| IPTA | Institut Pengajian Tinggi Awam |



UUM
 Universiti Utara Malaysia

Daftar Pustaka

| | |
|---------------------------------------|---|
| Akhlak | Kod moral/adab |
| Al-Din | Agama |
| Amar makruf nahi mungkar | Mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran |
| Al-Ijma' | Kesepakatan |
| Al-Hikmah | Kebijaksanaan |
| Al-Mau'izah al-Hasanah | Nasihat yang baik |
| Al-Mujadalah billati hia ahsan | Berbahas/berdiskusi dengan cara yang lebih baik |
| Al-Qiyas | Perbandingan |
| Al-Sidq | Menegakkan kebenaran |
| Al-Targhib wa al-tarhib | Ganjaran dan ancaman |
| Aqidah | Kepercayaan |
| Aqliyah | Pemikiran |
| Bil-Hal | Dengan model praktikal |
| Bil-Lisan | Dengan suara |
| Bil-Tadwin | Dengan tulisan |
| Dai'e | Pendakwah |
| Dakwah | Mengajak masyarakat agar menuruti ajaran Islam yang diperintahkan oleh Allah S.W.T. melalui para nabi dan rasul |

| | |
|------------------------|--|
| Diat | Harta yang diberikan oleh pesalah kepada orang yang menuntut darah (mangsa atau ahli keluarganya) |
| Fatwa | Menjelaskan/menghuraikan hukum Allah |
| Fiqh | Ilmu hukum-hakam Islam |
| Furu' | Cabang (Ilmu) |
| Ghurur | Rasa hebat dan memperkecilkan orang lain |
| Hablu min Allah | Hubungan dengan Allah |
| Hablu min nas | Hubungan dengan manusia |
| Hudud | Hukuman tertentu yang dikenakan terhadap pesalah jenayah seperti yang telah ditentukan secara jelas oleh al-Quran dan sunnah |
| Ijtihad | Mencurahkan sepenuh tenaga untuk mendapatkan hukum syarak |
| I'tiqad | Kepercayaan |
| Ibadah | Hubungan manusia dengan Allah |
| Ilmu huduri | Ilmu yang menggabungkan antara subjek dan objek |
| Ilmu husuli | Ilmu yang memisahkan antara subjek dan objek |
| Inabah | Kembali taat |
| Infaq | Mengeluarkan sebahagian harta untuk kepentingan yang disuruh oleh Allah |
| Jihad | Berjuang bersungguh-sungguh (di jalan Allah) |
| Jinayat | Jenayah/perbuatan jahat yang diharamkan Islam |
| Mad'u | Sasaran |
| Maudhu' | Kandungan dakwah |

| | |
|------------------------|---|
| Muamalat | Aktiviti yang melibatkan kewangan dan ekonomi |
| Mufti | Penasihat agama Islam |
| Munakahat | Disiplin ilmu berkaitan dengan pernikahan |
| Murunah | Bersifat anjal |
| Qada dan Qadar | Kehendak dan takdir (Allah) |
| Qisas | Kesamaan |
| Redha | Menerima sesuatu yang tidak disukai dengan tenang |
| Riya' | Melaksanakan ibadat kerana makhluk dan bukan kerana Allah |
| Shumuliyah | Bersifat kesempurnaan |
| Syara'/Syariat | Hukum asas yang ditetapkan Allah dalam Islam |
| Syar'iyah | Kaedah penentuan hukum |
| Syariah/Syariat | Undang-undang |
| Syahid | Mati di jalan Allah |
| Ta'zir | Hukuman yang ditentukan oleh badan perundangan |
| Tabarruj | Berhias yang berlebihan bagi wanita |
| Tafshili | Terinci |
| Takdir | Ketentuan setiap peristiwa yang terjadi |
| Tasawur | Gambaran terhadap sesuatu perkara |
| Tauhid | Penyatuan (Asas akidah) |
| Tawadhu' | Rendah diri |
| Tawazun | Keseimbangan |
| Tazkiyatun Nafs | Penyucian/pembersihan jiwa |
| Ujub | Suka memuji diri sendiri |
| Ummah | Masyarakat |

| | |
|---------------------|--|
| Uslub | Kaedah dan strategi |
| Usul | Pokok (Ilmu) |
| Wakaf/Jariah | Benda yang disumbangkan |
| Waqi'iyah | Bersifat Realiti |
| Wasilah | Media atau peralatan |
| Zakat | Mengeluarkan sebahagian harta untuk diberikan kepada asnaf-asnaf yang berhak |
| Zikir | Ingat kepada Allah |



UUM
 Universiti Utara Malaysia

BAB SATU

PENGENALAN

1.1 Pendahuluan

Penyebaran dakwah Islamiah dilaksanakan melalui pelbagai kaedah sejak zaman dahulu lagi. Hal ini bertujuan bagi memastikan setiap mesej dakwah Islamiah yang dihasilkan mampu disampaikan kepada setiap lapisan masyarakat. Seiring dengan perkembangan teknologi maklumat, kaedah dalam melaksanakan dakwah Islamiah juga turut mengalami transformasi. Aktiviti dakwah Islamiah tidak lagi hanya menggunakan kaedah konvensional seperti ceramah, khutbah, tazkirah dan penulisan yang dibukukan sahaja. Tetapi ia telah mengalami perubahan dengan turut mengaplikasikan penggunaan internet dalam aktiviti penyebaran dakwah Islamiah khususnya media sosial. Menurut Mohd Nor (2014), penggunaan internet adalah langkah yang paling baik dalam usaha penyampaian dakwah dilakukan pada masa kini.

Namun begitu, Boyd (2010) menyatakan bahawa media sosial sememangnya boleh mengumpul maklumat dengan banyak dalam jangka masa yang pendek tetapi ia kurang diberikan perhatian oleh pengguna. Tambahnya lagi, hanya sesetengah maklumat sahaja akan diterima oleh beberapa golongan masyarakat manakala maklumat yang selebihnya tidak diberi perhatian oleh pengguna. Aspek ini perlu diberi penekanan dalam sesuatu proses komunikasi kerana maklumat merupakan mesej yang dihasilkan oleh sumber untuk disampaikan kepada penerima.

Hal ini perlu diberikan perhatian kerana mesej merupakan salah satu komponen komunikasi yang penting dalam mempengaruhi kefahaman penerima mengenai komunikasi yang sedang berlangsung khususnya mesej yang dibawa dalam dakwah Islamiah. Setiap informasi yang disampaikan perlulah ada rujukan, gaya penyampaian, rujukan yang sahih dan wibawa untuk disampaikan kepada masyarakat. Pembentukan mesej banyak bergantung kepada sumber (pendakwah) dan konteks sumber dalam menyampaikan maklumat. Hal ini selaras dengan perkara yang ditekankan dalam komunikasi Islam yang menyatakan bahawa sumber berada pada posisi yang paling penting kerana ia mempengaruhi kualiti komunikasi (Imtiaz, 1988).

Sehubungan itu, penghasilan sesuatu mesej untuk disampaikan merupakan satu elemen penting yang perlu diberi penekanan seperti yang digambarkan dalam model S-M-C-R (*Sender – Message – Channel – Receiver*) yang dibangunkan oleh Shannon dan Weaver (1949). Tanpa mesej, komunikasi yang efektif tidak akan berlaku, begitu jugalah dalam dakwah Islamiah. Aqidah, syariah dan akhlak merupakan asas dalam komunikasi Islam dan perkara ini perlulah termaktub dalam setiap mesej dakwah Islamiah (Nasruddin, 2002). Elemen-elemen Islam yang ditekankan dalam setiap mesej tersebut bukan sahaja perlu ada dalam mesej komunikasi berbentuk konvensional, malah perlu ada dalam komunikasi medium baharu.

Pemilihan media baharu sebagai medium dalam kajian ini didorong oleh beberapa faktor. Antaranya hasil kajian yang dilaksanakan oleh Mohammad Faizal, Mohd Razali, Nik Mohd Saiful dan Amir (2013), yang mendapati bahawa penggunaan internet di Malaysia meningkat dari tahun ke tahun. Selain itu, laman sesawang

Internet World Stats (2015) juga memaparkan data yang menunjukkan bahawa penggunaan internet di Malaysia berada pada kedudukan ke-10 Asia, iaitu seramai lebih 20 juta pengguna sehingga 30 Jun 2014. Sehubungan itu, Faradillah (2014) menyatakan bahawa media sosial dapat berfungsi sebagai platform untuk penyebaran dakwah Islamiah. Zaharuddin (2012) turut menyatakan bahawa Facebook boleh dimanfaatkan untuk kepentingan Islam seperti menyebarkan kepada masyarakat berkaitan dakwah Islamiah. Perkara ini selaras dengan data yang dikeluarkan oleh laman sesawang Stat Counter (2015) yang menunjukkan lebih 50% pengguna laman sosial di Malaysia merupakan pengguna Facebook. Secara kesimpulannya, bab ini membincangkan berkaitan dengan asas penyelidikan, iaitu permasalahan kajian, matlamat kajian, persoalan kajian, kepentingan kajian, skop dan limitasi, definisi konsep dan rumusan bab.

1.2 Permasalahan kajian

Sumber utama dalam komunikasi Islam ialah al-Quran, al-Sunnah serta *al-Qiyas* (perbandingan) dan *al-Ijma'* (kesepakatan) ulama (Nasruddin, 2002). Keempat-empat sumber ini bukan sahaja perlu digunakan dalam penyampaian dakwah Islamiah secara konvensional, malah turut perlu diaplikasikan dalam semua bentuk penyampaian dakwah termasuk melalui media sosial. Sumber ini bertujuan untuk mengelakkan kecelaruan dan kekeliruan maklumat yang digunakan oleh pendakwah serta untuk menunjukkan kesahihan sumber yang diiktiraf dalam syariat Islam. Para pendakwah juga menyedari bahawa masyarakat kini mula menggunakan internet sebagai sumber untuk mendapatkan maklumat berkaitan agama.

Lanjutan itu, para pendakwah mengambil pendekatan dengan menggunakan media sosial sebagai medium dalam menyampaikan dakwah Islamiah. Namun demikian, dakwah Islamiah adalah suatu ilmu yang luas dan tidak semua orang mampu menguasai keseluruhan ilmu Islam ini. Menurut Zulkiple (2001), mesej yang bersumberkan ilmu dalam komunikasi Islam tidak terhad kepada mesej ‘agama’ sahaja, tetapi merangkumi semua aspek kehidupan manusia selaras dengan ajaran Islam dalam makna *al-Din*. Oleh itu, keluasan ilmu dalam Islam ini menunjukkan bahawa setiap pendakwah mempunyai kecenderungan dan kepakaran tertentu dalam menyampaikan ilmu dakwah Islamiah.

Sejajar dengan itu, Yusuf al-Qaradhawi mengatakan ilmu fiqh merupakan ilmu yang paling besar dalam syariat Islam (Nasrul, 2004). Hal ini bermaksud setiap perkara yang dilakukan oleh manusia merupakan sebahagian daripada ilmu fiqh yang kebanyakan ulama membahaskan ilmu ini kepada empat bahagian utama, iaitu ibadah, muamalat, munakahat dan jinayat. Fiqh merupakan suatu ilmu berkaitan dengan hukum-hakam yang bersifat amali (Ridzwan, 2011). Sehubungan itu, permasalahan pertama yang hendak dikaji dalam penyelidikan ini ialah berkaitan dengan kategori mesej dakwah Islamiah dari sudut ilmu fiqh dalam halaman Facebook yang menjadi kecenderungan setiap pendakwah.

Selain itu, Islam menyatakan bahawa etika dalam komunikasi merupakan hak masyarakat secara bersama, berbeza dengan perspektif Barat yang hanya melihat etika dalam konteks individu sahaja (Hamid, 1989). “Dalam era teknologi komunikasi maklumat, informasi tidak dianggap *value-free*, tetapi mempunyai norma, etika dan

moral imperatif” (Zulkiple, 2001, h. 84). Perkara ini menunjukkan Islam menitikberatkan soal kepentingan bersama agar kesan yang timbul daripada sesuatu proses komunikasi itu tidak membawa kesan buruk kepada masyarakat. Bagi mencapai tahap kebersamaan tersebut, antara perkara asas yang boleh dilaksanakan adalah dengan memastikan masyarakat menurut syariat Islam yang sebenar. Oleh itu, para pendakwah perlulah menggarap mesej dakwah Islamiah yang mampu mencorakkan masyarakat agar menurut syariat Islam sebenar. Justeru itu, kajian ini juga turut memberi tumpuan kepada fungsi mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook.

Di samping itu, strategi yang digunakan juga perlu diberikan perhatian dalam sesuatu proses komunikasi terutamanya melibatkan dakwah Islamiah. Perkara ini perlu diberikan penekanan kerana maklumat di media sosial mudah dimanipulasi oleh golongan yang tidak bertanggungjawab. Perkara ini bukan sahaja menyebabkan sesuatu dakwah itu tidak dapat disampaikan dengan berpaksikan maklumat yang tepat malah akan dieksploitasi oleh fahaman-fahaman songsang (Fatimah, 2013). Hal ini kerana menurut Mohamed Chawki (2010), internet turut dijadikan sebagai tempat untuk mempelajari lebih banyak mengenai Islam. Oleh itu, strategi penyampaian yang tepat dan terbaik perlu diterapkan semasa menyampaikan dakwah Islamiah.

Strategi penulisan dakwah Islamiah secara atas talian adalah berbeza dengan penulisan yang dicetak dan dibukukan. Bentuk penulisan yang tepat dan mampu menarik perhatian masyarakat perlu digarap dengan berhati-hati kerana mesej yang ingin disampaikan menyentuh sensitiviti kehidupan umum masyarakat. Sekiranya mesej yang dihasilkan itu tidak mampu difahami dan diterima masyarakat, ia akan

memberikan pelbagai kesan buruk sehingga ada yang sanggup menentang serta mencabar hukum Islam. Strategi penulisan dakwah Islamiah secara atas talian juga perlu mengambil kira pelbagai aspek seperti medium, audiens dan keterbatasan. Untuk itu, kajian ini memberikan penumpuan untuk melihat strategi penyampaian yang digunakan oleh pendakwah dalam menyalurkan mesej dakwah Islamiah melalui halaman Facebook.

Sehubungan dengan itu, kesepakatan pendakwah dalam menangani sesuatu isu agama perlu diwujudkan bagi kesejahteraan umat sejagat. Para pendakwah juga perlu diingatkan bahawa Islam meletakkan *tasawur* (gambaran terhadap sesuatu perkara) dan inspirasi tauhid sebagai parameter dalam komunikasi Islam (Zulkipli, 2001). Selain itu, pembentukan mesej merupakan satu proses yang cukup penting dalam memastikan proses pendakwaan Islamiah dapat berjalan tanpa diragui dan boleh diterima oleh orang ramai. Justeru itu, penyelidikan ini cuba melihat peri pentingnya pembentukan mesej dakwah Islamiah dalam kalangan pendakwah dengan mengenal pasti kategori mesej, fungsi mesej dan strategi penyampaian melalui penulisan khususnya di halaman Facebook, agar mematuhi tuntutan syariat Islam. Oleh yang demikian, kajian ini cuba merungkai persoalan-persoalan yang muncul seterusnya membentuk satu model mesej dakwah Islamiah dalam media baharu.

1.3 Persoalan Kajian

- i. Apakah kategori-kategori mesej dakwah Islamiah yang menjadi tumpuan utama pendakwah melalui halaman Facebook?

- ii. Apakah fungsi mesej dakwah Islamiah yang ditekankan oleh pendakwah di halaman Facebook?
- iii. Apakah strategi penulisan yang digunakan oleh pendakwah dalam menyalurkan mesej dakwah Islamiah melalui halaman Facebook?

1.4 Matlamat Kajian

Matlamat umum kajian ini dijalankan ialah untuk mengenal pasti pembentukan mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook.

Matlamat utama kajian ini dijalankan untuk:

- i. Mengkategorikan jenis-jenis mesej dakwah Islamiah yang menjadi tumpuan utama pendakwah melalui halaman Facebook.
- ii. Menghuraikan fungsi mesej dakwah Islamiah yang ditekankan oleh pendakwah di halaman Facebook.
- iii. Mengenal pasti strategi penulisan yang digunakan oleh pendakwah dalam menyalurkan mesej dakwah Islamiah melalui halaman Facebook.
- iv. Membina Model Mesej Dakwah Islamiah melalui media baharu.

1.5 Kepentingan Kajian

Dari sudut bidang ilmu, kajian ini dapat menyumbang satu Model Mesej Dakwah Islamiah melalui media baharu. Model ini dapat menjadi rangka rujuk kepada pendakwah dan juga agensi-agensi kerajaan serta NGO dalam mempraktiskan dan menstrategikan pembentukan mesej sebelum disebarkan kepada umum. Model ini dapat dijadikan sebagai panduan serta prasyarat kepada pendakwah dan agensi-agensi

yang berkaitan semasa pembentukan mesej dilakukan, tidak kira apa sahaja bentuk media baharu yang digunakan sebagai medium penyampaian dalam dakwah Islamiah. Melalui model ini juga, sumber dapat membangunkan mesej yang lebih berkualiti dengan mengaplikasikan kategori, fungsi dan strategi yang terbaik semasa menghasilkan sesuatu mesej dakwah Islamiah. Seterusnya, matlamat utama dakwah Islamiah adalah untuk menyebarkan konsep *amar makruf nahi mungkar* akan dapat dicapai dengan lebih berjaya. Kejayaan ini akan terserlah melalui pengamalan gaya hidup masyarakat yang bertunjangkan syariat Islam semata-mata.

Selain itu, kajian ini juga dapat memberikan input baharu tentang dakwah Islamiah khususnya berkaitan dengan pembentukan mesej oleh pendakwah. Hal ini bertujuan agar mesej-mesej yang dibentuk oleh pendakwah ini dapat disampaikan secara berhemah dan bijaksana kepada sasaran mereka yang berbeza-beza. Kajian ini juga turut membantu pendakwah untuk merekabentuk dan menstrategikan mesej yang sesuai untuk disampaikan dalam konteks dakwah Islamiah menggunakan media baharu. Di samping itu, masyarakat umum juga boleh merujuk hasil kajian ini sebagai panduan dalam menyampaikan mesej dakwah Islamiah khususnya dalam halaman Facebook.

1.6 Skop dan Limitasi Kajian

Kajian ini dilaksanakan terhadap lima akaun halaman Facebook atau *fanpage* pendakwah yang paling popular di Malaysia berdasarkan jumlah orang bercakap mengenai ini atau *people talking about this* yang tertinggi. *People talking about this* merujuk kepada satu alat atau *tool* yang terdapat dalam halaman Facebook yang

menunjukkan jumlah pengguna aktif Facebook berhubung dengan halaman Facebook tersebut dalam tempoh masa seminggu secara keseluruhan. Analisis kandungan dilakukan terhadap mesej yang dikirim oleh pemilik akaun halaman Facebook tersebut dalam bentuk teks sahaja.

Pemilihan kiriman jenis teks ini dibuat berdasarkan beberapa faktor yang telah dikenal pasti. Antaranya, laman sesawang Social Bakers (2016), menunjukkan bahawa jenis kiriman atau *posting* yang paling mendapat perhatian pengguna Facebook pada penghujung tahun 2014 ialah video dan diikuti oleh teks. Namun demikian, data ini hanyalah meliputi capaian terhadap halaman Facebook yang bersifat kepada pemasaran atau perniagaan sahaja. Sebaliknya, Foust dan Jankovic (2013), mendapati bahawa pengguna internet akan memilih kiriman yang berbentuk teks berbanding video sekiranya ingin mempelajari sesuatu. Kenyataan ini disokong oleh Jena (2014) yang menyatakan bahawa pengguna akan lebih memilih teks kerana mereka akan dapat mencapai maklumat yang diperlukan dengan pantas, iaitu dengan terus memfokuskan terhadap isi kandungan. Oleh itu, kiriman jenis teks dipilih sebagai data dalam kajian ini kerana ia bersesuaian dengan dakwah Islamiah itu sendiri yang merupakan suatu bentuk pembelajaran dalam Islam.

Seterusnya, analisis kandungan dilaksanakan terhadap mesej yang dikirim bermula pada 1 Januari 2016 sehingga 31 Januari 2016. Bulan Januari dipilih kerana tiada peristiwa-peristiwa besar Islam dalam bulan tersebut seperti maulidur rasul, ramadhan dan hari raya aidilfitri. Sekiranya bulan tersebut mempunyai peristiwa besar dalam Islam, para pendakwah akan lebih cenderung untuk menyampaikan mesej berkaitan

peristiwa tersebut. Maka, matlamat kajian ini bagi mengkategorikan mesej mengikut kecenderungan pendakwah sukar untuk dicapai kerana pendakwah menyampaikan mesej yang sama. Sebaliknya, jika tiada peristiwa besar Islam berlaku dalam bulan tersebut, maka para pendakwah akan menyampaikan mesej dakwah Islamiah dengan lebih neutral, iaitu mengikut kepakaran dan kecenderungan masing-masing. Oleh itu, matlamat kajian bagi mengkategorikan mesej mengikut kecenderungan pendakwah dapat dicapai.

Selain itu, tempoh masa sebulan juga dibuat kerana mengambil kira faktor jumlah entri yang perlu dianalisis. Oleh kerana kajian ini menggunakan kaedah kualitatif melalui pendekatan analisis kandungan, maka ia mengambil masa yang lama untuk proses analisis. Tempoh masa sebulan ini juga mengambil kira dengan tempoh pengajian yang mana penyelidik perlu membuat tinjauan setiap entri terlebih dahulu sebelum pemilihan dan analisis data dilakukan. Oleh itu, pemilihan lima akaun halaman Facebook dalam tempoh masa sebulan dibuat kerana kekangan yang terpaksa dihadapi oleh penyelidik selaku pelajar sarjana yang mempunyai masa serta kewangan yang terhad.

1.7 Definisi Konsep

1.7.1 Pembentukan Mesej

Secara asasnya, pembentukan boleh diistilahkan sebagai proses atau cara. Menurut Kamus Dewan Edisi Keempat (2007), pembentukan merujuk kepada perihal, perbuatan dan usaha membentuk. Jika dilihat dari sudut bahasa pula, pembentukan kata adalah suatu proses atau cara dengan mengolah unsur-unsur bahasa sehingga

menjadi perkataan yang boleh difahami. Dalam konteks kajian ini, pembentukan yang dimaksudkan ialah penghasilan mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook oleh pendakwah dengan memberikan fokus terhadap mesej berbentuk penulisan.

Mesej didefinisikan sebagai “*written, spoken, and unspoken elements of communication to which people assign meaning*” (Beebe, Beebe & Ivy, 2013; h. 12). Mesej merupakan maklumat serta idea yang cuba disampaikan oleh sumber kepada penerima dalam apa-apa bentuk sekalipun. Mesej boleh berbentuk lisan dan juga bukan lisan. Komunikasi lisan melibatkan percakapan, perbualan dan penulisan. Manakala komunikasi bukan lisan pula melibatkan apa sahaja pergerakan anggota badan manusia.

Dalam komunikasi Islam, sumber utama mesej ialah al-Quran dan sunnah yang merangkumi segenap aspek kehidupan manusia. Hal ini selaras dengan sifat agama Islam itu sendiri, iaitu sebagai cara hidup yang sempurna (*the way of life*). Perkara ini membawa maksud setiap mesej dalam komunikasi dakwah adalah bersumberkan al-Quran dan sunnah (Nasruddin, 2002). M. Natsir (1997), mengklasifikasikan risalah-
risalah Allah kepada tiga bahagian seperti berikut:

- i. Menyempurnakan hubungan antara manusia dengan Khaliqnya (*hablu min Allah*).
- ii. Menyempurnakan hubungan antara manusia dengan manusia (*hablu min al-nas*).
- iii. Mengadakan keseimbangan (*tawazun*) antara kedua-dua hubungan tersebut dan melaksanakannya dalam bentuk seiringan.

1.7.2 Dakwah Islamiah

Dakwah ialah apa sahaja aktiviti yang mengajak orang untuk mengingati Allah S.W.T. dengan melaksanakan *amar makruf nahi mungkar*, iaitu dengan menyeru ke arah kebaikan dan meninggalkan perbuatan mungkar sama ada secara individu atau berkumpulan (Mohd Nor, 2014). Menurut Mohd Khairie (2011), walaupun ramai yang menganggap bahawa konsep dakwah hampir sama dengan misi dalam Kristian, namun pada hakikatnya ia berbeza. Hal ini adalah kerana dakwah bukan sahaja mengajak orang lain kepada Islam tetapi juga bertujuan untuk mengukuhkan kepercayaan umat Islam terhadap Islam dalam semua aspek kehidupan. Dakwah Islamiah pula memerlukan kebijaksanaan dalam mengajak manusia ke arah jalan kebenaran selaras dengan perintah Allah S.W.T. untuk kepentingan dunia dan akhirat. Dalam konteks kajian ini, dakwah Islamiah dilihat dari sudut kategori (fiqh) mesej, fungsi mesej dan strategi penulisan mesej dalam media baharu.

1.7.3 Halaman Facebook

Facebook telah dibangunkan pada tahun 2004 oleh Mark Zuckerberg yang merupakan seorang mahasiswa di Universiti Harvard. Zeevi (2013) mengatakan bahawa idea penciptaan Facebook sebenarnya telah bermula pada tahun 2003 lagi dengan dikenali sebagai Facemash sebelum ia ditukar menjadi Facebook. Pada awalnya, hanya pelajar universiti dan sekolah tinggi di Amerika dan Kanada sahaja mempunyai akaun Facebook (Boyd & Ellison, 2008). Facebook adalah salah satu laman jaringan sosial yang popular berteraskan web 2.0 (Chang, 2011). Dalam konteks kajian ini, Facebook berperanan sebagai medium untuk menyebarkan dan mendapatkan informasi sahaja. Halaman Facebook ialah "*A Facebook Page is a page you can create on Facebook for*

everything you find interesting or want to promote or represent – your business, your favorite car, your favorite food – whatever you want” (Social Bakers, 2016).

Manakala, halaman Facebook menurut pusat bantuan Facebook ialah:

“Halaman adalah untuk jenama, perniagaan, organisasi dan tokoh awam untuk mencipta kehadiran di Facebook, manakala profil mewakili individu. Sesiapa sahaja yang mempunyai akaun boleh mencipta Halaman atau membantu mengurus halaman, sekiranya mereka telah diberikan sebuah peranan pada Halaman seperti pentadbir atau penyunting. Orang yang menyukai suatu Halaman serta rakan mereka boleh mendapat kemas kini dalam Suapan Berita”.

(Pusat Bantuan Facebook, 2010).

Sumber: <https://www.facebook.com/help/282489752085908>

1.7.4 Kategori Mesej

Kategori secara umumnya bermaksud kumpulan atau kelas bagi sesuatu perkara. Pengkategorian dalam proses komunikasi lebih terarah kepada mesej yang mempunyai ciri-ciri tertentu atau khusus untuk diletakkannya dibawah kategori tertentu yang telah ditetapkan. Pengkategorian mesej berkaitan dakwah Islamiah dapat dilakukan melalui beberapa sudut pandang yang berbeza, namun ia perlulah berteraskan syariat Islam. Nursyazrin (2012) mengkategorikan mesej dakwah kepada akidah, syariah dan akhlak. Menyempurnakan hubungan antara manusia dengan Khaliqnya (*habl min Allah*), menyempurnakan hubungan antara manusia sesama manusia (*habl min al-nas*) serta mengadakan keseimbangan (*tawazun*) antara kedua-dua hubungan tersebut dan melaksanakannya dalam bentuk seiringan dijadikan sebagai asas kategori risalah-risalah Allah S.W.T. oleh M. Natsir (1977). Namun, dalam penyelidikan ini, pengkategorian mesej dakwah Islamiah dilaksanakan berdasarkan fiqh, iaitu ibadah, muamalat, munakahat dan jinayat. Justifikasi pengkategorian mesej dakwah Islamiah dibuat berdasarkan fiqh dibincangkan secara lebih lanjut dalam sorotan karya.

1.7.5 Fungsi Mesej

Secara umumnya, fungsi merujuk kepada tugas dan peranan sesuatu perkara. Dalam konteks komunikasi, fungsi ini lebih memberi fokus terhadap elemen mesej. Menurut Schramm dan Porter (1973) serta Effendy (1981), fungsi asas utama komunikasi adalah untuk menyampaikan, mendidik, membujuk dan menghibur. Antara fungsi lain komunikasi ialah “(1) *the surveillance of the environment; (2) the correlation of the parts of society in responding to the environment; (3) the transmission of the social heritage from one generation to the next*” (Lasswell, 2007, h. 217). Namun demikian, fungsi komunikasi ini akan berubah mengikut konteks perbincangan. Antaranya perbincangan dalam konteks komunikasi keluarga oleh Asiah, Irkhaniza dan Mohamed Sharif (2008) serta fungsi komunikasi dalam teater tradisional oleh Rahmah (2007). Manakala, dalam konteks penyelidikan ini, fungsi komunikasi akan dilihat dari sudut dakwah Islamiah yang diketengahkan oleh R. Agus (1990) dan disokong oleh Nasruddin (2002).

1.7.6 Strategi Penulisan Mesej

Secara umumnya, strategi bermaksud cara atau kaedah untuk melaksanakan sesuatu perkara. Dalam konteks komunikasi, strategi bertujuan untuk mencapai objektif komunikasi yang ditetapkan berdasarkan tentatif antara sumber dan penerima mesej. Tarone (1980). Strategi komunikasi juga ditakrifkan sebagai proses asimilasi dan pengubahsuaian mesej (Normaliza, 2015). Menurut Mohamad (1985), strategi penyampaian menjadi penentu kepada keberkesanan sesuatu proses komunikasi. Maka, pemilihan strategi dan penyediaan kerangka yang betul adalah antara langkah awal yang perlu dilaksanakan dalam aktiviti dakwah Islamiah (Berhanundin, Azli,

Zawawi & Nor Salimah, 2016). Strategi penyampaian komunikasi yang dikaji dalam penyelidikan ini adalah berdasarkan penulisan teks yang dibangunkan oleh Ahmad Zahiruddin (2014).

1.8 Rumusan

Bab ini membincangkan mengenai latar belakang kajian, permasalahan kajian, persoalan kajian, matlamat kajian dan beberapa aspek lain berkaitan kajian ini. Penerangan ini bertujuan untuk memberikan gambaran awal kepada para pembaca mengenai kajian yang dilaksanakan oleh penyelidik terutama berkaitan dengan keperluan kajian dan juga matlamat kajian. Perbincangan secara terperinci mengenai kajian ini dibincangkan dalam bab seterusnya.



BAB DUA

SOROTAN KARYA

2.1 Pendahuluan

Bab ini membincangkan konsep-konsep utama yang menjadi fokus dalam penyelidikan. Penyelidik mengemukakan hasil penyelidikan-penyelidikan yang berkaitan dengan dakwah Islamiah dan media sosial khususnya Facebook yang telah dijalankan oleh para sarjana lepas. Seterusnya, kerangka teoritikal dan kerangka kajian turut disertakan sebagai panduan dalam kajian ini.

2.2 Komunikasi Islam

Komunikasi menurut Islam ialah satu bentuk jalinan hubungan antara tiga unsur utama dalam kehidupan, iaitu manusia, alam dan Tuhan (Nasruddin, 2002). Menurutnya lagi, unsur Tuhan perlu ada dalam komunikasi kerana ia melibatkan aqidah (kepercayaan), syariah (undang-undang) dan akhlak (kod moral/adab). Manakala, R. Agus (1990) pula menjelaskan bahawa komunikasi Islam adalah untuk mempengaruhi, mengajak seterusnya memindahkan pemikiran, pengetahuan, perlakuan serta perbuatan yang tidak diredhai oleh Allah kepada yang diredhai oleh Allah. Pernyataan sarjana tersebut selaras dengan kenyataan A. Hasjmy (1974) yang mengatakan Islam melihat komunikasi sebagai satu dakwah. “Secara khususnya komunikasi Islam membawa pengertian mengajak atau memindahkan suatu pihak untuk meninggalkan segala bentuk perbuatan atau pemikiran yang tidak diredhai Allah, kepada perbuatan atau pemikiran yang diredhai Allah” (Nasruddin, 2002, h. 33).

Komunikasi dalam Islam lebih menekankan aspek rohaniah berbanding dengan lahiriah yang mana turut melibatkan penekanan kepada soal aqidah, syariah dan akhlak. Secara dasarnya, definisi komunikasi yang dicadangkan oleh sarjana Barat lebih bersifat operatif dan teknikal. Manakala, komunikasi dalam Islam pula dilihat dari sudut pandang yang lebih luas dengan turut melibatkan aspek ketuhanan dan keagamaan. Antara sebab berlakunya komunikasi dalam Islam adalah kerana lahirnya semangat untuk berkongsi kebaikan, kebahagiaan nikmat iman dan Islam oleh seseorang muslim terhadap orang lain (Aminudin & Akila, 2012). Tambah sarjana tersebut lagi, hal ini berbeza dengan Barat yang mementingkan perdagangan dan material semata-mata dalam komunikasi mereka. Malah, berbeza dengan komunikasi Barat yang lebih menekankan aspek individu sahaja, komunikasi Islam turut mementingkan aspek sosial dan budaya serta dalam konteks yang lebih besar, iaitu melibatkan ummah (Sofia, 2016).

Al-Quran dan al-Sunnah merupakan sumber utama dalam komunikasi Islam selain turut menggunakan sumber sampingan seperti *al-Qiyas* dan *al-Ijma'* ulama (Nasruddin, 2002). Al-Quran sebagai sumber utama dalam komunikasi Islam dapat dibuktikan melalui penemuan pelbagai ayat yang membawa maksud komunikasi. “...the Quran (holy book of Islam) contains numerous terms which carry the meaning ‘to communicate’ such as *qul* (to say) (Quran, 12:5), *nabba’*a (to tell) (Quran, 12:37), *kataba* (to write) (Quran, 24:33), *sami’a* (to listen) (Quran, 7:204) and many others” (Mohd Khairie, 2011, h. 58). Malah, dua sumber inilah yang menjadikan komunikasi Islam mempunyai kelebihan dari komunikasi Barat kerana Islam sentiasa menekankan elemen akhlak dan etika (Hamid, 2007).

Falsafah komunikasi dibentuk oleh dua faktor utama, iaitu kebebasan hak asasi dan kewujudan teknologi (Mohd Safar, 2015). Menurutny lagi, faktor kebebasan sudah lama wujud, namun faktor teknologi yang mempengaruhi proses faktor kebebasan menyebabkan Barat lebih terkehadapan disebabkan perkembangan teknologinya. Namun demikian, falsafah ini berbeza bagi setiap negara kerana ia turut dipengaruhi oleh sistem politik dan sosial serta antara negara Barat dan negara Islam. Selain itu, dalam Islam juga terdapat dua bentuk komunikasi, iaitu *habl min Allah* (hubungan dengan Allah) dan *habl min nas* (hubungan sesama manusia) (Mahyuddin dalam Zulkiple 2001). Manakala, empat perkara asas yang menjadikan komunikasi Islam istimewa ialah menegakkan kebenaran (*al-sidq*), bersifat realiti (*waqi'iyah*), bersifat anjal (*murunah*) dan bersifat kesempurnaan (*shumuliyah*) (Muhammad Fathi dalam Zulkiple 2001).

“Dalam pengertian yang lebih umum, komunikasi dakwah bertujuan menegakkan agama Islam dalam diri setiap individu sehingga ajaran Islam mampu memberikan kesan perubahan terhadap kehidupan manusia agar selari dengan ajaran tersebut. Dengan itu, setiap individu akan dapat melaksanakan tanggungjawabnya sebagai khalifah dan beribadat dengan ikhlas kepada Allah”.

(Nasruddin, 2002, h.113).

Komunikasi dakwah yang dinyatakan oleh sarjana di atas juga turut selaras dengan kenyataan yang telah dinyatakan oleh A. Hasymy (1974) dan R. Agus (1990) berkaitan komunikasi Islam di awal perenggan. Hal ini membawa maksud komunikasi Islam itu merupakan satu komunikasi dakwah yang bertujuan menyampaikan mesej Islam dengan mengajak penerima menggapai redha Allah S.W.T.

Secara kesimpulannya, berdasarkan perbincangan yang telah dilakukan oleh sarjana-sarjana lepas, asas utama dalam komunikasi Islam adalah agama Islam itu sendiri. Perkara ini bermaksud, agama Islam perlu ada dalam setiap aspek komunikasi bermula dari sumber, mesej, saluran dan juga penerima. Maka, dalam konteks penyelidikan ini yang memberi fokus terhadap mesej, perbincangan seterusnya akan memperincikan mesej-mesej Islam yang memfokuskan terhadap dakwah Islamiah secara lebih lanjut. Perbincangan mesej dalam komunikasi Islam ini berteraskan sumber-sumber utama dalam Islam, iaitu al-Quran, hadis serta *al-qiyas* dan *al-ijma'* ulama.

2.3 Dakwah

Dakwah merupakan asas kepada pergerakan risalah Islam untuk terus berkembang dan meneruskan kesinambungannya (Mohd Amin, 2001). Tugas berdakwah ini perlu dilaksanakan oleh setiap individu khususnya bagi mereka yang beragama Islam. Syed Muhammad Dawilah dan Mohd Lutfi (2009) mengatakan bahawa berdakwah boleh dikategorikan sehingga tahap wajib bagi setiap muslim sebagaimana firman Allah S.W.T. dalam surah Ali-Imran ayat 104 yang bermaksud:

“Dan hendaklah di antara kamu ada segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung”.

(Ali-Imran 3: 104).

Kegiatan dakwah ini telah bermula sejak zaman lampau lagi, iaitu apabila Allah S.W.T. mengutuskan para nabi dan rasul untuk mengajak manusia mentauhidkan Allah S.W.T. dengan mengikut agama Islam yang suci. Selepas wafatnya Nabi

Muhammad S.A.W. yang merupakan rasul terakhir diutuskan oleh Allah S.W.T. kepada manusia, aktiviti dakwah ini diteruskan oleh para sahabat baginda, para alim ulama dan seterusnya masyarakat biasa. Kegiatan dakwah Islamiah dilaksanakan bertujuan agar ajaran Islam akan tersebar dengan lebih meluas supaya Islam dapat disampaikan dan diterima oleh semua manusia. Islam sebagai agama dakwah juga turut diakui oleh sarjana Barat seperti Goldsmith (1991) yang mengatakan bahawa setiap negara dan bangsa mempunyai rasul mereka sendiri, tetapi Nabi Muhammad diutuskan kepada bangsa Arab dan melalui bangsa ini kepada seluruh umat manusia di dunia.

Kamus Dewan Edisi Keempat (2007) menyatakan bahawa dakwah bermaksud kegiatan menyeru dan meyakinkan orang lain supaya menerima sesuatu kepercayaan. “Dakwah dari segi bahasa berasal daripada perkataan Arab seperti *da'a*, *yad'u*, *da'watan* yang bermaksud menyeru, memanggil, mengajak, menjamu, memandu dan menjemput. Manakala maksud dakwah dari sudut istilah pula ialah mendorong manusia melakukan *amar makruf nahi mungkar*” (Mohd Nor, 2014, h. 15-16). Syed Muhammad Dawilah dan Mohd Lutfi (2009) pula berpendapat bahawa dakwah merupakan panggilan oleh Allah S.W.T. dan para nabi yang disasarkan kepada umat manusia untuk mempercayai dan menganuti ajaran Islam sebagai suatu agama yang benar. Dakwah juga turut diertikan sebagai suatu usaha dalam mengajak manusia melaksanakan kebaikan dan mengajar manusia mengenai ilmu-ilmu yang berkaitan dengan Islam yang sebenar (Earnie, 2014). Manakala, Abdullah Hassan (2007), mengatakan dakwah merupakan suatu aktiviti mempengaruhi orang lain untuk mengubah sikap, tingkah laku dan kepercayaan yang bertentangan dengan Islam kepada yang menurut syariat Islam.

Dakwah, apabila dikaitkan dengan agama khususnya Islam, ia akan membawa maksud mengajak masyarakat agar menuruti ajaran Islam yang diperintahkan oleh Allah S.W.T. melalui para nabi dan rasul. Tujuannya adalah untuk menyeru manusia menuju ke jalan yang benar, iaitu dari suatu keadaan yang sesat menuju ke jalan yang lurus. Proses mengajak dalam dakwah ini boleh disama ertikan dengan proses pemujukan terutamanya dalam konteks pengiklanan atau turut dikenali sebagai komunikasi pemasaran (Mohd Helmi, 2004). Perkara ini diperkukuhkan lagi oleh Mohd Khairie (2011) yang mengatakan bahawa dakwah itu sendiri adalah proses pemujukan. Persamaan konsep pendekatan dakwah dan pemasaran ini dapat dilihat melalui kajian oleh Mariam (2014) yang mengaplikasikan konsep 4P (*product, place, promotion & price*) dalam pemasaran terhadap dakwah.

Menurut Syed Muhammad Dawilah dan Mohd Lutfi (2009), dakwah Islamiah ialah suatu gerak kerja mengajak manusia agar mentaati perintah Allah S.W.T. dengan melaksanakan *amar makruf nahi mungkar*, iaitu melaksanakan kebaikan dan menjauhi kemungkaran. Dakwah Islamiah juga turut diertikan sebagai “suatu usaha atau proses untuk melahirkan kewujudannya dalam realiti kehidupan yang dapat dirasai dan dikesan” (Abdullah, 1997, h. 74).

Berdasarkan kepada pengertian yang diberikan oleh beberapa sarjana tersebut, dapat disimpulkan bahawa dakwah Islamiah adalah satu usaha untuk mengubah masyarakat manusia dari suatu keadaan menuju ke arah yang lebih baik. Seterusnya menjadikan mereka lebih dekat dengan Allah S.W.T. dan menuruti setiap ajaran Islam untuk kebahagiaan dunia serta akhirat. Kefahaman terhadap konsep dakwah yang betul

penting bagi menimbulkan kesedaran terhadap tanggungjawab dakwah untuk dimanifestasikan dalam bentuk praktikal secara berterusan dan bersungguh-sungguh (Mohd Amin, 2001).

2.3.1 Dakwah Islamiah

Dalam Islam, pelaksanaan dakwah ditunjangi oleh beberapa perkara asas bagi memastikan kegiatan dakwah dapat mencapai tahap kejayaan yang lebih baik. Menurut Mohd Nor (2014), antara asas utama dalam melaksanakan dakwah Islamiah ialah *wasilah* (perantaraan/media) dan rukun dakwah. Dalam menjalankan kerja dakwah, perantaraan boleh dikategorikan kepada tiga iaitu:

- i. *bil lisan* (dengan suara)
- ii. *bil tadwin* (dengan tulisan)
- iii. *bil hal* (dengan model praktikal)

Dakwah bil lisan adalah cara menyampaikan dakwah melalui lisan atau percakapan secara terus, iaitu oleh pendakwah kepada khalayak sasaran secara bersemuka. Dakwah cara ini dilihat lebih berkesan kerana pendakwah dapat bersemuka dengan audiens untuk melihat reaksi balas yang ditunjukkan oleh audiens. Antara dakwah melalui kaedah ini ialah khutbah jumaat atau khutbah hari raya, ceramah dan tazkirah. Zulkefli dan Khairulnizam (2015) menyatakan bahawa khutbah jumaat bukan sahaja berperanan penting dalam dakwah, malah ia merupakan saluran untuk mendapatkan pelbagai jenis ilmu seperti ilmu pengetahuan, isu semasa dan juga antara agama. Maka, sarjana tersebut meringkaskan khutbah jumaat sememangnya platform yang sesuai untuk dijadikan intra-dialog dalam kalangan masyarakat muslim.

Dakwah bil tadwin pula adalah dengan menggunakan medium penulisan sebagai perantaraan. Medium penulisan ini tidak terhad kepada bahan-bahan penulisan bercetak sahaja tetapi juga penulisan secara atas talian yang bersesuaian dengan perkembangan teknologi semasa dan lebih terarah kepada penggunaan media sosial kerana ia bersifat global. Penggunaan media sosial yang bersifat global ini memberikan kelebihan terhadap aktiviti penyampaian dakwah Islamiah terutamanya dalam kalangan generasi yang hidup dengan teknologi. Oleh itu, dakwah cara ini memberikan peluang yang lebih luas terhadap penyampaian mesej dakwah berbanding penggunaan cara lain. Dalam penyelidikan ini, pengkaji memberikan fokus terhadap penyampaian dakwah melalui kaedah ini dan memfokuskan terhadap penyampaian mesej dakwah Islamiah melalui penggunaan halaman Facebook.

Kajian yang dilaksanakan oleh Sulaiman dan Rahmatunnisah (2014) berkaitan hubungan antara imaginasi, idea dan kreativiti dalam penulisan kreatif mendapati tiga faktor tersebut mempengaruhi pembentukan idea seseorang penulis. Antara sebab lain penyelidik memilih untuk mengkaji mesej dakwah Islamiah berbentuk penulisan teks dalam halaman Facebook adalah disebabkan oleh hasil dapatan yang diperoleh oleh Shahrul (2014) dalam kajiannya. Sarjana tersebut mendapati pembaca mula berubah arah dalam mendapatkan bahan bacaan berkaitan dakwah Islamiah, iaitu dari majalah kepada media baharu. Manakala, Mohd Daly, Nursyamimi dan Md. Rozalafri (2014), dalam kajian mereka berkaitan penulisan skrip menyatakan bahawa penulisan tanpa fakta yang lengkap akan menyebabkan sesuatu skrip menjadi hambar. Penekanan terhadap fakta dalam menghasilkan sesuatu mesej dakwah Islamiah juga perlu diberi perhatian bagi memastikan mesej tersebut berjaya merealisasikan matlamat sebenar dakwah.

Dakwah bil hal membawa maksud menyampaikan dakwah melalui contoh tauladan. Dakwah melalui cara ini ialah dengan melakukan, melaksanakan dan menunjukkan contoh kepada khalayak mengenai sesuatu perkara dalam ajaran Islam. Perlakuan yang ditunjukkan oleh pendakwah atau orang ramai mengenai sesuatu perkara yang baik secara tidak langsung akan menjadi ikutan oleh mereka yang melihat perlakuan tersebut. Rasulullah S.A.W. turut menggunakan kaedah ini dalam menyampaikan dakwah Islamiah pada zaman baginda dan Nabi Muhammad merupakan ikutan terbaik sepanjang zaman dalam setiap aspek kehidupan manusia.

Antara sarjana yang mengkaji pendekatan dakwah jenis ini ialah Aminudin dan Akila (2012) yang merungkai keberkesanan dakwah melalui interaksi terhadap masyarakat bukan Islam. Hasil kajian yang diperoleh membuktikan bahawa Islam menetapkan asas-asas yang positif dalam menjalankan dakwah terutamanya apabila melibatkan hubungan antara etnik dan bukan Islam. Hasil kajian juga menunjukkan perbezaan antara dakwah Islam dan misi yang dibawa oleh Barat kerana dakwah Islamiah bertujuan menjadikan manusia berubah ke arah lebih baik dalam semua aspek kehidupan. Selain itu, Berhanundin, Azli, Zawawi dan Nor Salimah (2016), dalam kajian mereka berkaitan dakwah terhadap masyarakat Pribumi Sabah dan Sarawak menyatakan bahawa pendakwah perlu menjadi contoh dan model ikutan kepada kumpulan sasaran.

Seterusnya, rukun dakwah pula boleh dikategorikan kepada lima, iaitu dai'e (pendakwah), *mad'u* (sasaran), *maudhu'* (kandungan dakwah), *uslub* (kaedah dan strategi), dan *wasilah* (media atau peralatan). Rukun dakwah ini ada persamaannya

dengan konteks komunikasi. Antaranya adalah seperti daie merupakan sumber, *mad'u* ialah penerima, *maudhu'* ialah mesej, dan *wasilah* pula merupakan saluran. Oleh itu, konteks dakwah dan komunikasi mempunyai persamaan, iaitu setiap rukun dakwah diperlukan bagi memastikan sesuatu aktiviti dakwah berjaya disampaikan dengan sempurna. Manakala, Syabuddin dan Abdul Ghafar (2015) pula melihat lima rukun tersebut sebagai unsur dakwah dengan ditambah satu lagi unsur, iaitu tujuan yang perlu ada dalam melaksanakan dakwah bersepadu. Namun demikian, Wan Hussein (1988) pula menyenaraikan lima rukun berdakwah ialah beriman dengan Allah dan Rasulullah, ilmu, beramal dengan ilmu, zikrullah dan persaudaraan yang sebenar.

Dakwah Islamiah berkait rapat dengan pembangunan intelektual yang berasaskan kepada empat teras utama, iaitu mesej, sifat dan ciri-ciri seorang pendakwah, sasarannya; serta kaedah dan pendekatan yang digunakan dalam berdakwah (Osman, 2009). Pembangunan intelektual ini hanya dapat dibangunkan melalui pendidikan yang mampu menggerakkan masyarakat ke arah lebih baik (Khalib, 2002). Hal ini selari dengan konsep dakwah yang bertujuan mendidik manusia menjadi lebih baik menurut syariat Islam.

2.3.2 Perkembangan Dakwah

Pada awal turunnya perintah berdakwah terhadap manusia oleh Allah S.W.T., tugas ini hanya dikhususkan terhadap para nabi dan rasul yang terpilih sahaja. Namun, selepas wafatnya rasul yang terakhir, iaitu Nabi Muhammad S.A.W., tugas dakwah ini telah dipikul oleh para sahabat baginda dan seterusnya ia diteruskan oleh semua umat Islam. Pada zaman Rasulullah S.A.W., baginda menggunakan kaedah secara lisan dan

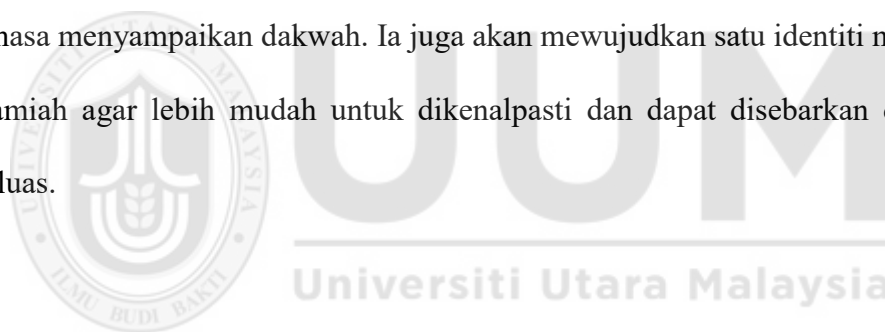
juga bukan lisan dalam melaksanakan aktiviti dakwah Islamiah terhadap golongan bukan Islam (Syed Muhammad Dawilah & Mohd Lutfi, 2009). Nabi Muhammad bukan sahaja menggunakan kaedah menyampaikan mesej dakwah Islamiah secara lisan, iaitu secara bersemuka tetapi juga turut menjadikan baginda sendiri sebagai ikutan para sahabat dengan menampilkan akhlak yang terpuji.

Kegiatan dakwah turut berubah sealiran dengan peredaran zaman yang semakin maju. Bermula dengan penyampaian secara lisan seperti ceramah, tazkirah, khutbah Jumaat dan khutbah hari raya. Kaedah ini merupakan penyampaian dakwah secara bersemuka atau juga turut dikenali sebagai *human touch* atau *face to face*. Seterusnya, dakwah telah dilaksanakan dengan menggunakan media tertentu sebagai medium perantaraannya, iaitu bermula dengan penulisan yang dibukukan sehinggalah ia diterbitkan. Penulisan ini termasuklah penulisan ilmiah (akademik) dan juga penulisan yang tidak bersifat ilmiah.

Perkembangan media massa sekali lagi membawa perubahan dalam dakwah dengan turut menjadikan media massa elektronik sebagai antara medium utama dalam menyampaikan dakwah Islamiah seperti radio dan televisyen. Kini, corak penyampaian dakwah Islamiah sekali lagi mengalami transformasi seiringan dengan perkembangan teknologi semasa. Para pendakwah mula menggunakan media sosial sebagai medium alternatif dalam kegiatan penyampaian dakwah Islamiah khususnya terhadap golongan muda (Faradillah, 2014; Ahmad Zahiruddin & Faisal, 2014; & Muhammad Faisal & Nur Adhwa, 2012). Penggunaan medium ini penting kerana Islam menggalakkan umatnya menggunakan setiap peluang yang ada pada zaman

tersebut bagi meningkatkan keberkesanan dakwah Islamiah (Norlain & Dindang, 1998; Ruzain, 2011; Nursyazrin, 2012; Nik Roskiman, 2013 & Khodijah, Rafiza, & Mohd Nufan, 2015). Perkara ini sesuai dengan tujuan penyampaian dakwah Islamiah dilaksanakan, iaitu untuk memberi penerangan dan penyampaian yang jelas mengenai agama Islam (Md Rozalafri & Rosmawati, 2011).

Maka, hasil yang diperoleh melalui penyelidikan ini berkaitan mesej dakwah Islam dalam media sosial dapat dijadikan sebagai nilai tambah dan nafas baru kepada dakwah secara atas talian. Pendakwah dapat memaksimumkan kesan dakwah yang dilaksanakan dengan mengaplikasikan model yang dihasilkan dalam penyelidikan ini semasa menyampaikan dakwah. Ia juga akan mewujudkan satu identiti mesej dakwah Islamiah agar lebih mudah untuk dikenalpasti dan dapat disebarkan dengan lebih meluas.



2.3.3 Kaedah Dakwah

Kaedah atau metode, dalam bahasa Arab disebut sebagai *uslub*, *tariqah*, *minhaj* dan *manhaj*, manakala ia dikenali sebagai *a particular way of doing something* dalam bahasa Inggeris (Abdullah, 1997). Penggunaan kaedah yang betul dan bersesuaian dengan khalayak sasaran diperlukan dalam usaha melaksanakan dakwah Islamiah bagi memastikan ia berjaya dicapai. Menurut Wan Hussein (1997), Allah S.W.T. telah memberi panduan tentang kaedah penyebaran dakwah Islamiah kepada Rasulullah S.A.W. dalam surah al-Nahl ayat 125 yang bermaksud:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmat dan mauizah (nasihat) yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah sahaja yang lebih

mengetahui tentang siapa yang sesat jalan-Nya, dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat hidayah (petunjuk)”.

(Al-Nahl 16: 125).

Menurut Wan Hussein (1997) dan Abdullah (1997), dalam ayat tersebut, Allah telah memberikan kaedah atau garis panduan untuk penyebaran dakwah Islamiah, iaitu:

- 1) *Al-Hikmah* (kebijaksanaan)
- 2) *Al-Mau'izah al-Hasanah* (Nasihat yang baik)
- 3) *Al-Mujadalah billati hia ahsan* (Berbahas/berdiskusi dengan cara yang lebih baik)

Kaedah dakwah melalui *al-hikmah* atau kebijaksanaan ialah melaksanakan kegiatan dakwah dengan meletakkan al-Quran dan hadis sebagai sumber rujukan utama dalam setiap perkara. Para pendakwah juga perlu menjadikan Nabi Muhammad S.A.W. sebagai ikutan utama dalam melaksanakan dakwah Islamiah. Mesej yang jelas, sebenar, konkrit dan mempunyai objektif yang jelas perlu dikemukakan oleh sumber kepada penerima dalam sesuatu proses komunikasi (Cekerevac & Ristic, 2006). Oleh itu, penggunaan al-Quran serta hadis selain *al-Qiyas* dan *al-Ijma'* sebagai sumber utama dalam dakwah adalah tepat kerana kedua-duanya mempunyai kriteria yang dinyatakan. Keberkesanan dan kepentingan menjadikan al-Quran dan hadis sebagai sumber utama dalam melaksanakan dakwah ini terbukti berkesan melalui penyelidikan yang telah dilaksanakan oleh Mohd Khairie (2011) berkaitan komunikasi kesihatan Islam, malah ia turut dipersetujui oleh Fariza, Kalthom & Puziah (2016).

Dakwah *al-mau'izah al-hasanah* atau nasihat yang baik pula bermaksud menyatakan sesuatu perkara yang mampu menggerakkan khalayak sasaran meninggalkan perkara yang tidak baik dan menuju ke arah perkara yang baik. Setiap perkataan dan ayat yang digunakan juga perlulah bersesuaian, bukan sahaja mengambil kira mengenai khalayak sasaran tetapi juga situasi pada ketika itu. Malah, penggunaan perkataan positif berbanding negatif penting kepada kejayaan sesuatu dakwah Islamiah (Norlain & Dindang, 1998; & Jawiah & Ibrahim, 2005) dan pengiklanan (Zubaidah dan Nor Azura, 2015) yang dilaksanakan. Hal ini sesuai dengan hasil kajian oleh Aminudin dan Akila (2012) yang mendapati dakwah Islam membawa perubahan yang positif terhadap masyarakat bukan Islam. Namun, mesej berbentuk negatif lebih menarik minat pengundi bagi perkara berkaitan politik (Mohd Awang, 2013).

Kaedah yang ketiga ialah melalui *Al-Mujadalah billati hia ahsan*, berbahas atau berdiskusi dengan cara yang lebih baik. Kaedah dakwah jenis ini membawa maksud pendakwah perlu menghormati setiap pandangan yang dinyatakan oleh audiens dengan tidak terus menghukum walaupun sesuatu perkara itu jelas salah. Sebaliknya, pendakwah perlu menggunakan kaedah yang berbentuk perbincangan agar audiens merasakan diri mereka dihormati dan memudahkan mereka menerima mesej dakwah Islamiah yang disampaikan. Keberkesanan kaedah dakwah seperti yang dinyatakan melalui surah al-Nahl ayat 125 ini terbukti berkesan melalui kajian yang telah dilaksanakan oleh Fariza, Kalthom dan Puziah (2016).

Kaedah-kaedah dakwah yang dihuraikan di atas perlu diaplikasikan dengan sebaik mungkin oleh pendakwah dalam setiap medium yang digunakan semasa melaksanakan

dakwah. Perkara ini termasuklah dakwah yang berteraskan media sosial seperti dalam penyelidikan ini. Hal ini kerana kaedah tersebut merupakan garis panduan yang diberikan oleh al-Quran dan bukannya rekaan manusia semata-mata, maka ia adalah kaedah yang terbaik dalam penyampaian dakwah Islamiah. Kaedah ini perlu diterapkan dalam aktiviti dakwah bagi memastikan matlamat utama dakwah untuk melahirkan umat yang mengamalkan syariat Islam dapat dicapai.

2.3.4 Pendakwah

Pendakwah membawa maksud individu yang melaksanakan gerak kerja dakwah untuk disampaikan kepada masyarakat. Tanpa pendakwah, aktiviti dakwah tidak wujud kerana tiadanya sumber. Pendakwah perlu menguasai ilmu-ilmu asas berkaitan Islam dalam melaksanakan gerak kerja dakwah Islamiah. Hal ini bagi merungkai dan menjawab setiap persoalan yang dikemukakan oleh masyarakat seterusnya menarik minat masyarakat terhadap dakwah yang disampaikan oleh pendakwah (Syed Muhammad Dawilah & Mohd Lutfi, 2009).

Individu yang melaksanakan tugas dalam penyebaran dakwah perlu melaksanakan terlebih dahulu setiap perkara yang disampaikan olehnya. Hal ini bertujuan agar khalayak lebih yakin dengan pendakwah tersebut dan tidak timbul pelbagai persoalan serta fitnah yang tidak sepatutnya berkaitan dengan diri pendakwah tersebut. Selain itu, Wan Hussein (1997) menggariskan beberapa sifat yang perlu ada pada seseorang pendakwah, iaitu:

- i. Keadilan
- ii. Tahan marah

- iii. Sifat kenabian (benar, amanah, tabligh)
- iv. Tidak memperlihatkan kejahatan
- v. Meletakkan sesuatu pada tempatnya
- vi. Sesuatu yang mencegah kerosakan
- vii. Pengetahuan yang terbaik yang didapati daripada ilmu yang terbaik

Pendakwah perlu memiliki jiwa Islam yang kuat, ikhlas, memiliki akhlak yang terpuji dan sanggup menghadapi apa jua keadaan demi menegakkan kebenaran dan ajaran Islam walaupun terpaksa berhadapan dengan hukuman (Othman, 2015). Ciri-ciri tersebut sememangnya sangat diperlukan oleh para pendakwah, terutamanya pada zaman sekarang apabila berlakunya ledakan teknologi menyebabkan pelbagai unsur negatif mampu menggugat kesucian dan keharmonian Islam dengan lebih mudah dan cepat. Oleh itu, sifat-sifat tersebut amat diperlukan bagi memastikan para pendakwah mampu menghadapi dan menangkis setiap ancaman yang hadir. Hal ini kerana pendakwah merupakan tonggak utama kejayaan sesebuah dakwah bagi memastikan masyarakat mengaplikasikan budaya Islam dalam setiap aspek kehidupan (Syahrul, Azizah & Solahuddin, 2006).

Seterusnya, Zulfa (2011) berpendapat bahawa pendakwah perlu bijak dalam menangani setiap masalah yang dihadapi, iaitu dengan tidak menggunakan kekerasan sebaliknya menggunakan kaedah penghujahan lembut yang mampu memberikan keyakinan kepada khalayak sasaran agar mereka dapat menerima mesej yang disampaikan. Pendakwah juga perlu mengenali khalayak sasaran terlebih dahulu agar pendekatan atau kaedah terbaik dapat digunakan dalam memastikan matlamat dakwah

Islamiah berjaya dicapai (Noraini & Mariam, 2016; & Berhanundin, Azli, Zawawi & Nor Salimah, 2016). Bagi menghasilkan komunikasi dakwah yang lebih efektif dan berkesan, Alpha (2005) mengatakan bahawa pendakwah perlulah berkomunikasi dari hati ke hati agar ia dapat menyentuh khalayak sasaran dengan lebih berkesan dan mendalam. Perkara ini sesuai dengan konsep pemujukan moral yang menjadi penentu kepada perubahan sikap dan persepsi khalayak ke arah positif dalam iklan sosial (Nor Shahila, Roslina, Rozita & Akmar, 2014).

2.4 Mesej

Salah satu cara berkomunikasi adalah dengan berkata-kata yang memberikan makna tertentu pada orang lain secara simbolik (Beebe, Beebe & Ivy, 2013). Menurut para sarjana ini lagi, simbol boleh dikelaskan kepada perkataan, bunyi, pergerakan, imej yang dipaparkan, konsep, objek dan pengalaman. Simbol bukan sahaja boleh hadir dalam bentuk lisan malah turut hadir dalam bentuk bukan lisan. Simbol merupakan mesej dalam komunikasi (Morreale, Spitzberg & Barge, 2001). Komunikasi adalah suatu proses menguruskan mesej bagi mewujudkan makna tertentu (Frey, Botan & Kreps dalam Morreale, Spitzberg & Barge, 2001). Secara ringkasnya, tujuan komunikasi dilaksanakan adalah untuk menyampaikan mesej. Mesej adalah antara elemen terpenting dalam komunikasi kerana ia bukan sahaja merupakan penentu agenda sumber tetapi juga menjadi penentu terhadap agenda penerima terutamanya dalam media sosial (Chaffe & Metzger, 2001; & Nagwa, 2010).

Selanjutnya, dalam konteks komunikasi, setiap komunikasi yang terjadi mempunyai fungsinya yang tersendiri. Menyampai, mendidik, membujuk dan menghibur

merupakan asas utama fungsi komunikasi (Effendy, 1981; & Schramm & Porter, 1973). Antara fungsi komunikasi ialah “(1) *the surveillance of the environment*; (2) *the correlation of the parts of society in responding to the environment*; (3) *the transmission of the social heritage from one generation to the next*” (Lasswell, 2007, h. 217). Manakala, Windahl, Signitzer dan Olsen (2009) pula menyatakan terdapat empat fungsi komunikasi, iaitu fungsi sosial, fungsi ekspresif, fungsi mengawal dan fungsi memberitahu.

Namun demikian, setiap fungsi komunikasi ini akan berubah mengikut kesesuaian sesuatu konteks perbincangan. Antaranya Asiah, Irkhaniza dan Mohamed Sharif (2008) mengatakan fungsi komunikasi keluarga ialah hubungan yang rapat intim, rangsangan, *self-esteem* atau estim diri (manusia memerlukan kehadiran individu yang rapat dalam hidup mereka) dan perkongsian. Manakala fungsi komunikasi dalam teater tradisional secara umum menurut Rahmah (2007) ialah persembahan untuk tujuan terapi, persembahan untuk tujuan pengabsahan kumpulan, persembahan untuk kekitaan dan persembahan untuk tujuan kepentingan nasional. Walau bagaimanapun, fungsi asas komunikasi adalah tetap sama dan tidak berubah mengikut pandangan Effendy (1981) serta Schramm dan Porter (1973).

Selain itu, Islam amat menitik beratkan suatu proses komunikasi itu menggunakan bahasa yang mudah difahami oleh audiens agar mesej yang ingin disampaikan dapat diterima oleh mereka. Hal ini selaras dengan hadis Rasulullah S.A.W. seperti dikatakan oleh Imam (1998) yang bermaksud:

“... *Berbicaralah kepada manusia dengan apa yang boleh mereka mengerti. Apakah kamu mahu mereka mendustakan Allah dan Rasul-Nya ...*”.

(Hadis Riwayat Muslim).

Bicara dalam hadis tersebut bermaksud komunikasi yang mana tujuannya untuk menyampaikan mesej. Hal ini bermaksud Nabi Muhammad S.A.W. menekankan pentingnya sesuatu mesej itu disampaikan mengikut tahap kefahaman audiens. Bagi memastikan masyarakat dapat memahami dengan jelas mesej dakwah Islamiah yang disampaikan, mesej tersebut perlulah bersumberkan kepada sumber yang menepati syariat Islam, iaitu al-Quran, al-sunnah serta *al-Qiyas* dan *al-Ijma'*. Bagi memastikan komunikator mampu menyampaikan mesej Islam dengan berkesan, golongan ini memerlukan informasi yang luas dalam memastikan mereka mampu memahami dan menghayati Islam untuk disampaikan kepada penerima. Menurut Zulkiple (2001), terdapat tiga peringkat kepentingan informasi dari perspektif Islam, iaitu informasi asas (*fundamental information*) yang bersumberkan al-Quran dan al-Hadis, informasi saintifik yang diperolehi hasil daripada kajian yang dilaksanakan terhadap aktiviti manusia serta fenomena alam dan informasi hasil daripada konteks yang berlaku (*contextual information*) yang merupakan sumber sekunder seperti pendapat individu dan tafsiran.

2.4.1 Kategori Mesej Dakwah Islamiah

Islam menekankan setiap mesej perlulah mengandungi ilmu yang mana ilmu tersebut dikaitkan dengan kebenaran dan kebaikan. Menurut Mohamad Sabri (2015), ilmu dan maklumat adalah dua perkara yang berbeza. Maklumat boleh didapati dari pelbagai

sumber tetapi ilmiah yang akan menyusun dan menapis maklumat sehingga menjadi sesuatu yang berguna kepada manusia. Malah, kepentingan ilmu ini dapat dilihat melalui penurunan wahyu pertama kepada Rasulullah S.A.W. dalam surah al-Alaq ayat 1-5 (Zakaria, Noranizah dan Abdul Fatah, 2012). Menurut Abdul Rahman (2005), Imam Al-Ghazali mengklasifikasikan ilmu kepada empat, iaitu ilmu syar'iyah dan ilmu aqliyah; ilmu teoritikal dan ilmu praktikal; ilmu huduri (*presential*) dan ilmu husuli (*attained*); serta ilmu fardhu ain dan fardhu kifayah. Ilmu syar'iyah pula dapat dipecahkan kepada dua iaitu ilmu usul dan ilmu furu'. Ilmu tauhid, ilmu tafsir dan ilmu akhbar (hadith) pula tergolong di bawah ilmu usul. Manakala ilmu furu' pula mempunyai tiga pecahan, iaitu ibadat, adat/fiqh dan akhlak.

Sehubungan itu, bagi mencapai objektif pertama kajian, penyelidik melihat dari sudut ilmu fiqh berkaitan dengan mesej dakwah Islamiah yang menjadi keutamaan setiap pendakwah dalam halaman Facebook. Ilmu fiqh dipilih kerana Yusuf al-Qaradawi mengatakan ia merupakan ilmu yang paling besar dalam syariat Islam (Nasrul, 2004), mencakupi seluruh hal berkaitan kehidupan yang luas dan komprehensif (Atikullah, 2009) serta terkandung syariat-syariat Islam (Arief & Salmiah, 2010). Selain itu, penelitian ini juga dibuat berdasarkan saranan ulama tersebut yang menyarankan agar ijtihad yang dibuat dilaksanakan secara kolektif mengikut pengkhususan dan kepakaran bidang masing-masing sama ada pendakwah individu mahupun agensi-agensi tertentu. Perkara ini bertujuan bagi melihat kecenderungan, minat atau keutamaan setiap pendakwah tersebut.

Hal ini adalah kerana, menurut Ahmad Zahiruddin (2014, h. 7), "... isi penulisan adalah sesuatu yang lahir daripada jiwa dan akal seseorang". Perkara ini juga selaras dengan kenyataan Rahmah dan Shahrizal (2011) dalam konteks penulisan teks yang mengatakan bahawa setiap penulis bertanggungjawab terhadap penanya (*qalam*) berdasarkan ilmu pengetahuannya. Tambah lagi, Dusuki (2000) menyatakan antara elemen yang perlu ada dalam dakwah bersepadu adalah pendakwah perlu menyampaikan ilmu mengikut skop ilmu yang dimiliki dan dalam bidang tugas masing-masing. Hal ini kerana sasaran dakwah perlu didedahkan dengan syariat Islam yang sebenar agar ia menjadi pegangan hidup mereka (Rosmawati, 2015). Oleh itu, setiap penulisan yang dilaksanakan perlulah berada dalam lingkungan ilmu pengetahuan penulis tersebut.

Seterusnya, fiqh dari sudut istilah bermaksud "...ilmu yang berkaitan dengan hukum-hakam yang bersifat amali, diinstibatkan dari dalil-dalil yang terperinci" (Ridzwan, 2011, h. 1). Fiqh dari sudut istilah juga turut didefinisikan sebagai "...ilmu untuk mengetahui hukum-hakam *syara'* yang pada perbuatan anggota, diambil dari dalil-dalilnya yang *tafshili* (terinci)" (Sulaiman, 1998, h. 12-13). Fiqh juga bermaksud pengetahuan berkaitan dengan undang-undang (Muhammad Muslehuddin, 1993). Bidang fiqh ini juga merupakan hukum-hukum yang bersifat *ijtihadi* dan dikembangkan oleh para ulama (Nasrul, 2004). Fiqh yang berkaitan hukum-hakam dalam Islam ini juga merupakan ilmu di bawah syariah yang merupakan salah satu daripada konsep ketuhanan dalam Islam seperti yang dijelaskan dalam komunikasi Islam yang turut meliputi aqidah dan akhlak.

Selain itu, antara tujuan lain penyelidik mengkategorikan mesej dakwah Islamiah adalah kerana perbezaan dalam penghasilan mesej yang berpaksikan model Islam dan model Barat. Model Barat tidak memberi penekanan terhadap “apa” jenis mesej, tetapi hanya menumpukan terhadap “bagaimana” mesej di enkod dan dikod (Littlejohn, 2008). Sebaliknya, dalam Islam, mesej yang dihantar atau diterima turut dipantau dari segi kebolehpercayaan dan penggunaan perkataan (Sofia, 2016). Pengkategorian yang dilakukan dalam kajian ini juga berbeza dengan pengkategorian yang telah dilaksanakan oleh beberapa sarjana lepas. Beberapa kajian lepas mengkategorikan mesej dakwah Islamiah berdasarkan elemen atau konsep dakwah Islamiah, iaitu melibatkan hal-hal berkaitan akidah, syariah dan akhlak seperti kajian oleh Nursyazrin (2012). Nasruddin (2002) pula melihat tiga elemen tersebut sebagai asas komunikasi Islam. Manakala, M.Natsir (1977) pula mengkategorikan risalah-risalah Allah kepada tiga kategori utama, iaitu hubungan antara Allah, antara manusia dan keseimbangan antara kedua-duanya.

Walaupun Ibnu Rusyd dalam kitabnya bertajuk ‘Bidayatul Mujtahid’ membahagikan pembahasan fiqh kepada lima bahagian, iaitu ibadah, muamalat, munakahat, jinayat dan keadilan. Namun demikian, menurut laman sesawang Abatasa (2013), kebanyakan ulama fiqh membahagikan ilmu tersebut kepada empat, iaitu ibadah, muamalat, munakahat dan jinayat. Berikut merupakan perincian kategori ilmu fiqh:

a) Ibadah

Makna ibadah secara umum ialah hubungan manusia dengan Allah. “Makna ibadah yang asli adalah ketundukan menyeluruh kepada Allah S.W.T. dan menolak tunduk

kepada selain Allah S.W.T. dalam segala urusan” (Sayyid Qutb, 2013, h.83). Ibadah ialah setiap perlakuan atau perbuatan yang dilaksanakan oleh umat Islam kepada Allah S.W.T. Ibadah juga mencakupi setiap amal ibadat yang dilaksanakan oleh setiap umat Islam. Dalam Islam, konsep ibadah mencakupi ibadah hati, lisan dan anggota badan manusia. Mengikut laman sesawang muslim.or.id (2015), Ibnu Taimiyah mengkategorikan pelbagai perkara sebagai ibadah dalam Islam, antaranya ialah solat; zakat; puasa; menunaikan haji; bercakap jujur; menunaikan amanah; berbakti kepada ibu bapa; mengeratkan silaturrahim; menepati janji; melaksanakan amar dan makruf nahi mungkar; berjihad melawan orang kafir dan munafik; berbuat baik kepada jiran, anak yatim, orang miskin, orang musafir, kanak-kanak dan haiwan; berdoa; berzikir; membaca al-Quran; dan perkara lain selaras dengan ajaran Islam. Demikian juga rasa cinta kepada Allah dan Rasul; takut kepada Allah; inabah (kembali taat) kepada-Nya; melaksanakan perintah dengan taat; bersabar dengan takdir; bersyukur dengan setiap nikmat; redha dengan qada dan qadar; mengharap rahmat-Nya, takut seksaan-Nya dan perkara-perkara lain mengikut ajaran Islam.

Pendapat Ibnu Taimiyah berkaitan ibadah dalam Islam mempunyai skop yang luas. Maka, bagi memudahkan pemahaman konsep ibadah, para ulama membahagikan ibadah kepada dua bahagian, iaitu ibadah khusus dan ibadah umum (Mazlan, 1999 & Mustafa et al., 2005). Mustafa et al. (2005), mengatakan bahawa ibadah khusus ialah perkara yang melibatkan hubungan dengan Allah (*hablumminallah*), manakala ibadah umum pula merupakan perkara yang melibatkan hubungan manusia dengan manusia (*hablumminnanas*). Tambahnya lagi, ibadah khusus merupakan ibadah yang wajib dilaksanakan dan akan mendapat pahala dengan pelaksanaannya. Sebaliknya akan mendapat dosa sekiranya meninggalkan ibadah khusus tersebut. Ibadah khusus yang

menjadi kewajiban setiap individu muslim mengikut para ulama ialah syahadah, solat, puasa, zakat, haji (Mazlan, 1999, Mustafa et al., 2005 & Aerisuli, 2011) bersuci dan jihad (M. Abdul Mujieb, Syafi'ah & H. Ahmad, 2009). Dalam konteks penyelidikan ini, ibadah khusus dilihat dari sudut syahadah, solat, puasa, zakat dan haji kerana kebanyakan ulama mendefinisikan sedemikian. Manakala ibadah umum pula merupakan semua perkara yang tidak termasuk dalam ibadah khusus, iaitu seluruh perkara yang berkaitan dengan kehidupan manusia yang berlandaskan ajaran Islam (Mazlan, 1999, Mustafa et al., 2005 & Aerisuli, 2011).

b) Muamalat

Muamalat secara dasarnya merujuk kepada perhubungan antara manusia dengan manusia meliputi ekonomi, sosial dan politik. Namun begitu, dalam konteks perbincangan ini dan keadaan semasa, menurut laman sesawang e-muamalat (2015), muamalat merujuk kepada semua aktiviti yang melibatkan sistem kewangan dan ekonomi Islam. Kedua-dua aspek ini sebenarnya saling berkaitan antara satu sama lain kerana sistem kewangan merupakan sebahagian dari sistem ekonomi (Ezani, 2009). Muamalat turut diertikan sebagai sistem kewangan berlandaskan ketetapan syariah dengan mendukung nilai, akidah dan akhlak Islam (Mohamad Fitri, Zaitul, Pabiyah, & Nor Azuwan, 2015). Pengertian muamalat yang merujuk kepada ekonomi atau kewangan ini juga turut dinyatakan oleh Zaharuddin (2014) bahawa terdapat sebahagian fuqaha yang memfokuskan muamalat kepada hal-hal berkaitan harta atau kewangan sahaja. Islam memberi kelonggaran kepada umat Islam untuk menguruskan sistem muamalat mengikut akal fikiran manusia berlandaskan hukum syarak.

Seterusnya, Syeikh Hassan (2008) membahagikan empat perkara yang terdapat dalam muamalat, iaitu hak milik atau pemilikan, transaksi atau akad (kontrak), jual beli dan syirkah atau syarikat. Hal ini termasuklah urusan gadaian, sewaan, cukai, bunga pinjaman, ansuran kredit, insurans, hutang dan pelbagai urusan yang melibatkan kewangan. Maksud setiap perkara dalam pembahagian itu menurut sarjana tersebut dimulakan dengan pemilikan yang bermaksud penguasaan seseorang terhadap sesuatu (harta) secara mutlak yang telah ditetapkan syarak kecuali atas sebab tertentu seperti anak kecil atau gila. Transaksi atau akad (kontrak) membawa erti ikatan antara pihak penjual dan pembeli termasuk urusan sewaan. Manakala, menurut Faizah (1995) pula, akad adalah ikatan antara dua pihak berasaskan penawaran daripada satu pihak dan penerimaan dari satu pihak. Akad itu perlu ada penawar, penerima, tawaran dan penerimaan serta benda yang ditawarkan.

Seterusnya, jual beli menurut Syeikh Hassan (2008) pula bermaksud menukar barang (barter) dan terbahagi kepada dua, iaitu khusus dan umum. Jual beli khusus melibatkan pemilikan barang dengan harga (harta) manakala jual beli umum pula pertukaran harta dengan harta. Syarikat pula bererti kerjasama atau perkongsian antara dua pelaku atau lebih yang menetapkan had terhadap sesuatu perkara melibatkan urusan jual beli, warisan dan sebagainya (muamalat). Manakala, menurut Ab. Aziz (2010), syarikat bermaksud satu gabungan sekumpulan manusia yang ditubuhkan untuk menjalankan aktiviti berorientasikan ekonomi bagi memenuhi dan mencapai matlamat yang ditetapkan.

c) **Munakahat**

Munakahat secara umumnya merupakan suatu disiplin ilmu yang berkaitan dengan pernikahan. Perkataan nikah berasal dari bahasa arab yang bermaksud bertemu dan berkumpul. Dari segi bahasa, perkataan nikah bermaksud ikatan atau simpulan. Manakala dari segi syarak pula ia bermaksud suatu ikatan atau akad antara seorang lelaki dengan seorang perempuan dan menghalalkan mereka untuk hidup bersama berlandaskan syariat Islam. Munakahat dalam Islam merangkumi soal pertunangan, rukun nikah, syarat nikah, hukum nikah, tujuan nikah, tanggungjawab suami isteri, cerai, iddah, rujuk, poligami dan pelbagai persoalan lain dalam pernikahan. Permasalahan munakahat ini bermula dari sebelum pernikahan sehinggalah selepas pernikahan sama ada berlakunya perpisahan akibat kematian ataupun perceraian. Kebanyakan sarjana membicarakan soal mnunakahat ini secara umum tanpa ada pembahagian khusus.

Walau bagaimanapun, Zawiah dan Rohayati (2009) membicarakan soal pernikahan ini kepada tiga bahagian, iaitu sebelum pernikahan, semasa pernikahan dan selepas perceraian. Namun, dalam penyelidikan ini, penyelidik membahagikan soal pernikahan ini kepada dua bahagian sahaja, iaitu sebelum dan selepas nikah. Soal perceraian diletakkan dibawah perbincangan selepas nikah. Hal ini kerana, perceraian tidak wujud sekiranya pernikahan tidak berlaku, maka permasalahan ini merupakan perkara yang muncul selepas berlakunya pernikahan.

d) Jinayat

Jinayat turut dikenali sebagai jenayah. Menurut Paizah (1991), jenayah juga dikenali sebagai Jarimah oleh para fuqaha yang membawa maksud apa sahaja perbuatan jahat yang dilakukan secara umum dan diharamkan dalam Islam. Antaranya ialah berkaitan dengan nyawa, tubuh badan, harta dan sebagainya. Menurutnya lagi, konsep jenayah dalam Islam boleh dibahagikan kepada beberapa kategori seperti hudud, qisas dan diat serta ta'zir. Hudud bermaksud hukuman tertentu yang dikenakan terhadap pesalah jenayah seperti yang telah ditentukan secara jelas oleh al-Quran dan sunnah. Antara kesalahan yang melibatkan hukuman hudud adalah meninggalkan solat, membunuh diri, memakan riba, zina, homoseks, menggauli haiwan, menuduh zina, meminum arak, mencuri, mengurangi timbangan, memakan harta anak yatim dengan zalim, mengubah batas tanah, menutupi jalan orang buta, penganiayaan, pemimpin yang zalim terhadap rakyat, hakim yang kotor, perasuah, kesaksian palsu, pengkhianatan dalam harta rampasan, zakat serta baitulmal, pemungut cukai, penyamun, sumpah palsu, berdusta dan mendustai Rasulullah S.A.W. (Musthafa, 2006).

Seterusnya, qisas bermaksud kesamaan yang bererti membalas sesuatu perbuatan dengan perbuatan sama yang dilakukan oleh pesalah tersebut seperti membunuh dibalas dengan bunuh (Paizah, 1991), iaitu melibatkan hak individu mengikut ketentuan syarak. Tambahnya lagi, diat pula bermaksud hukuman alternatif kepada qisas, iaitu hukuman yang akan menggantikan qisas sekiranya terdapat halangan atau sebab yang boleh menggugurkan qisas seperti kemaafan yang diberikan oleh keluarga si mati kepada pembunuh. Abu Bakar (2006) pula mendefinisikan diat sebagai harta yang diberikan oleh pesalah kepada orang yang menuntut darah (mangsa atau ahli

keluarganya). Manakala, ta'zir pula adalah hukuman yang tidak ditentukan syarak secara terperinci. Kesalahan dan hukuman yang diletakkan dibawah kategori ta'zir ini ialah semua jenis kes selain hudud serta qisas dan diat. Ia melibatkan kesalahan yang bertentangan dengan hukum Islam dan melampaui batas hak awam. Hukuman bagi jenis kesalahan ini ditentukan oleh badan perundangan bagi memberi pengajaran kepada pesalah.

2.4.2 Fungsi Mesej Dakwah Islamiah

Al-Quran ialah sumber rujukan utama umat Islam termasuklah bagi tujuan berdakwah. Abdul Latiff (2012) mengatakan bahawa al-Quran juga dikategorikan sebagai salah satu media yang memiliki fungsi yang hampir sama dengan media cetak lain. Antara fungsi al-Quran ialah memberi informasi, mendidik, mengkritik, menghibur (menurut Islam), menyalurkan aspirasi masyarakat, menjaga lingkungan (*surveillance of the environment*) dan berfungsi sebagai pengawasan sosial (*social control*). Abdullah (2000) pula mengatakan bahawa al-Quran dan sunnah itu sendiri merupakan mesej dakwah dalam Islam. Kedua-dua sumber utama umat Islam ini mengandungi pelbagai penjelasan secara khusus dan terperinci dalam setiap aspek kehidupan manusia.

Selain itu, R. Agus (1990) mengatakan komunikasi Islam yang bertindak sebagai dakwah mempunyai beberapa fungsi seperti membetulkan i'tiqad, mencegah kemungkaran, membersihkan jiwa, menggalakkan amal, mengukuhkan peribadi, membina perpaduan dan kesatuan serta menangkis budaya yang merosakkan. Fungsi komunikasi dakwah Islam yang dinyatakan oleh sarjana ini turut digunakan oleh Nasruddin (2002) dalam penyelidikannya dan meringkaskan bahawa kesemua fungsi

komunikasi Islam mempunyai satu matlamat yang sama, iaitu untuk mencapai redha Ilahi. Penyelidik mengaplikasikan fungsi komunikasi yang diketengahkan oleh tokoh ini bagi mencapai objektif kedua kajian. Tujuh fungsi komunikasi Islam tersebut dijadikan sebagai garis panduan bagi mengetahui fungsi mesej dakwah Islamiah yang digarap oleh pendakwah dalam halaman Facebook terpilih. Huraian terperinci berkaitan setiap fungsi tersebut adalah seperti berikut:

a) Membetulkan i'tiqad

I'tiqad secara umumnya bermaksud kepercayaan dan terbahagi kepada tiga, iaitu i'tiqad qadariah, i'tiqad jabariah dan i'tiqad ahlus sunnah wal jamaah. I'tiqad qadariah bermaksud setiap perkara yang terjadi kepada manusia adalah hasil perbuatan mereka sendiri dan tiada kaitan dengan Allah S.W.T. I'tiqad jabariah pula bermaksud setiap yang berlaku dalam kehidupan manusia adalah ketentuan Allah S.W.T. yang telah ditetapkan melalui qada dan qadar, manusia hanya mengikutnya tanpa ada sebarang pilihan. Kedua-dua i'tiqad ini perlu dijauhi dalam kehidupan manusia kerana ia bercanggah dengan ajaran Islam. i'tiqad ahlus sunnah wal jamaah merupakan i'tiqad yang sebenar-benarnya dalam Islam, iaitu setiap yang terjadi merupakan percaturan Allah S.W.T. mengikut kadar ikhtiar yang dilakukan oleh manusia.

I'tiqad juga merupakan pegangan akidah bagi umat Islam, kekeliruan dalam beri'tiqad akan menyebabkan manusia terpesong dari ajaran Islam sehingga membawa kepada murtad (Farahwahida, P.M Aminuddin, Azmi, Mohd Nasir, Nur Raihan & Sharifah, 2006). Menurut para sarjana itu lagi, isu murtad bukanlah satu perkara baru di Malaysia malah ia turut menjadi isu global. Selain dari murtad, ajaran sesat juga

merupakan suatu permasalahan yang melibatkan akidah. Sebahagian besar ajaran sesat adalah bertentangan dan menyimpang dari syariat Islam yang sebenar (Abdul Majid, 2008). Bagi mengelakkan masalah akidah terus menular dalam kalangan masyarakat Islam, penghayatan terhadap ajaran Islam adalah antara syarat penting bagi membasmi isu ini (Wan Mohd Fazrul, Mohd Rumaizuddin, Azman, Mohd Zaliridzal & Mohammad Fadzil, 2013).

b) Mencegah kemungkaran

Mencegah kemungkaran merupakan kewajipan bagi setiap umat Islam mengikut tahap kemampuan masing-masing sama ada dengan tangan, lisan mahupun hati. Basri (2000, h.7), mendefinisikan mungkar sebagai “...*segala perbuatan buruk dan maksiat yang mesti di jauhi kerana ia bercanggah dengan akal fikiran yang sihat dan bertentangan dengan syarak*”. Tokoh ini juga mengatakan bahawa setiap kemungkaran yang hendak dicegah itu mestilah menurut syarak yang berasaskan nas-nas yang muktamad dan menurut ijmak. Berdasarkan definisi mencegah kemungkaran melalui tangan, lisan dan hati yang diberikan oleh sarjana ini, maka konteks kajian ini berada dalam skop perbincangan mencegah kemungkaran melalui lisan. Menurut sarjana tersebut, mencegah kemungkaran dengan lisan boleh dilaksanakan mengikut perkembangan teknologi semasa, iaitu melalui internet, faks, akhbar dan lain-lain. Manakala, mencegah kemungkaran melalui tangan pula tidak berlaku kecuali adanya kemampuan untuk melaksanakannya seperti pemerintah, ibu bapa dan majikan. Seterusnya, melalui hati pula bermaksud mengekalkan dalam hati rasa benci dan menjauhi perkara mungkar yang dilihat.

c) Membersihkan jiwa

Pembersihan jiwa manusia dapat dilaksanakan dengan menghindari perkara-perkara mazmumah atau mungkar yang dilarang dalam Islam. *Tazkiyatun Nafs* yang bermaksud penyucian atau pembersihan jiwa yang sempurna hanya dapat dicapai apabila amal ibadah dilaksanakan dengan sempurna untuk menuntut keredhaan Allah S.W.T. semata-mata (Sa'id Hawwa, 1999). Sarjana ini menyenaraikan beberapa perkara yang boleh dilakukan bagi tujuan penyucian jiwa secara umum. Antaranya ialah solat; zakat dan infaq; puasa; membaca al-Quran; zikir dan fikir; mengingat kematian; muhasabah diri; melaksanakan amar makruf dan nahi mungkar; jihad (mati syahid di jalan Allah); mengeratkan kasih sayang, tawadhu' (rendah diri) dan taubat. Terlaksananya penyucian jiwa yang sempurna ditunjukkan melalui terserlahnya sifat tauhid, ikhlas, akhlak, sabar, syukur, takut, berharap, jujur dan cinta kepada Allah S.W.T. di dalam hati. Selain itu, terlahir juga hubungan baik dengan keluarga, masyarakat dan manusia. Manakala, sifat-sifat buruk juga akan terhindar melalui penyucian jiwa ini seperti riya', ujub, ghurur dan marah kerana nafsu atau syaitan.

d) Menggalakkan amal

Istiqamah dalam beramal bukan sahaja menyuburkan iman dan akhlak mulia, malah akan menjadi pendinding dan pengawal kepada kita daripada hasutan syaitan serta hawa nafsu amarah (Siti Mariam, 1997). Tambah sarjana ini lagi, istiqamah dalam beramal hanya akan dapat dilaksanakan apabila timbulnya rasa kesedaran, keinsafan dan kehambaan kepada Allah S.W.T. Amal yang dilakukan haruslah untuk menuntut keredhaan Allah S.W.T. semata-mata dan bukannya disebabkan oleh perkara lain. Amal yang bermaksud perbuatan meliputi setiap perkara yang dilakukan oleh anggota

badan, percakapan ataupun hati dapat dibahagikan kepada tiga, iaitu amal jariah, amal ibadah dan amal saleh (M. Abdul Mujieb, Ahmad Ismail & Syafi'ah, 2009).

Amal jariah juga turut dikenali sebagai wakaf yang bermaksud suatu benda yang disumbangkan sama ada bergerak atau tidak bergerak kepada umum atau agama Islam. Wakaf terbahagi kepada dua, iaitu wakaf ahli yang mana peruntukannya dikhususkan kepada orang tertentu. Manakala wakaf khairi pula ialah wakaf yang penerima pertamanya telah tiada dan dikelolakan oleh badan wakaf. Amal ibadah merupakan suatu perbuatan pengabdian diri kepada Allah S.W.T. sama ada secara lahir atau batin untuk menuntut keredhaan Allah S.W.T. semata-mata. Dalam konteks perbincangan ini, fokus diberikan terhadap amal ibadah khusus, iaitu syahadah, solat, zakat, puasa dan haji (Mazlan, 1999, Mustafa et al., 2005 & Aerisuli, 2011). Seterusnya ialah amal saleh yang bermaksud perbuatan baik, termasuklah perkara yang mengajak dan membawa ketaatan kepada Allah S.W.T. sama ada secara lahir atau batin.

e) Mengukuhkan peribadi

Pengukuhan peribadi muslim meliputi aspek perhubungan manusia dengan Allah, manusia dengan alam kehidupan dan manusia dengan manusia. Engku Ahmad Zaki (2006) menyatakan terdapat tiga kategori individu muslim seperti yang diterangkan dalam al-Quran, iaitu muslim yang menzalimi diri sendiri, muslim yang sederhana dalam pembawaan peribadinya dan muslim yang bersegera dalam setiap amal ibadat. Peribadi muslim ketiga yang kehidupannya bertunjangkan Islam semata-mata menjadi matlamat dalam usaha untuk mengukuhkan peribadi setiap muslim. Pengukuhan peribadi ini perlu bermula dalam setiap diri individu muslim sebelum ia mampu

membentuk suatu masyarakat muslim yang mempunyai peribadi yang dituntut dalam Islam.

f) Membina perpaduan dan kesatuan

Kesatuan dalam kalangan umat Islam hanya akan dapat dipupuk apabila wujudnya perasaan persaudaraan dalam setiap diri anggota masyarakat (Abu Shakir, 1999). Tambahnya lagi, semua umat Islam perlu ada sifat saling menolong, saling menghormati, bercakap benar dan berkasih sayang dalam diri mereka. Perpaduan dan kesatuan sesama umat Islam penting kerana ia bukan sahaja dapat mengelakkan tanggapan buruk masyarakat bukan Islam terhadap Islam malah mampu menarik mereka terhadap agama Islam. Kesatuan umat Islam dapat disemai dengan setiap individu menunaikan hak terhadap saudaranya. Oleh itu, untuk mencapai sasaran tersebut, kesatuan dalam umat Islam perlu dibentuk dan dipupuk dari asas lagi, iaitu bermula dari membina kesatuan dalam keluarga terlebih dahulu.

g) Menangkis budaya yang merosakkan

Islam telah memberikan garis panduan yang jelas dalam setiap aspek kehidupan agar umat Islam terhindar dari perkara negatif yang mampu merosakkan akidah terutamanya dari segi mencari hiburan dan keseronokan. Menangkis budaya yang merosakkan dalam konteks perbincangan ini lebih terarah kepada perkara yang melibatkan *hedonisme*. Mengikut Kamus Dewan Edisi Ketiga (2000), *hedonisme* bermaksud pegangan atau pandangan hidup yang mementingkan kesenangan atau keseronokan hidup yang berkait dengan sikap suka kepada hiburan dan suka berhibur sehingga lalai dari ajaran Islam. Mencapai kebahagiaan dalam hidup tidak dihalang

dalam Islam, namun sikap berlebihan dalam mencari kesenangan dan hiburan menjadikan manusia lalai (Huzili & Shuhairimi, 2006). Tambah sarjana ini lagi, budaya *hedonisme* yang bertuhankan nafsu menyimpang jauh dari ajaran Islam yang kaya dengan nilai-nilai terpuji.

Selain itu, Mohd Roslan (2011) mengatakan bahawa golongan yang cenderung kepada *hedonisme* juga mudah diresapi dengan pemikiran yang salah sehingga akan melahirkan umat yang jauh menyimpang dari ajaran Islam. Persoalan menutup aurat seperti tudung dan jubah merupakan salah satu perkara yang dipersoalkan oleh Barat yang bertunjangkan budaya hidup *hedonisme*. Golongan ini mengatakan bahawa menutup aurat adalah suatu yang merimaskan dan wanita Islam perlu bebas dari pakaian menutup aurat. (Mohd Roslan, 2011). Budaya yang merosakkan ini termasuklah budaya *hedonisme* atau keseronokan terlampau seperti yang dijaja oleh Barat perlu dikekang oleh umat Islam dari terus merebak. Hal ini penting kerana budaya hidup mewah, mengikut hawa nafsu, mementingkan duniawi, dan bersenang-lenang akan menjauhkan umat Islam dari mengingati Allah (Abdul Ghafar, 2000).

2.4.3 Strategi Penulisan Mesej Dakwah Islamiah

Tujuan utama dakwah dilaksanakan oleh pendakwah adalah untuk menarik perhatian masyarakat terhadap mesej yang ingin disampaikan. Bagi memastikan setiap mesej yang dihasilkan mendapat perhatian masyarakat, strategi penyampaian yang tepat perlu diterapkan dalam penghasilan mesej dakwah. Menurut Hazlina, Roslina dan Normaliza (2015), strategi komunikasi adalah proses asimilasi dan pengubahsuaian mesej. Manakala Tarone (1980) pula mengatakan strategi komunikasi adalah untuk

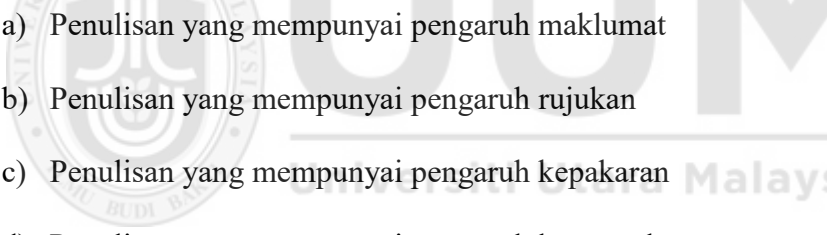
mencapai objektif komunikasi yang ditetapkan berdasarkan tentatif antara sumber dan penerima mesej. Strategi penyampaian ini adalah cara mesej disampaikan yang menjadi penentu kepada keberkesanan sesuatu proses komunikasi (Mohamad, 1985). Oleh itu, penyediaan kerangka dan pemilihan strategi yang tepat merupakan antara langkah awal yang perlu dilaksanakan dalam aktiviti dakwah Islamiah (Berhanundin, Azli, Zawawi & Nor Salimah, 2016).

Dalam penyelidikan ini, strategi penyampaian yang dikaji adalah berdasarkan penulisan teks. Walaupun setiap pendakwah mempunyai gaya dan corak penulisan berbeza, namun strategi penulisan dakwah yang tepat perlu diaplikasikan terutamanya dakwah yang berpaksikan media baharu. Perbezaan khalayak sasaran juga perlu diberikan perhatian sebelum sesuatu strategi itu diaplikasikan (Md Abul Kalam, 2015). Hal ini bagi memastikan setiap mesej dakwah Islamiah mendapat perhatian khalayak. Menurut M. Natsir (1980), pemilihan dan penyusunan kata yang tepat perlu digunakan dalam aktiviti penyampaian dakwah, lebih-lebih lagi apabila melibatkan penggunaan ayat al-Quran dan hadis.

Tambahan pula, penyesuaian penggunaan ayat al-Quran dan hadis dalam penulisan dakwah ini hampir sama dengan kajian yang dilaksanakan oleh Khalib (2002). Menurut sarjana tersebut, pemindahan maklumat saintifik dan formal kepada maklumat pendidikan perlu dilaksanakan oleh golongan yang berada dalam bidang tersebut agar masyarakat dapat memahaminya dengan lebih jelas. Menurut Syabuddin dan Abdul Ghafar (2015), pendidikan dan pengajaran merupakan sebahagian daripada dakwah. Justeru, penulisan dakwah Islamiah yang baik perlu mempunyai strategi yang

tersendiri kerana pengabaian terhadap perkara ini bukan sahaja memberikan kesan terhadap sasaran dakwah malah agama Islam sendiri (Syahrudin & Mohd Shaukhi, 2016). Strategi yang kreatif dan efektif juga perlu diwujudkan kerana dakwah bukan sekadar ajakan biasa, tetapi juga bertujuan menarik perhatian mad'u terhadap mesej yang disampaikan (Nursyazrin, 2012).

Oleh itu, bagi mencapai objektif ketiga kajian, penyelidik menggunakan strategi penulisan dakwah Islamiah yang disarankan oleh Ahmad Zahiruddin (2014) sebagai kerangka asas. Sarjana ini telah mengubah suai strategi penulisan yang disyorkan oleh sarjana terdahulu mengikut kesesuaian konteks dakwah secara atas talian. Antara strategi penulisan dakwah Islamiah yang diketengahkan oleh sarjana tersebut ialah:

- 
- a) Penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat
 - b) Penulisan yang mempunyai pengaruh rujukan
 - c) Penulisan yang mempunyai pengaruh kepakaran
 - d) Penulisan yang mempunyai pengaruh kuasa sah
 - e) Penulisan yang mempunyai pengaruh ganjaran dan ancaman
 - f) Penulisan yang mempunyai pengaruh maklum balas
 - g) Penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan

Maksud setiap strategi penulisan tersebut diterangkan seperti berikut:

a) Penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat

Penulis yang baik memberikan semua maklumat yang diperlukan oleh pembaca (Rawlins & Metzger, 2009). Bagi mempengaruhi audiens, maklumat yang kukuh perlu

dikemukakan, iaitu dengan memaparkan data, fakta, bukti, saksi dan hujah. Paimah (2004), dalam kajiannya turut menyatakan bahawa perkara tersebut perlu ada dalam sesuatu penulisan. Pengaruh maklumat yang berkesan mampu mengubah audiens menjadi lebih baik. Antara maklumat yang perlu disertakan dalam penghasilan penulisan yang baik ialah dengan menyertakan petikan ayat al-Quran, hadis dan hujah kukuh yang belum biasa didengar oleh audiens. Selain itu, bagi mengukuhkan penulisan dan menyakinkan audiens, penulisan secara atas talian terutamanya Facebook boleh disertakan dengan video, gambar, infografik dan audio yang sesuai dengan tajuk penulisan yang dihasilkan.

b) Penulisan yang mempunyai pengaruh rujukan

Penulisan yang mempunyai pengaruh rujukan merupakan penulisan yang dihasilkan oleh individu yang dikenali dan tersohor seperti ulama, ilmuwan Islam, artis dan juga ahli politik. Penulisan yang dihasilkan oleh golongan ini dengan membawa mesej dakwah akan cepat dan mudah memberikan kesan yang lebih mendalam terhadap pembaca. Penggunaan pautan secara terus juga boleh diaplikasikan dalam penulisan ini. Namun demikian, pautan secara terus yang disertakan dalam sesuatu penulisan perlulah mempunyai had kerana ia boleh menyebabkan mesej utama terpinggir (Miller, 2013).

c) Penulisan yang mempunyai pengaruh kepakaran

Penulisan jenis ini merujuk kepada penulisan yang dihasilkan oleh individu atau kumpulan pakar dalam sesuatu bidang. Kepakaran yang dimaksudkan merangkumi pengalaman kerja mereka dalam sesuatu bidang yang kebiasaannya melebihi lima

tahun atau mempunyai latar belakang pengajian sehingga tahap sarjana atau Ph.D. (Ahmad Zahiruddin, 2014). Penulisan ini termasuklah sesuatu topik yang dihasilkan oleh pakar dalam pelbagai bidang seperti keilmuan Islam, ekonomi, politik, sosial dan pelbagai topik lain. Namun, sampel kajian, iaitu para pendakwah (halaman Facebook) tidak dikategorikan sebagai golongan pakar dalam konteks penyelidikan ini. Golongan pakar dalam penyelidikan ini terarah kepada individu atau kumpulan lain dan hasil penulisan oleh golongan tersebut dijadikan sebagai sumber rujukan oleh para pendakwah. Mereka inilah yang dirujuk sebagai golongan pakar dalam konteks penyelidikan ini.

d) Penulisan yang mempunyai pengaruh kuasa sah

Kuasa sah yang dimaksudkan dalam penulisan ini ialah kuasa yang ada pada seseorang terhadap orang lain secara legal atau sosial (Ahmad Zahiruddin, 2014). Kuasa sah ini mempunyai pengaruh dan kawalan terhadap pembaca untuk mengambil cakna mengenai mesej yang disampaikan. Antara penulisan yang mempunyai pengaruh kuasa sah adalah hasil penulisan oleh mufti berkaitan isu agama Islam, ibu bapa kepada anak-anak, ketua organisasi kepada pekerja bawahan dan juga Perdana Menteri kepada rakyatnya. Dalam penyelidikan ini, fokus tertumpu kepada mesej dakwah Islamiah yang dihasilkan oleh pendakwah dan berada dalam kelompok agama. Kelompok agama ini termasuklah mufti yang tinggi ilmu agama dan wara' dalam kalangan ulama sendiri serta menjadi tempat rujukan berkaitan hal ehwal agama bagi setiap negeri (Zulkifli, 2004). Maka, apabila melibatkan mesej dakwah Islamiah yang digarap oleh mufti, ia merujuk kepada fatwa yang dikeluarkan oleh individu tersebut.

Merujuk kepada perkara di atas, menurut Wan Zulkifli, Nasruddin, Azizi, Nazri dan Jamsari (2014), antara tugas mufti adalah menjawab permasalahan dan persoalan semasa terutamanya melibatkan hukum-hakam melalui perbincangan bersama ahli Jabatan Mufti Negeri. Seterusnya, jawapan kepada persoalan tersebut dikeluarkan berdasarkan hasil perbincangan bersama yang dikenali sebagai fatwa. Tambah para sarjana tersebut lagi, fatwa yang dikeluarkan oleh mufti inilah merupakan mesej yang dikategorikan sebagai kuasa sah melalui saluran yang diperakui oleh jabatan. Antaranya warta kerajaan, pamphlet, majalah, surat edaran kepada masjid, buku himpunan fatwa dan melalui internet seperti e-Fatwa. Kajian oleh para sarjana tersebut juga mendapati fatwa memainkan peranan penting dalam penyebaran maklumat agama terutamanya berkaitan hukum-hakam.

e) Penulisan yang mempunyai pengaruh ganjaran dan ancaman

Menurut Mohd Amin (2001), salah satu cara berdakwah yang terdapat dalam al-Quran ialah dengan menggunakan kaedah *al-tarhib wa al-tarhib* yang bermaksud ganjaran dan ancaman. Hal ini bermaksud Allah S.W.T. akan membalas setiap kebaikan dengan syurga dan setiap kejahatan dengan neraka di akhirat kelak. Penulisan yang menyentuh perihal ini mampu untuk menarik audiens terhadap mesej yang digarap oleh pendakwah. Namun demikian, penulisan seperti ini perlu dielakkan dari menyentuh sensitiviti individu kerana ia akan memberikan pelbagai kesan buruk bukan sahaja kepada individu tersebut dan pendakwah malah masyarakat sekeliling. Sebaliknya penulisan seperti ini perlu ditulis secara umum tanpa menyentuh peribadi seseorang. Hasil kajian oleh Kamarul Azmi, Ahmad Kilani dan Azhar (2003) mendapati, strategi

ini digunakan secara meluas dalam kitab ‘Riyadh al-Solihin’ karangan Al-Imam Al-Nawawi dengan memfokuskan terhadap ganjaran.

f) Penulisan yang mempunyai pengaruh maklum balas

Konsep penulisan ini juga boleh dikategorikan sebagai soal jawab. Strategi ini sama seperti rancangan soal jawab yang disiarkan oleh televisyen seperti Tanyalah Ustaz, Al-Kuliyah, 30 Minit Ustaz Don, Semanis Kurma dan rancangan soal jawab yang lain, cuma ia berbentuk penulisan. Penulisan jenis ini biasanya akan menjawab persoalan dan isu semasa yang timbul dalam kalangan khalayak. Strategi ini amat berkesan untuk menjawab persoalan yang timbul dalam kalangan masyarakat pada tahap yang mudah (Hafiz, 2008). Malah, kaedah soal jawab dengan bertanya kepada pakar dan ilmunan dalam sesuatu bidang turut ditekankan dalam al-Quran (Mohd Anuar, 2014).

g) Penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan

Penulisan jenis ini lebih berkonsepkan kepada penceritaan kisah dan pengalaman yang dialami sendiri oleh pendakwah tersebut ataupun oleh orang lain yang ditulis oleh pendakwah. Penulisan ini termasuklah berkaitan dengan kematian, kesusahan hidup, kegembiraan dan kisah-kisah lain. Teknik penulisan melalui penceritaan ini bukan sahaja boleh menarik minat audiens terhadap mesej yang ingin disampaikan, malah mampu menyentap perhatian pembaca sekiranya berjaya dihasilkan dengan baik (Mus, 1997). Tambahan lagi, teknik penceritaan ini merupakan salah satu cara yang berkesan untuk pembelajaran dan menyampaikan idea (McDrury dan Alterio, 2002). Malah, menurut laman web muslim.or.id, dalam al-Quran melalui surah al-A’raf ayat 176

turut menyatakan berkaitan kelebihan berdakwah melalui teknik penceritaan. Walau bagaimanapun, selain isi kandungan, penekanan terhadap aspek gaya dan penyampaian juga perlu ditekankan terhadap penulisan ini bagi menarik minat khalayak terhadap mesej yang disampaikan (Paimah, 2004).

2.5 Dakwah dalam Media Sosial

Perkembangan pesat dan pengaruh media sosial khususnya Facebook dalam kehidupan masyarakat kini sememangnya tidak dapat dinafikan. Malaysia juga tidak terkecuali dengan fenomena yang berlaku ini sehingga data yang dikeluarkan oleh laman sesawang Stat Counter (2015) menunjukkan bahawa Facebook merupakan laman sosial yang paling ramai pengguna berbanding laman sosial yang lain, iaitu melebihi 50% pengguna. Golongan belia yang berumur 18-29 tahun merupakan pengguna paling aktif seperti data yang dikeluarkan oleh laman Pew Research Center (2015) bagi tahun 2013 sehingga tahun 2014 dan keadaan yang sama juga turut berlaku di Malaysia (Nizlan, 2011; Kee, 2013; Che Hasniza 2013; & Mohammad Faizal, Mohd Razali, Nik Mohd Saiful & Amir Asraf, 2013).

Media sosial digunakan untuk mencari kenalan baru, menyeronokkan dan memudahkan proses pemilihan maklumat (Siti Ezaleila & Azizah, 2011), mempromosikan produk, mencari hiburan serta dijadikan sebagai tempat untuk menjawab kuiz dan bermain permainan (Siti Ezaleila, 2015). Bagi mahasiswa, Facebook digunakan sebagai tempat perbincangan kerana mudah untuk berkongsi ilmu dan akses maklumat yang lebih luas serta tidak terhad (Kee, 2013), mendapatkan

maklumat semasa dan berkongsi maklumat tersebut (Mohd Khairuddin & Mohamad Fauzi, 2014).

Selain itu, pengguna tidak akan menutup akaun Facebook pada masa akan datang walaupun terdapat laman jaringan sosial lain yang mempunyai reka bentuk dan ciri yang lebih menarik (Mohd Khairuddin & Mohamad Fauzi, 2014). Penemuan ini menunjukkan bahawa Facebook masih lagi relevan untuk satu tempoh masa yang panjang serta untuk tujuan dakwah Islamiah. Hal ini juga turut dipengaruhi oleh hasil penemuan Faradillah (2014) yang mendapati bahawa media sosial dapat diterima sebagai medium dakwah Islamiah dalam kalangan pengguna. Dapatan ini selari dengan kajian oleh Lovheim (2008), Haslin dan Hamdzun (2013) serta Kosheleva (2013) yang mendapati internet dijadikan sebagai sumber untuk mendapatkan maklumat agama.

Rentetan itu, perkembangan pesat media sosial ini turut memberi kesan secara tidak langsung terhadap corak penyampaian dakwah Islamiah sehingga berlakunya transformasi. Keadaan ini seiring dengan perubahan yang berlaku terhadap manusia menuju ke arah hidup yang berpaksikan penggunaan teknologi. Hal ini kerana teknologi lebih memudahkan dan mempercepat urusan harian. Ledakan penggunaan media sosial yang meluas dalam kalangan masyarakat telah membuka peluang baru dalam aktiviti dakwah Islamiah. Peluang yang muncul ini membuka alternatif baru terhadap kaedah penyampaian dakwah Islamiah dalam kalangan pendakwah dengan mampu memberikan kesan yang lebih baik kerana ia lebih bersifat interaktif, cepat dan kepelbagaian fungsinya (Faradillah, 2014; & Adlene & Fauziah, 2016). Manakala,

masyarakat pula boleh mendapatkan maklumat berkaitan agama yang sesuai dengan lebih mudah (Pardianto, 2013).

Selain itu, penggunaan media sosial dalam kegiatan dakwah Islamiah ini membuka suatu dimensi baru apabila ia tidak mempunyai batasan dari segi masa dan jarak. Hal ini kerana, media sosial mampu berfungsi selama 24 jam sehari semalam dan ruang penyampaian mesejnya pula bersifat global tanpa batasan yang mampu menjangkau ke mana sahaja selagi ia boleh diakses dengan menggunakan internet. Globalisasi media ini telah memberikan kesan yang signifikan terhadap budaya termasuklah aspek yang berkaitan agama (Rohani, 2015). Kesempatan yang muncul ini digunakan oleh ramai pendakwah dengan menjadikan media sosial sebagai medium alternatif dalam menyampaikan dakwah Islamiah (Shaikh Saifuddeen, 2009; Muhammad Faisal & Nur Adhwa, 2012; & Nik Mohd Firdaus, Farahwahida & Nurshuhadak, 2014). Penggunaan media sosial yang betul dan tepat pada masanya akan menyebabkan khalayak sasaran terkesan dengan strategi serta mesej dakwah yang disampaikan terhadap mereka.

Di Malaysia, penggunaan internet dalam aktiviti dakwah Islamiah mula menunjukkan perkembangan pada era 1990-an. Dakwah atas talian ini dikenali sebagai e-dakwah. Manakala, golongan yang menggunakan teknologi sebagai medium dakwah ini dikenali sebagai “tekno daie” selepas ia mula diperkenalkan oleh Institut Kefahaman Islam Malaysia (IKIM) menerusi beberapa siri bengkel dan seminar yang dianjurkan sekitar tahun 1990-an (Shaikh Saifuddeen, 2009). Penggunaan teknologi dalam aktiviti dakwah ini juga berlaku disebabkan oleh kesedaran para tekno daie akan kepentingan dan peluang yang terbuka di media baharu. Namun demikian, Azizan (2014)

mengatakan bahawa tidak banyak organisasi kerajaan atau NGO yang menggunakan internet untuk menyebarkan dakwah Islamiah kecuali badan keagamaan seperti Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM). Menurut Rohani (2015), agama dan media tidak dapat dipisahkan kerana kedua-duanya saling memerlukan.

Walau bagaimanapun, penggunaan media sosial khususnya Facebook dalam penyampaian dakwah Islamiah bukanlah bermaksud medium ini menggantikan terus medium sedia ada, sebaliknya ia hanyalah dijadikan sebagai medium pelengkap dan alternatif. Hal ini kerana medium sedia ada masih lagi relevan dan diperlukan dalam aktiviti penyampaian dakwah Islamiah semasa. Media sosial hanyalah sebagai nilai tambah kepada media yang sedia ada dalam mempelbagaikan corak penyampaian dakwah Islamiah. Malah, perkara ini diperkukuhkan lagi melalui konsep '*mediamorphosis*' (perubahan komunikasi media) yang diperkenalkan oleh Fidler (1997). Konsep ini melahirkan penyatuan yang utuh antara media baharu dan media konvensional bagi melahirkan komunikasi media yang melengkap antara satu sama lain.

Media sosial dipilih sebagai medium pelengkap dan alternatif kerana ia lebih bersifat interaktif berbanding media konvensional. Ciri ini memudahkan komunikasi dua hala dengan khalayak sasaran berjalan dengan lancar dan akan memberikan impak yang lebih terhadap pemikiran serta pemahaman mengenai mesej yang disampaikan (Nur Aina, Nor Fatin, Mohd Shauqi & Md Rozalafri, 2013). Malah, Wakefield dan Rice (2008) mengatakan bahawa komunikasi siber membuka peluang dalam proses pembelajaran, kerjaya, perkongsian pendapat dan maklumat. Perkara ini selaras

dengan dakwah Islamiah yang bertujuan mendidik masyarakat menjadi positif dan berilmu pengetahuan. Tambahan pula, penggunaan media sosial sebagai medium alternatif dan pelengkap terhadap dakwah Islamiah khususnya Facebook semakin meluas penggunaannya dalam kalangan pendakwah tanah air. Antara pendakwah yang aktif berdakwah dengan menggunakan media sosial hasil analisis yang dilakukan oleh Muhamad Faisal dan Nur Adhwa (2012) ialah Zahazan bin Mohamed, Pahrol Mohd Juoi dan Hasrizal bin Abdul Jamil.

Seterusnya, penggunaan media sosial bagi tujuan penyebaran dakwah Islamiah juga dilakukan kerana berlakunya perubahan dalam corak pencarian maklumat dalam kalangan masyarakat hari ini. Golongan ini lebih senang menggunakan platform baru, iaitu media sosial yang lebih dekat dengan diri mereka dalam mengakses setiap maklumat yang diperlukan. Faktor ini menyebabkan masyarakat lebih terkesan dengan mesej dakwah yang disampaikan. Hasil dapatan kajian yang dilaksanakan oleh Kee (2013) menunjukkan antara faktor golongan muda memilih media sosial ialah kerana sifatnya yang mampu mencapai maklumat secara meluas dan membantu dalam perkongsian maklumat.

Di samping itu, penggunaan internet dalam konteks penyebaran dakwah semasa adalah suatu yang relevan, maka tanggapan bahawa media baharu hanyalah tempat untuk mendapatkan maklumat sahaja tanpa adanya kesan pertambahan ilmu dan perubahan sikap ke arah ajaran Islam perlu dikikis (Fadzli, Ab Hamid, Marhana & Engku Muhammad, 2015). Perkara ini terbukti melalui kajian yang dilaksanakan oleh Faradillah, Hazlin, NurZakira dan Nuraina (2015) yang mendapati media sosial

diterima sebagai medium penyebaran dakwah oleh mahasiswa disebabkan ciri interaktif media sosial dan tahap keyakinan mereka terhadap kesahihan mesej tersebut. Malah, perkara ini diperkukuhkan lagi melalui kajian yang dijalankan oleh Syahrudin dan Mohd Shaukhi (2016) terhadap '*group page*' dakwah dalam Facebook. Sarjana tersebut mendapati berlakunya transformasi pendekatan dakwah biasa kepada dakwah luar biasa menerusi penggunaan '*group page*' dalam Facebook.

Selanjutnya, antara media sosial lain yang boleh dijadikan sebagai medium dalam penyampaian dakwah ialah Instagram. Antara sarjana yang telah membuat kajian berkaitan medium ini ialah Adlene dan Fauziah (2016) berkaitan penyebaran mesej dakwah Islamiah dalam akaun Instagram milik dua orang selebriti Malaysia. Hasil kajian mendapati kedua-dua selebriti mempunyai kekuatan dan kelemahan tersendiri dalam menyampaikan mesej dakwah Islamiah. Hasil kajian juga menunjukkan kedua-duanya mempunyai peminat dan pengikut yang tersendiri, maka sarjana tersebut menekankan agar selebriti dan juga pendakwah perlulah bersedia serta mempunyai ilmu yang mencukupi dalam melaksanakan aktiviti penyampaian dakwah Islamiah. Manakala, Ab. Hamid, Fadzli dan Wan Solihin (2014) pula cuba merungkai penerimaan blog dalam dakwah terhadap pelajar IPTA di Malaysia. Hasil penyelidikan menunjukkan antara faktor blog diterima sebagai medium dakwah disebabkan kesenangan menggunakannya, keyakinan terhadap kredibiliti sumber dan sudah mempunyai pengetahuan asas agama.

Di samping itu, penggunaan media sosial dalam menyebarkan agama juga turut digunakan oleh agama lain. Kristian, Yahudi, Hindu dan Budha antara agama lain yang

turut menggunakan media baru ini dalam menyebarkan agama masing-masing (Bunt, 2003; Umar & Samsudin, 2010). Masyarakat Barat terutamanya yang beragama Kristian telah menjadikan medium ini sebagai antara ruangan utama dalam penyebaran agama dan alat perhubungan antara penganutnya (Bunt, 2003; Campbell, 2006 & Helland, 2005). Helland (2005) menyatakan bahawa persekitaran agama atas talian membolehkan setiap penganut agama tersebut mengamalkan kepercayaan dan amalan mereka secara atas talian. Contohnya seperti yang dilaksanakan oleh agama Kristian melalui '*Online Prayer Request Form*', iaitu penganutnya boleh memohon doa daripada gereja secara atas talian.

2.6 Kerangka Teoritikal

Penyelidikan kualitatif ini menggunakan teori pembingkaihan yang sesuai untuk menganalisis tema, teks dan kandungan. Pembingkaihan banyak digunakan dalam kajian dan pembelajaran berkaitan dengan media (D'Anggelo, 2002; Entman, 1993; Goffman, 1974; Iyengar & Kinder, 1987; & Scheufele, 1999). Goffman (1974) merupakan antara sarjana awal yang mula membicarakan berkaitan pembingkaihan dalam komunikasi. Sarjana ini mendefinisikan pembingkaihan sebagai skema tafsiran yang membolehkan individu untuk mencari, melihat, mengenal pasti dan melabel kejadian atau pengalaman hidup. Entman (1993) menyatakan bahawa pembingkaihan melibatkan proses pemilihan dan penonjolan. Dalam hal ini, pembingkaihan dilaksanakan apabila pemilihan sesetengah aspek yang kelihatan realiti dan menjadikannya lebih menonjol dalam bentuk komunikasi teks, bertujuan untuk menjelaskan definisi masalah, penyebab kepada masalah, penilaian moral dan

cadangan penyelesaian. Penonjolan ialah dengan membuatkan sesuatu maklumat itu lebih menarik perhatian, bermakna atau diingati oleh audiens (Entman, 1993).

Selain itu, Cissel (2012) mengatakan bahawa pembingkaiian merupakan satu alat yang digunakan oleh media dan ahli politik untuk membuatkan para pembaca terarah kepada perkara penting yang dikehendaki oleh mereka. Manakala Scheufele (2004) pula mengatakan bahawa pembingkaiian merupakan cara media digunakan dalam mempengaruhi individu untuk menginterpretasi dan menilai sesuatu isu dalam akhbar. Berdasarkan definisi yang diberikan oleh sarjana-sarjana tersebut, secara ringkasnya pembingkaiian merupakan proses pemilihan sesuatu isu untuk menjadikannya lebih menonjol dan menarik perhatian audiens. Hal ini juga turut berlaku dalam aktiviti penyampaian dakwah Islamiah. Perkara ini dapat dilihat melalui pemilihan sesuatu isu atau mesej yang cuba disampaikan oleh pendakwah kepada audiens. Jika dalam pemberitaan pemilihan sesuatu isu untuk dibingkaiikan terletak pada penutur (penerbit, iaitu wartawan dan editor) (Lee, Siti Suriani dan Liana, 2013), dalam dakwah Islamiah pula ia terletak pada pendakwah.

Menurut Entman (1993), terdapat empat lokasi bingkai dalam suatu proses komunikasi, iaitu komunikator, teks, penerima dan budaya. Konsep pembingkaiian dapat dibahagikan kepada dua, iaitu bingkai media dan bingkai individu (Scheufele, 1999). Bingkai media menurut Entman (1993) mempunyai empat pendekatan, iaitu definisi masalah, penyebab kepada masalah, penilaian moral dan cadangan penyelesaian. Manakala, bingkai individu pula merupakan idea yang membimbing individu untuk memproses maklumat.

Seterusnya, menurut Julia, Mohd Zawawi dan Chang (2013), proses pbingkai dapat dibahagikan kepada dua, iaitu pembinaan bingkai (*frame building*) dan penentuan bingkai (*frame setting*). Pembinaan bingkai merupakan cara dan bagaimana suatu mesej berita dicipta dan diproses. Terdapat beberapa faktor yang boleh dikaitkan dengan pembinaan bingkai seperti wartawan, ahli politik dan ahli korporat. Manakala, penentuan bingkai pula secara umumnya memperlihatkan kesan media secara individual seterusnya memberi kesan kepada masyarakat secara keseluruhannya. Penentuan bingkai ini juga akan memberi kesan kepada perubahan ekspresi pembaca (Boyle, Schmierbach, Armstrong, Cho, McCluskey, McLeod & Shah, 2006).

Namun demikian, kebanyakan sarjana mengatakan bahawa pada dasarnya pembinaan bingkai dan penentuan bingkai merupakan satu proses yang sama (Julia *et al.*, 2013). Antara sarjana yang mengatakan perkara ini ialah Scheufele (1999), pembinaan bingkai merupakan teori yang melihat kepada penonjolan sesuatu isu yang terdapat dalam media. Manakala, penentuan bingkai pula merupakan penonjolan simbol atau sifat yang terdapat pada media. Secara umumnya, kesan pbingkai akan membawa kesan kepada perubahan pendapat dan seterusnya perubahan tindak balas audiens.

Teori pbingkai sememangnya lebih terarah kepada pemberitaan yang memberikan fokus terhadap penonjolan sesuatu mesej. Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh Yang dan Md Sidin (2011) serta Mohd Hilmi (2012), teori ini kerap diaplikasikan dalam pemberitaan berkaitan pelaporan berita politik oleh akhbar-akhbar perdana di Malaysia. Walau bagaimanapun, teori ini juga boleh diaplikasikan dalam kajian ini yang turut memberikan fokus terhadap mesej keagamaan. Teori ini

yang memberikan penekanan terhadap pembingkai mesej juga selaras dengan tujuan dakwah dilaksanakan, iaitu untuk membingkai mesej berbentuk dakwah Islamiah. Walaupun turut terdapat unsur politik, kesesuaian penggunaan teori ini diperkukuhkan lagi oleh Muhammad Raqib dan Adnan (2014) melalui kajian terhadap pelaporan berita berkaitan dengan agama Islam dalam akhbar terpilih.

Seterusnya, dari sudut pemberitaan, teori ini lebih banyak digunakan ke arah sesuatu yang bersifat negatif terutamanya berkaitan politik (Mohd Awang, 2013). Malah, hal ini dapat dilihat melalui kenyataan Entman (2004) yang memberikan contoh pembingkai digunakan untuk menyembunyikan kesalahan yang dilakukan oleh seseorang pemimpin besar. Berbeza dengan dakwah, pembingkai mesej yang dilaksanakan tidak boleh dilihat dari sudut negatif kerana makna dakwah Islamiah itu sendiri bertujuan untuk membawa perubahan ke arah kebaikan atau positif. Selain itu, mesej yang dihasilkan dalam konteks dakwah Islamiah ini juga sememangnya perlu berada dalam lingkungan agama Islam yang bersifat positif.

Selanjutnya, pembinaan bingkai dalam pemberitaan ditentukan oleh wartawan atau sumber. Namun, hal ini berbeza dalam dakwah Islamiah yang mana pembinaan bingkai itu telah ditentukan atau ditetapkan dalam Islam melalui hukum-hukum agama bersandarkan al-Quran, hadis serta *ijma'* ulama. Ini bermakna setiap mesej yang dihasilkan oleh pendakwah itu tidak boleh keluar dari lingkungan dan hukum-hukum agama. Perkara ini termasuklah berkaitan kategori mesej, fungsi mesej dan strategi penyampaian yang digunakan oleh pendakwah dalam menggarap sesuatu mesej itu. Manakala, penentuan bingkai pula bergantung kepada pendakwah itu sendiri, iaitu

melibatkan proses penghasilan, pemilihan dan pengisian mesej atau isu untuk disampaikan kepada audiens. Namun, mesej yang dihasilkan tersebut masih lagi perlu berada dalam bingkai dakwah dengan menggunakan hujah-hujah yang dipetik dari sumber yang dibenarkan dalam Islam.

Penggunaan teori pemingkaian dalam konteks penyelidikan dakwah Islamiah dalam media sosial belum lagi diaplikasikan secara meluas. Namun demikian, penyelidik menggunakan teori ini kerana kajian ini memfokuskan terhadap mesej yang berbentuk teks bersesuaian dengan teori ini yang memfokuskan terhadap mesej berbentuk teks. Walaupun teori ini belum digunakan secara meluas lagi dalam kajian dakwah Islamiah atas talian, namun ia telah diaplikasikan dalam kajian secara atas talian oleh sarjana terdahulu seperti Rama (2014) yang memfokuskan terhadap pelaporan berita berkaitan politik.

Antara sarjana yang mengaplikasikan teori pemingkaian dalam kajian mereka ialah Julia *et al.* (2013) yang memfokuskan terhadap kesan pemingkaian berita keselamatan terhadap pembaca. Hasil yang diperoleh dari kajian tersebut menunjukkan bahawa berita yang berbentuk positif lebih memberi kesan kepada pembaca. Walaupun kajian yang dilaksanakan oleh para penyelidik ini lebih memberi tumpuan terhadap kesan pemberitaan kepada pembaca, namun hasil yang didapati dalam kajian tersebut boleh dijadikan sebagai rujukan kepada para pendakwah. Pendakwah boleh menjadikan hasil yang diperoleh dari penyelidikan tersebut sebagai garis panduan dalam menggarap mesej bagi menarik minat audiens, iaitu dengan lebih

banyak menghasilkan mesej berbentuk positif berbanding negatif selaras dengan tujuan dakwah Islamiah dilaksanakan.

Di samping itu, Lee *et al.* (2013) juga turut menggunakan teori pbingkaian dalam pemberitaan yang memfokuskan terhadap pemilihan bingkai dan sumber bingkai dalam kalangan wartawan belia. Hasil yang diperoleh dari kajian tersebut disimpulkan bahawa pbingkaian merupakan penentuan sosial yang bersifat dinamik yang mana setiap berita mempunyai matlamat dan agenda tersendiri mengikut acuan penulis. Penentuan sosial yang bersifat dinamik ini bukan sahaja terjadi dalam kalangan wartawan, malah dalam kalangan pendakwah kerana setiap pendakwah mempunyai kecenderungan mereka yang tersendiri dalam menghasilkan mesej dakwah Islamiah sama ada berkaitan dengan kategori mesej, fungsi mesej mahupun strategi penyampaian. Perkara ini turut menjadi antara fokus utama kajian ini dilaksanakan. Tambah sarjana tersebut lagi, pbingkaian yang baik bukan sahaja mampu menjadikan sesuatu isu itu lebih penting, malah turut boleh mempengaruhi cara pemahaman, pemikiran dan tindakan masyarakat. Sehubungan itu, pbingkaian yang baik dalam menyampaikan mesej dakwah Islamiah adalah penting kerana tujuan utama dakwah dilaksanakan adalah untuk mengubah manusia ke arah yang lebih baik.

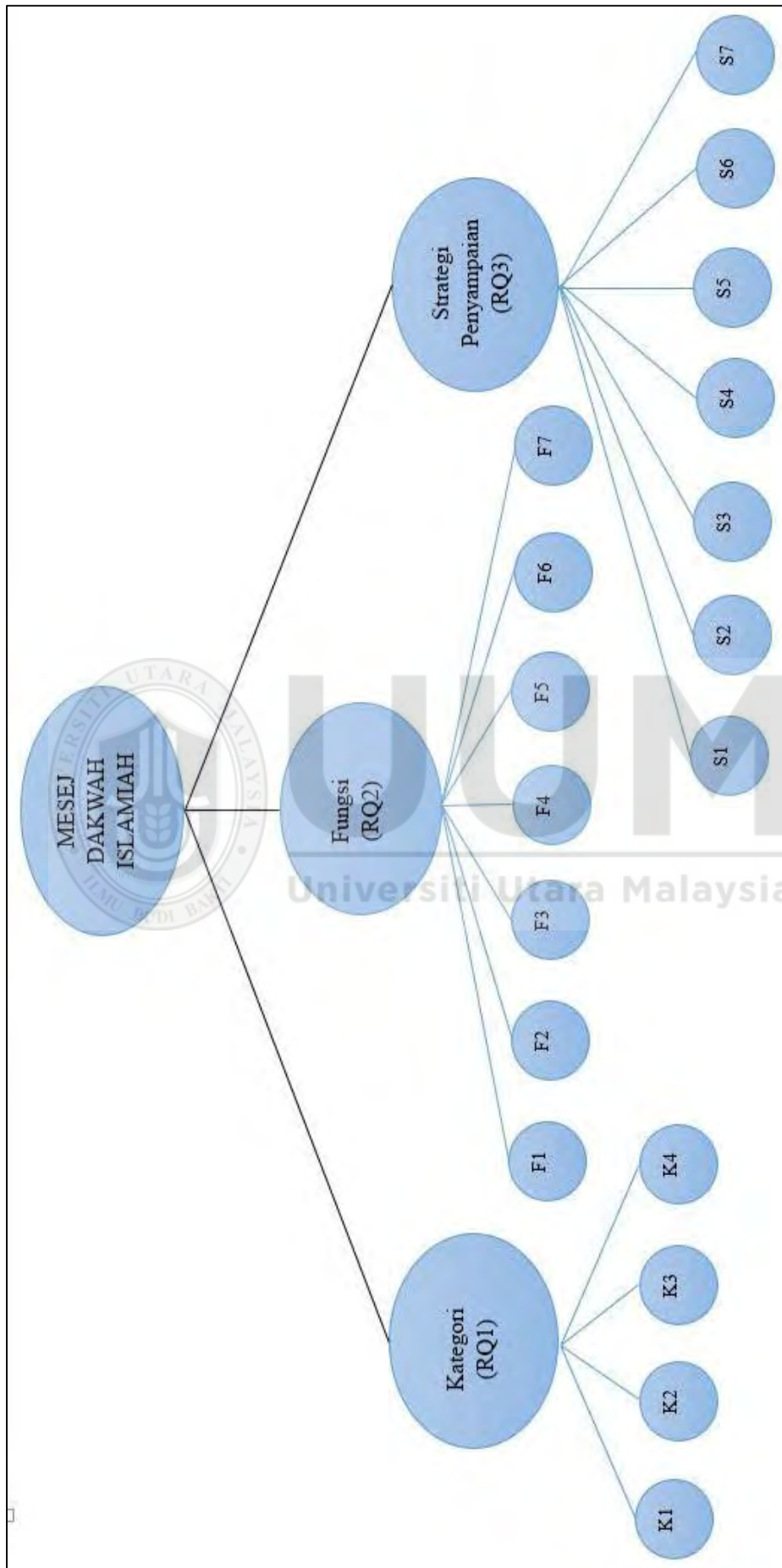
Antara sarjana lain yang turut menggunakan teori pbingkain dalam kajian mereka ialah, Tversky dan Kahneman (1981) yang memfokuskan terhadap psikologi dan membuat keputusan. Cissel (2012) pula memfokuskan analisis kandungan terhadap liputan berita serta Otieno, Spada dan Renkl (2013) memfokuskan kesan bingkai berita pada persepsi risiko, emosi dan pembelajaran terhadap masyarakat. Hasil kajian

penggunaan teori ini terhadap pelaporan berita krisis oleh Azahar, Mohd Azizuddin, Awan dan Az Zamankhsyari (2015) mendapati akhbar melaporkan berita krisis mengikut kecenderungan dan kehendak pembaca mereka. Dapatan ini boleh dijadikan panduan oleh pendakwah dalam menyebarkan mesej Islam, iaitu dengan menyelidik dahulu keperluan sasaran dakwah mereka.

Selain itu, pemilihan teori pbingkaian dalam kajian ini dibuat kerana kajian ini memfokuskan terhadap mesej berbentuk teks yang menurut Entman (1993), konsep pbingkaian secara konsisten menawarkan cara untuk menggambarkan kuasa komunikasi teks. Selain itu, "... model pbingkaian juga mampu membantu mengenalpasti faktor-faktor yang menentukan cara maklumat dikonstruksi dalam teks komunikasi (berita) seperti bagaimana mesej-mesej berita dicipta, bagaimana berita diproses, dan bagaimana kesan-kesan itu dihasilkan", (Lee *et al.* 2013, h. 40). Walau bagaimanapun, dalam kajian kualitatif ini, teori hanyalah sebagai alat untuk memandu kajian, berbeza dengan penyelidikan kuantitatif yang mana teori bertindak sebagai salah satu faktor yang penting dalam sesuatu kajian.

2.7 Kerangka Kajian

Kerangka penyelidikan ini adalah seperti dalam Rajah 2.1 yang merangkumi tema dan subtema. Kerangka kajian ini dibangunkan berdasarkan persoalan kajian dan tema-tema yang telah ditetapkan seperti kategori mesej, fungsi mesej dan strategi penyampaian mesej dalam konteks dakwah Islamiah. Tujuan kerangka kajian ini dihasilkan adalah untuk melihat hubung kait antara persoalan kajian dengan tema-tema yang dikaji.



Rajah 2.1. Kerangka Kajian

Rajah 2.1 menunjukkan tiga tema utama yang berkaitan dengan persoalan kajian, iaitu kategori mesej (RQ1), fungsi mesej (RQ2) dan strategi penyampaian (RQ3). Dalam konteks kategori mesej yang menggunakan pengkategorian dari sudut pandang ilmu fiqh, kategori mesej mempunyai empat subtema, iaitu ibadah (K1), muamalat (K2), munakahat (K3) dan jinayat (K4). Kategori atau subtema yang dilihat dari sudut pandang ilmu fiqh ini sudah ditetapkan dalam Islam. Manakala, tema fungsi mesej pula merujuk kepada subtema yang telah dibangunkan oleh R. Agus (1990) dan turut disokong oleh Nasruddin (2002) dalam kajiannya. Fungsi mesej ini mengandungi tujuh subtema, iaitu membetulkan I'tiqad (F1), mencegah kemungkaran (F2), membersihkan jiwa (F3), menggalakkan amal (F4), mengukuhkan peribadi (F5), membina perpaduan dan kesatuan (F6) dan menangkis budaya yang merosakkan (F7).

Seterusnya, tema strategi penyampaian mesej melalui penulisan pula mempunyai tujuh subtema seperti yang dikemukakan oleh Ahmad Zahiruddin (2014) mengikut kesesuaian dakwah secara atas talian. Tujuh subtema tersebut ialah penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat (S1), penulisan yang mempunyai pengaruh rujukan (S2), penulisan yang mempunyai pengaruh kepakaran (S3), penulisan yang mempunyai pengaruh kuasa sah (S4), penulisan yang mempunyai pengaruh ganjaran dan ancaman (S5), penulisan yang mempunyai pengaruh maklum balas (S6) dan penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan (S7).

2.8 Rumusan

Secara ringkasnya, bab ini mengemukakan sorotan karya yang berkaitan dengan aspek utama kajian ini seperti dakwah Islamiah serta Facebook dan mengaitkan ia dengan

keperluan kajian. Selain itu, bab ini juga membincangkan berkaitan dengan kerangka teoritikal dan kerangka kajian yang meliputi tema serta subtema bagi tujuan koding serta analisis pada bab seterusnya. Pendekatan yang paling relevan pada masa sekarang dalam usaha untuk menyampaikan dakwah Islamiah ialah dengan menjadikan media sosial khususnya Facebook sebagai medium perantara dalam menjalankan aktiviti ini.



BAB TIGA

METODOLOGI

3.1 Pendahuluan

Bab ini membincangkan kaedah pelaksanaan kajian yang meliputi prosedur kajian, reka bentuk kajian, persampelan, pengumpulan data dan penganalisan data.

3.2 Reka Bentuk Kajian

Kajian kualitatif ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Fenomenologi merupakan suatu kajian berkaitan dengan fenomena (Othman, 2009). Pendekatan fenomenologi juga bertujuan untuk mendedahkan pengalaman hidup individu atau sekelompok kecil individu yang dilalui sendiri oleh kelompok tersebut (Creswell, 2013 & Jackson, 2003). Manakala menurut Jackson (2003), pendekatan fenomenologi bertujuan untuk mencapai pemahaman yang mendalam terhadap perkara yang dikaji melalui pemeriksaan sistematik yang ketat bertujuan untuk menggambarkan pengalaman hidup.

Pendekatan fenomenologi digunakan dalam kajian ini kerana Facebook merupakan aplikasi jaringan sosial yang menjadi suatu fenomena semakin meningkat di dunia. Hal ini dapat dibuktikan melalui data yang dikeluarkan oleh laman sesawang Internet World Stats (2015), menunjukkan peningkatan pengguna Facebook bermula Mac 2013 sebanyak 665 juta kepada 936 juta pengguna pada Mac 2015 di seluruh dunia. Wilson, Gosling dan Graham (2012) juga mengatakan Facebook adalah suatu fenomena dan pelbagai penyelidikan boleh dilaksanakan terhadap Facebook. Selain

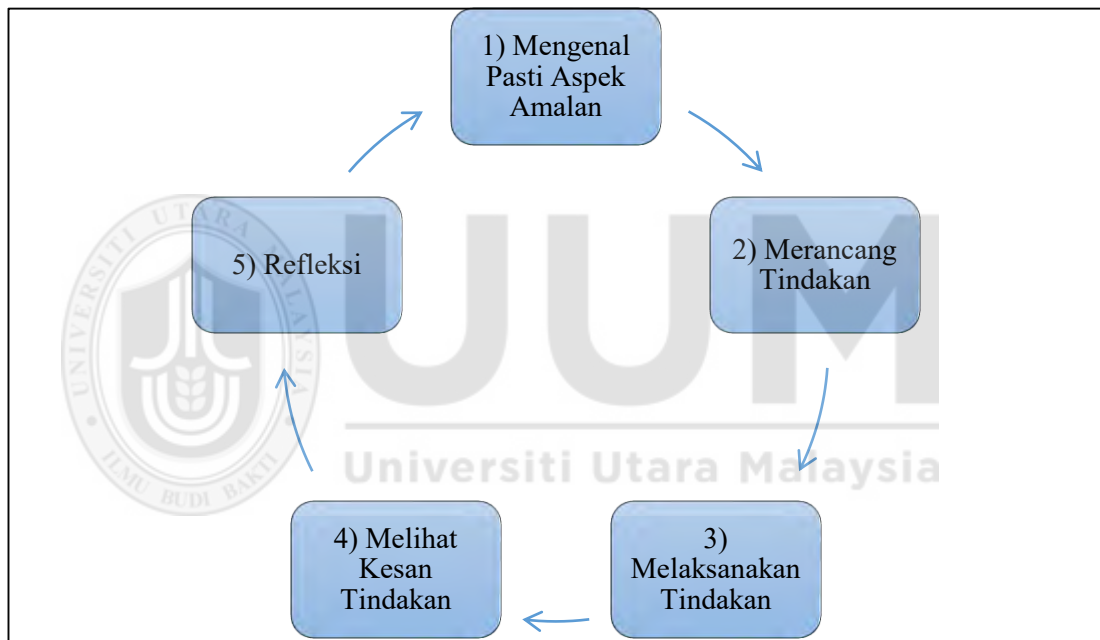
itu, pendekatan fenomenologi juga bertujuan untuk mendedahkan pengalaman hidup yang dilalui oleh sekelompok individu yang mana mereka perlu mengalami sesuatu perkara itu sendiri. Dalam konteks kajian ini, pengalaman hidup tersebut merujuk kepada pengguna Facebook, iaitu pendakwah yang menggunakan aplikasi ini untuk tujuan penyebaran dakwah Islamiah.

Dalam kajian ini, untuk memahami pendekatan dakwah yang digunakan dalam satu senario yang baru terutamanya Facebook, pemahaman terhadap pemikiran dan idea yang dilontarkan oleh pendakwah perlu dilaksanakan. Hal ini kerana, mesej yang dilontarkan di Facebook oleh pendakwah merupakan satu kelahiran berdasarkan pengamatan mereka terhadap khalayak. Perkara inilah yang dimaksudkan dengan pengalaman hidup yang mana kelahiran yang dimaksudkan ialah maklumat atau mesej dakwah Islamiah yang dikirim dalam halaman Facebook oleh pendakwah. Sehubungan itu, fenomenologi dalam kajian ini dilihat dari sudut pendakwah, yang menggunakan halaman Facebook untuk tujuan menyampaikan mesej dakwah Islamiah.

Seterusnya, kajian ini mengaplikasikan analisis kandungan. Menurut Syed Arabi (1998), analisis kandungan merupakan salah satu kaedah penyelidikan yang memberikan tumpuan terhadap mesej. Kenyataan sarjana ini selaras dengan matlamat kajian yang dijalankan, iaitu penyelidik memberikan tumpuan terhadap mesej dakwah Islamiah. Selain itu, analisis kandungan juga merupakan teknik yang sesuai digunakan dalam bidang komunikasi (Syed Arabi, 1998 & Babbie, 2013). Menurut Priest (1996),

analisis kandungan adalah suatu kaedah yang sesuai digunakan dalam konteks komunikasi massa khususnya untuk kajian berasaskan tematik.

Sehubungan itu, Model Kajian Tindakan Lewin (1946) dan Laidlaw (1992) diadaptasikan sebagai protokol kajian dalam analisis terhadap entri dakwah. Model ini mengenengahkan lima peringkat yang perlu dilaksanakan seperti dalam Rajah 3.1 di bawah.



Rajah 3.1. Model Kajian Tindakan Lewin (1946) dan Laidlaw (1992)

Berikut merupakan penjelasan peringkat-peringkat tindakan yang dilaksanakan oleh pengkaji dengan mengaplikasikan Model Kajian Tindakan Lewin (1946) dan Laidlaw (1992) dalam penyelidikan ini:

a) Peringkat Pertama: Mengenal Pasti Aspek Amalan

Pada peringkat permulaan, pengkaji mengenal pasti beberapa halaman Facebook pendakwah yang popular di Malaysia berdasarkan senarai yang dikemukakan oleh beberapa laman sesawang terpilih seperti Informasi Malaysia Kini (2015), Unitedmy (2015) dan Joshuaongys.com (2011). Seterusnya, penyelidik membuat carian sendiri berdasarkan senarai tersebut bagi mendapatkan senarai terkini pendakwah popular dalam halaman Facebook. Hal ini bertujuan untuk mengukuhkan lagi maklumat sedia ada yang dipaparkan dalam beberapa laman sesawang tersebut.

b) Peringkat Kedua: Merancang Tindakan

Persoalan kajian dijadikan sandaran dalam merancang tindakan. Lima halaman Facebook terpilih dengan jumlah orang bercakap mengenai ini atau *people talking about this* tertinggi diambil sebagai sampel kajian. Kajian ini memberi fokus terhadap entri halaman Facebook pendakwah yang dipilih. Entri pendakwah dianalisis berdasarkan fokus yang ditentukan dalam persoalan kajian seperti kategori mesej, fungsi mesej dan strategi penyampaian. Kategori mesej yang dianalisis dari sudut fiqh ini terbahagi kepada empat kategori, iaitu ibadah, muamalat, munakahat dan jinayat. Fungsi mesej yang menjadi fokus dalam kajian ini pula ialah membetulkan I'tiqad; mencegah kemungkaran; membersihkan jiwa; menggalakkan amal; mengukuhkan peribadi; membina perpaduan dan kesatuan; dan menangkis budaya yang merosakkan. Manakala strategi penyampaian pula dilihat dari segi penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat, pengaruh rujukan, pengaruh kepakaran, pengaruh kuasa sah, pengaruh ganjaran dan ancaman, pengaruh maklum balas dan pengaruh keserupaan.

Entri yang diambil untuk dianalisis bermula pada 1 Januari 2016 sehingga 31 Januari 2016.

c) Peringkat Ketiga: Melaksanakan Tindakan

Instrumen utama yang digunakan ialah menganalisis entri halaman Facebook pendakwah. Entri tersebut dianalisis mengikut tema-tema yang telah ditetapkan berdasarkan persoalan kajian, iaitu melalui kategori mesej, fungsi mesej dan strategi penyampaian mesej dakwah Islamiah. Data yang diperoleh dikoding berdasarkan tematik ke dalam perisian NVivo.

d) Peringkat Keempat: Melihat Kesan Tindakan

Pada peringkat ini, pengkaji mempersembahkan data yang diperoleh dalam bentuk penulisan. Penulisan yang dibuat bertujuan untuk menyatakan hasil dapatan kajian secara terperinci. Penulisan ini juga bertujuan untuk menjelaskan persoalan-persoalan kajian seperti kategori mesej, fungsi mesej dan strategi penyampaian yang telah digunakan oleh pendakwah terpilih melalui halaman Facebook milik mereka.

e) Peringkat Kelima: Refleksi

Pada fasa terakhir, pengkaji membuat refleksi terhadap kekuatan dan kelemahan terhadap tindakan yang diambil. Pengkaji membuat ringkasan mengenai tema-tema yang menjadi fokus utama pendakwah popular di halaman Facebook mereka. Hasil dapatan tersebut dapat dijadikan sebagai panduan kepada pendakwah lain. Pada akhir kajian, pengkaji menghasilkan satu Model Mesej Dakwah Islamiah.

3.3 Persampelan

Kajian kualitatif ini mengaplikasikan teknik pensampelan bertujuan. Menurut Othman (2013), teknik ini digunakan apabila penyelidik sudah mempunyai tujuan dan sasaran sampel yang mempunyai kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh penyelidik. Sampel dalam kajian ini adalah entri dalam halaman Facebook pendakwah yang menggunakan media sosial ini sebagai medium penyampaian mesej dakwah Islamiah kepada masyarakat. Romney, Weller dan Batchelder (1986) mengatakan bahawa empat hingga lima sampel sudah memadai sekiranya mereka mempunyai pengetahuan tinggi dan berpengalaman dalam sesuatu topik berkaitan dengan penyelidikan yang dilaksanakan. Namun demikian, dalam penyelidikan kualitatif tiada piawaian yang selaras untuk menentukan saiz sampel (Merriam, 2009 & Salmons, 2015). Lima halaman Facebook pendakwah popular di Malaysia dipilih bagi mendapatkan sampel, iaitu kiriman entri yang menjadi unit analisis dalam kajian ini. Halaman Facebook dipilih mengikut jumlah orang bercakap mengenai ini atau *people talking about this* yang tertinggi.

Selanjutnya, analisis kandungan dilaksanakan terhadap mesej yang mula dikirim bermula pada 1 Januari 2016 sehingga 31 Januari 2016. Pemilihan bulan Januari 2016 untuk mendapatkan sampel bagi kajian ini kerana tiada peristiwa utama Islam yang berlaku dalam bulan ini. Contohnya seperti bulan Ramadhan, Hijrah dan Israk Mikraj. Jika bulan yang dipilih mempunyai peristiwa utama dalam Islam, maka para pendakwah akan lebih terarah untuk memaparkan mesej berkaitan peristiwa tersebut. Sekiranya ini berlaku, matlamat kajian yang ditetapkan bagi mendapatkan kategori mesej mengikut kecenderungan pendakwah sukar untuk dicapai kerana mereka

menghasilkan mesej yang sama. Sebaliknya, para pendakwah akan menghasilkan mesej yang lebih neutral, iaitu mengikut kecenderungan dan kepakaran sendiri sekiranya tiada peristiwa utama Islam dalam bulan tersebut. Oleh itu, pengkategorian mesej mengikut kecenderungan pendakwah dapat dilaksanakan sesuai dengan matlamat yang telah ditetapkan dalam kajian ini.

Jadual 3.1 memaparkan lima halaman Facebook pendakwah yang memiliki jumlah orang bercakap mengenai ini atau *people talking about this* tertinggi di Malaysia. Maklumat ini diperoleh setelah penyelidik mengambil kira maklumat yang dipaparkan dalam beberapa laman web seperti Informasi Malaysia Kini (2015), Unitedmy (2015) dan Joshuaongys.com (2011). Bagi mengukuhkan lagi data yang dipaparkan dalam beberapa laman web tersebut, penyelidik membuat carian sendiri di Facebook dengan mengambil kira carian pendakwah yang popular. Jadual 3.1 menunjukkan lima halaman Facebook yang menjadi sampel dalam kajian ini. Manakala Jadual 3.2 pula memaparkan jumlah entri dalam setiap halaman Facebook pendakwah terpilih.

Jadual 3.1

Halaman Facebook Pendakwah Terpilih

| Bil. | Halaman Facebook | Jumlah orang bercakap mengenai ini (<i>People talking about this</i>) |
|------|-----------------------------|---|
| 1. | Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani | 200 810 |
| 2. | Ustaz Sharhan Shafie | 103 059 |
| 3. | Dr.MAZA.com | 96 434 |
| 4. | Dr.Zaharuddin Abd Rahman | 58 759 |

Jadual 3.1 (Sambungan)

| | | |
|----|--------------------------------------|--------|
| 5. | Ustaz Dr.Mohd Izhar Ariff - Dr.MIA - | 45 197 |
|----|--------------------------------------|--------|

Jadual 3.2

Jumlah Entri dalam Halaman Facebook Pendakwah Terpilih

| Bil. | Halaman Facebook | Jumlah entri dalam halaman Facebook |
|------|--------------------------------------|-------------------------------------|
| 1. | Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani | 33 |
| 2. | Ustaz Sharhan Shafie | 29 |
| 3. | Dr.MAZA.com | 14 |
| 4. | Dr.Zaharuddin Abd Rahman | 34 |
| 5. | Ustaz Dr.Mohd Izhar Ariff - Dr.MIA - | 27 |

Pemilihan jumlah orang bercakap mengenai ini atau *people talking about this* berbanding jumlah suka atau *like* pada halaman Facebook dibuat berdasarkan beberapa faktor. Antaranya, menurut laman sesawang Social Times (2012), ia memberikan jumlah pengguna Facebook yang sentiasa berhubung dengan halaman Facebook tersebut dalam tempoh masa seminggu secara keseluruhan. Hal ini bermaksud jumlah tersebut menunjukkan keterlibatan pengguna dengan halaman Facebook tersebut dan bukannya jumlah kepopularan halaman Facebook itu semata-mata dalam kalangan pengguna. Sebaliknya, jumlah suka atau *like* hanya memberikan jumlah pengguna Facebook yang hanya menekan butang *like* pada suatu masa tertentu yang menunjukkan kepopularan halaman Facebook tersebut sahaja. Jumlah ini tidak dapat

menentukan sama ada pengguna Facebook terus berhubung atau tidak dengan halaman Facebook yang di *like* tersebut.

3.4 Pengumpulan Data Kajian

Pelbagai cara boleh digunakan untuk memperoleh data bagi pendekatan fenomenologi seperti menemubual individu, menganalisis bahan bertulis, muzik, seni dan membuat pemerhatian (Jackson, 2003 & Creswell, 2013). Dalam kajian ini, data utama yang diperlukan ialah entri mesej dakwah Islamiah yang dikirim oleh pendakwah terpilih di halaman Facebook milik mereka. Halaman Facebook pendakwah yang dipilih ialah Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani, Ustaz Sharhan Shafie, Dr.MAZA.com, Dr.Zaharuddin Abd Rahman dan Ustaz Dr.Mohd Izhar Ariff - Dr.MIA -. Mesej yang dijadikan sebagai data utama dalam kajian ini hanyalah kiriman yang dikemaskini oleh pemilik akaun halaman Facebook tersebut bermula pada 1 Januari 2016 sehingga 31 Januari 2016 sahaja.

3.5 Analisis Data

Kajian ini menggunakan kaedah analisis kandungan berdasarkan tematik. Ini kerana ia merupakan salah satu kaedah dalam penyelidikan komunikasi yang mengkaji dan menganalisis dengan memberikan penumpuan khususnya terhadap mesej secara sistematik (Kerlinger, 1986; & Hocking, Stacks & McDermott, 2003). Malah, analisis kandungan boleh dilaksanakan terhadap apa sahaja mesej yang boleh direkod. Analisis kandungan juga merupakan kaedah yang digunakan secara meluas untuk mengkaji bahan simbolik seperti teks media (Krippendorff, 1980 & Stokes, 2003). Ini selaras dengan kajian ini yang fokus terhadap mesej yang dikirim melalui entri dalam halaman

Facebook. Selain itu, entri mesej dakwah dalam halaman Facebook pendakwah juga merupakan salah satu mesej yang boleh direkod. Analisis tematik ini juga dipilih kerana ia merupakan kaedah untuk mengenal pasti, menganalisis dan melaporkan corak (tema) dalam data kajian (Miles & Huberman, 1994) seperti yang dilaksanakan dalam penyelidikan ini.

Kaedah analisis tematik dipilih kerana sesuai dengan teori pemingkaian yang digunakan. Teori pemingkaian adalah satu teori yang berasaskan tema dan tema tersebut telah ditetapkan terlebih dahulu seperti dalam penyelidikan ini yang bersifat deduktif. Kajian-kajian lepas juga didapati lebih membuat penelitian secara berasingan terhadap sesuatu aspek dalam mesej dakwah Islamiah seperti kategori mesej sahaja, fungsi mesej sahaja dan strategi mesej sahaja. Maka, penyelidikan ini bertujuan untuk mewujudkan satu rangka kerja asas dalam menghasilkan mesej dakwah Islamiah melalui model yang dibentuk di akhir penyelidikan. Model tersebut dibentuk berdasarkan beberapa elemen yang telah dikenalpasti melalui sorotan karya yang dilaksanakan. Perbincangan dalam penyelidikan ini juga dibuat berdasarkan beberapa elemen yang telah dikenalpasti dalam tema-tema yang ditetapkan.

Selain itu, analisis tematik digunakan berbanding analisis wacana dalam kajian ini kerana analisis wacana lebih menghalusi setiap persoalan dengan perlu melibatkan beberapa kaedah seperti temubual dengan pakar atau responden. Analisis wacana juga lebih terarah kepada analisis bahasa dan bersifat induktif, iaitu bertujuan mencari sesuatu yang baru disebalik sesuatu perkara. Perkara ini berbeza dengan kajian ini kerana tema telah dibentuk pada peringkat awal kajian. Oleh itu, kaedah analisis

tematik merupakan kaedah yang sesuai diaplikasikan dalam kajian ini. Bagi melaksanakan analisis ini, data utama yang diperlukan merupakan entri mesej dakwah Islamiah yang diperoleh melalui halaman Facebook milik pendakwah terpilih. Analisis dilaksanakan berdasarkan persoalan kajian, iaitu mengikut kategori mesej, fungsi mesej dan kaedah penyampaian mesej dakwah Islamiah mengikut tema-tema yang telah ditetapkan seperti dalam perbincangan bab 2.

Seterusnya, maklumat yang diperoleh didaftarkan ke dalam perisian NVivo versi 8 bagi tujuan proses analisis dan persembahan data. Pemilihan perisian NVivo dalam proses membantu menganalisis data dibuat kerana ia merupakan salah satu perisian yang menyokong penyelidikan kualitatif. Menurut Mohd Khairie (2011), NVivo membantu tugas analisis kandungan dilakukan dengan lebih mudah kerana mampu digunakan untuk pengkategorian, pengekodan dan pengklasifikasian data mengikut skema yang ditetapkan oleh penyelidik. Kelebihan yang ada pada NVivo ini membantu untuk memudahkan lagi analisis data yang dilaksanakan oleh penyelidik berdasarkan tema-tema yang telah ditetapkan mengikut kategori mesej, fungsi mesej dan strategi penyampaian mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook. Seterusnya, hasil yang dipaparkan dalam perisian NVivo dirumuskan dalam bentuk penulisan bagi menjelaskan secara terperinci berkaitan tema dan subtema yang diperoleh.

3.5.1 Pembinaan Tema

Dalam kajian ini, data utama yang digunakan ialah entri dari halaman Facebook milik lima orang pendakwah terpilih. Kiriman entri tersebut merupakan mesej dakwah Islamiah yang dianalisis menggunakan analisis tematik berdasarkan persoalan kajian

seperti kategori mesej, fungsi mesej dan strategi penyampaian mesej. Berbeza dengan penyelidikan lain, tema dan subtema utama dalam penyelidikan ini telah ditetapkan terlebih dahulu. Hal ini adalah kerana, penyelidikan ini menggunakan pendekatan yang berteraskan ilmu dan hukum dalam Islam berdasarkan al-Quran dan hadis serta *ijma'* ulama. Oleh itu, tema dan subtema utama tidak boleh diubah berdasarkan pemikiran logik akal manusia biasa.

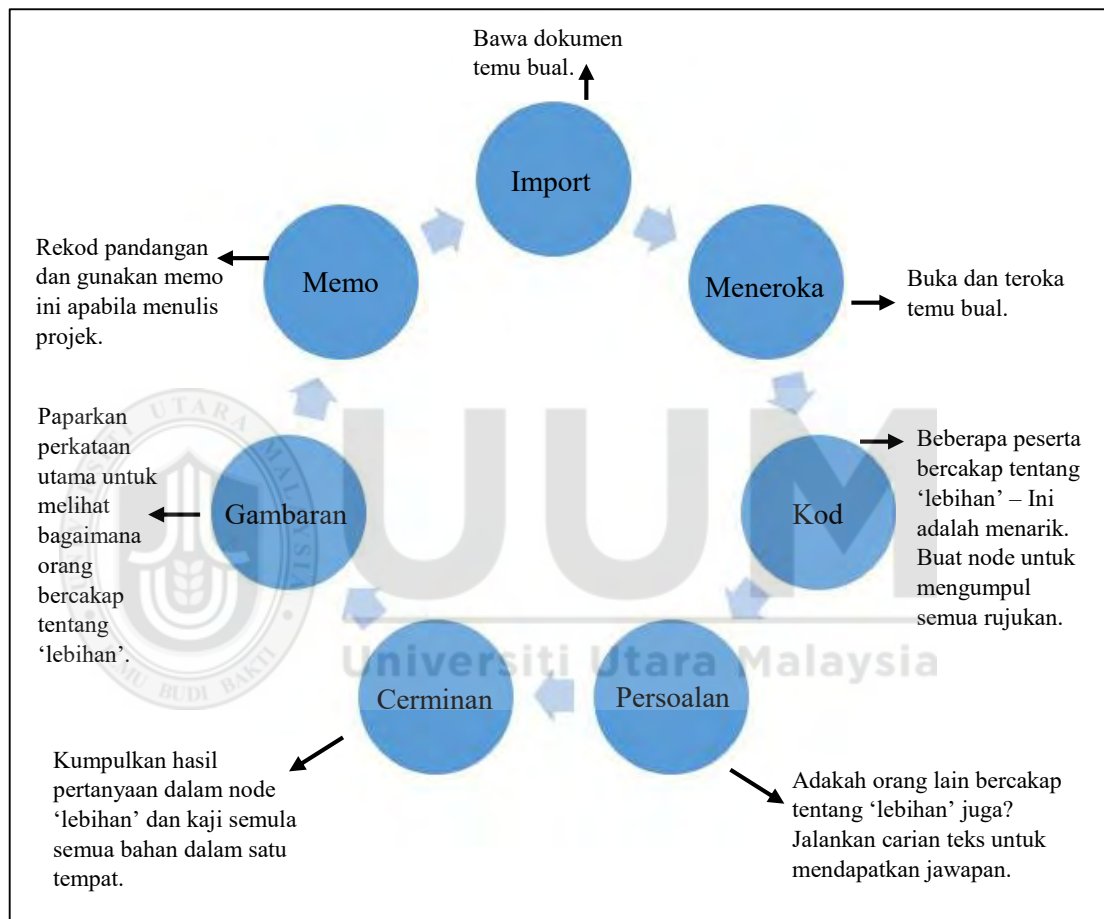
Tema utama dalam penyelidikan ini adalah mesej dakwah Islamiah dan sub tema pula terbahagi kepada tiga bahagian utama yang dibentuk berdasarkan kajian-kajian lepas. Sub tema kategori mesej dakwah Islamiah dibentuk berdasarkan kategori fiqh dalam Islam. Sub tema fungsi mesej dakwah Islamiah pula menggunakan fungsi mesej yang diketengahkan oleh R. Agus (1990) dan ia disokong oleh Nasruddin (2002). Manakala, strategi mesej dakwah Islamiah yang dibangunkan oleh Ahmad Zahiruddin (2014) juga turut menjadi sub tema dalam penyelidikan ini. Sub-sub tema ini telah dikenalpasti hasil daripada permasalahan kajian yang wujud dan telah dibincangkan di awal penyelidikan ini. Seterusnya, sub-sub tema tersebut dibangun berdasarkan sorotan karya yang dilaksanakan terhadap beberapa kajian lepas. Sub-sub tema ini telah dihasilkan oleh beberapa sarjana lepas, tetapi ia dibangunkan secara berasingan oleh sarjana yang berlainan. Maka, penyelidik mengambil inisiatif menggabungkan sub-sub tema tersebut setelah membuat pemerhatian dan pengkajian lanjut seperti yang telah dibincangkan dalam bab terdahulu.

Seterusnya, entri dakwah yang dianalisis dikod dan dikategorikan mengikut tema serta subtema yang telah ditetapkan menggunakan perisian NVivo. NVivo merupakan satu

perisian yang menyokong penyelidikan kualitatif dalam menyusun, menganalisis dan mencari pandangan dalam tidak berstruktur (QSR International, 2016). Penggunaan NVivo juga menjimatkan masa dan memudahkan proses analisis data. Hal ini adalah kerana perisian ini mampu untuk memuat naik, mengurus dan menganalisis teks, audio, video, imej serta hamparan atau *spreadsheets*. Pemilihan NVivo dalam membantu menganalisis data ini juga turut disebabkan oleh beberapa kelebihan lain yang terdapat pada NVivo. Antaranya ialah membantu penyelidik bekerja dengan lebih cepat; menjimatkan masa, cepat mengatur, menyimpan, dan mengambil data; mendedahkan sambungan dalam cara-cara yang tidak boleh dilakukan secara manual dan pencarian maklumat sokongan dengan bukti. Melalui penggunaan NVivo ini juga, subtema yang dicari berdasarkan tema-tema yang telah ditetapkan dalam perbincangan bab 2 lebih mudah untuk diuruskan.

Penggunaan NVivo dalam penyelidikan kualitatif memudahkan pengorganisasian data dilakukan dengan mampu mengkategorikan tema atau pola dari data yang dimuatnaik ke dalam perisian tersebut (Zamri & Magdeline, 2012). NVivo bukan sahaja mampu menyimpan dan mengurus analisis data kualitatif, malah boleh membentuk kategori, membuat indeks atau koding dokumen, *sorting data* untuk mengesan pola, menghuraikan pola dan menghasilkan tema (Lyndon et al., 2014). Manakala W. A. Amir (2011) pula menggunakan NVivo dalam kajiannya untuk mengekod terbuka, mengelompok, mengkategorikan dan membina tema. Kebanyakan sarjana menggunakan NVivo untuk membantu dalam proses pengkategorian dan membina tema berdasarkan data kajian yang telah ditranskripikan (Kamarul Azmi, Mohd Faez, Ab. Halim & Mohd Izham, 2011; W. A. Amir, 2011; Zamri & Magdeline, 2012; Che Su & Nan Zakiah, 2014; & Lyndon et al., 2014).

Seterusnya, dalam menjalankan penyelidikan yang menggunakan pendekatan kaedah kualitatif, tidak ada satu garis panduan jelas yang ditetapkan dalam melaksanakan proses penyelidikan. Namun demikian, terdapat beberapa langkah dan strategi yang boleh digunakan sebagai panduan. Rajah 3.3 merupakan langkah-langkah yang boleh diambil apabila mengendalikan NVivo menurut laman QSR International (2014).



Rajah 3.2. Langkah-langkah Penggunaan NVivo

Sumber: QSR International (2014)

3.5.2 Kualiti Data

Pengekodan atau koding dalam penyelidikan ini dibuat berdasarkan entri dalam halaman Facebook pendakwah terpilih mengikut persoalan kajian yang merujuk

kepada tema dan telah ditetapkan dalam kerangka kajian. Penyelidikan kualitatif tidak mempunyai satu garis panduan yang jelas berkaitan jumlah juru kod yang diperlukan dalam sesuatu kajian. Dalam penyelidikan ini, penyelidik menggunakan dua orang juru kod, iaitu penyelidik sendiri dan juga seorang lagi juru kod lain atau interkoder yang berada dalam skop pengajian bidang komunikasi. Menurut Bogdan dan Biklen (2003), pengesahan data dalam kajian kualitatif dapat dilakukan melalui pengesahan penyelia dan rakan penyelidik. Manakala, Laswell, Daniel dan Ithiel (1952) mengatakan bahawa skor kebolehpercayaan yang melebihi 70% antara dua atau lebih pengekod sudah memadai.

Penyelidik memberikan jadual pengkodan kepada interkoder berserta dengan perincian setiap tema dan sub tema seperti yang telah dibincangkan dalam sorotan karya. Setelah keputusan diperoleh, penyelidikan membuat pengiraan berdasarkan formula kebolehpercayaan Holsti's (1969) seperti Jadual 3.3. Pelbagai formula boleh diguna bagi mendapatkan jumlah peratus kebolehpercayaan. Formula ini dipilih kerana ia banyak digunakan dalam penyelidikan komunikasi (Lambord, Snyder-Duch & Bracken, 2010). Malah, formula ini memberikan gambaran yang lebih menyeluruh dalam kebolehpercayaan interkoder daripada peratus persetujuan (Mouter & Noordegraaf, 2012). Peratus persetujuan yang diperoleh dalam kajian ini setelah pengiraan dibuat adalah sebanyak 90%. Maka, tahap kebolehpercayaan dalam penyelidikan ini adalah tinggi dan diterima.

Jadual 3.3

Formula Pengiraan Kebolehpercayaan Holsti's (1969)

| Formula | Penerangan |
|-----------------------------|---|
| $C.R. = \frac{2M}{N1 + N2}$ | <p>M = Jumlah persamaan koding.</p> <p>N1 = Jumlah koding yang dibuat oleh pengekod 1.</p> <p>N2 = Jumlah koding yang dibuat oleh pengekod 2.</p> |

3.6 Rumusan

Bab ini membincangkan kaedah-kaedah yang digunakan untuk menjalankan kajian berkaitan pembentukan mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook. Kajian kualitatif ini menggunakan kaedah analisis tematik. Data yang diperoleh pula dianalisis dengan menggunakan perisian NVivo versi 8.

BAB EMPAT

ANALISIS KATEGORI MESEJ DAKWAH ISLAMIAH

4.1 Pendahuluan

Mesej merupakan salah satu elemen yang penting dalam sesuatu komunikasi terutama apabila melibatkan mesej yang berkaitan dengan dakwah Islamiah. Penghasilan sesuatu mesej yang baik oleh sumber ditekankan dalam Islam agar ia mampu memberikan kejelasan maklumat keagamaan berkaitan hal keduniaan dan akhirat. Perkara ini telah diterangkan secara terperinci dalam sorotan karya. Oleh itu, analisis terhadap mesej dakwah Islamiah dilaksanakan terhadap lima akaun halaman Facebook terpilih. Analisis dan perbincangan dalam kajian ini dibahagikan kepada tiga bab mengikut persoalan-persoalan kajian, iaitu bab empat (kategori mesej dakwah Islamiah), bab lima (fungsi mesej dakwah Islamiah) dan bab enam (strategi penulisan mesej dakwah Islamiah).

4.2 Kategori Mesej Dakwah Islamiah

Ilmu terbesar dalam Islam ialah ilmu fiqh yang merupakan ilmu berkaitan hukum dalam Islam. Oleh itu, kategori mesej dakwah Islamiah dalam penyelidikan ini menggunakan pembahasan atau pembahagian ilmu fiqh sebagai asas untuk mengkategorikan setiap mesej dakwah Islamiah. Hukum atau ilmu dalam Islam telah ditetapkan secara jelas dalam al-Quran dan hadis atau melalui *ijma'* ulama. Hal ini termasuklah ilmu berkaitan fiqh yang mana para ulama membahaskan fiqh kepada empat pecahan utama, iaitu ibadah, muamalat, munakahat dan jinayat. Ketetapan ilmu yang ditetapkan dalam Islam ini turut termasuk dalam perbincangan pecahan ilmu fiqh.

Hal ini bermaksud setiap ilmu itu telah ditetapkan pengkategorianya oleh Islam dan ia tidak boleh diubah. Dalam konteks kajian ini pula, kategori mesej dakwah Islamiah dilihat dari sudut fiqh disebabkan oleh beberapa faktor seperti yang telah dibincangkan dalam sorotan karya.

4.3 Halaman Facebook

4.3.1 Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani

Mesej yang dihasilkan oleh halaman Facebook Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani dapat dikategorikan dalam pembahasan ilmu fiqh. Mesej dakwah Islamiah ini dikategorikan sebagai mesej berbentuk ibadah khusus seperti dalam entri berikut:

“Saya kerap ke masjid, melihat pemandangan yang indah, mereka yang sujud kepadaNya, kemudian santai2 sesama mukmin, berukhuwwah dan bertanya khabar sesama mukmin, saat yang indah dan melapangkan dada mendengar kuliah dan ceramah dari para alim ulamak, memandu perjalanan hidup, jika kalian belum pernah merasai saat ini, bersegeralah.. kerana saat kematian semakin menghampiri perjalanan hidup ini, sebagaimana senjanya hari.. demikianlah usia ini semakin senja dari kehidupan.. rakaman indah anak anak Maahad Tahfiz An-Nabawi Shah Alam bersolat isyak semalam..”.



Rajah 4.1. Entri UAD / 12 Januari 2016

Berdasarkan entri bertarikh 12 Januari 2016, terdapat dua tempat yang merujuk kepada ibadah khusus, iaitu “sujud kepadaNya” yang bermaksud solat dan perkataan “solat” itu sendiri. Solat merupakan salah satu ibadah khusus yang diwajibkan kepada umat Islam. Pendakwah ini juga turut menyertakan gambar untuk memberi gambaran lebih jelas berkaitan teks yang dihasilkan. Entri yang dihasilkan pada tarikh ini merupakan satu-satunya mesej yang dapat dikategorikan sebagai ibadah khusus yang digarap oleh pendakwah ini dalam bulan Januari 2016. Manakala, selebihnya pula dapat dikategorikan sebagai mesej dakwah Islamiah berbentuk ibadah umum. Contoh ibadat umum seperti entri-entri berikut:



Rajah 4.2. Entri UAD / 01 Januari 2016 (1st)

“Menjelang maghrib di Port Dickson, bergegas ke surau Taman Desa untuk ceramah maulid malam ini, teman teman yang berada di sekitar, jom kita disini.. Rumah Allah..”.



Rajah 4.3. Entri UAD / 02 Januari 2016 (3rd)

“Saya kerap ke masjid, melihat pemandangan yang indah, mereka yang sujud kepadaNya, kemudian santai2 sesama mukmin, berukhuwwah dan bertanya khabar sesama mukmin, saat yang indah dan melapangkan dada mendengar kuliah dan ceramah dari para alim ulamak, memandu perjalanan hidup, jika kalian belum pernah merasai saat ini, bersegeralah.. kerana saat kematian semakin menghampiri perjalanan hidup ini, sebagaimana senjanya hari.. demikianlah usia ini semakin senja dari kehidupan.. rakaman indah anak anak Maahad Tahfiz An-Nabawi Shah Alam bersolat isyak semalam..”.



Rajah 4.4. Entri UAD / 12 Januari 2016

Mesej-mesej di atas menyentuh aspek berkaitan dengan ilmu, iaitu dengan mengajak audiens untuk turut serta menuntut ilmu dan berkaitan kepentingan ilmu. Hal ini dapat dilihat melalui beberapa ayat yang digarap oleh pendakwah tersebut seperti “menadah kitab bersama”, “ceramah maulid” dan “bersimpuh di majlis ilmu”. Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani juga turut menyertakan infografik (Rajah 4.2) dan gambar dalam entri di atas bagi memberi penjelasan dan perincian terhadap teks yang dipaparkan. Selain itu, pendakwah tersebut juga turut menggarap mesej dakwah Islamiah yang menyentuh hal-hal berkaitan dengan doa, zikir, selawat, al-Quran, aurat, taubat, kematian, iman, redha ibu bapa, syukur dan sabar. Kesemua mesej-mesej tersebut merupakan mesej yang dapat dikategorikan sebagai ibadah umum.

Selain itu, halaman Facebook Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani juga turut memaparkan mesej yang berkaitan dengan munakahat. Antara entri yang dikategorikan sebagai munakahat ialah seperti berikut:

“Kemarahan yang melampau tidaklah dilambangkan kehebatan, namun iakan menjadi simbol kekalahan. kekalahan kepada hawa nafsu dan syaitan yang menguasai, manakala si pembengis itu hanyalah 'terjelepek' kelemahan, walaupun badannya tegap mendada kesombongan. Alahai suami, kalian tidak hebat dengan menengking dan berkata besar terhadap isteri jika saat itu kalian bersalut kemarahan dan kekejian, sebaliknya bertenanglah disaat syaitan itu mula berlari di saluran darah kemarahan. Para ketua, kalian tidaklah dilihat 'ketua', disaat kemarahan, namun berlapanglah dada menenangkan agar syaitan itu tidak dapat menguasai kesempatan yang dirancang untuk menghumban kelembah kehinaan..*nasihat diri saat melihat seorang suami menengking isteri di hadapan khalayak mata memandang*”.

Rajah 4.5. Entri UAD / 06 Januari 2016

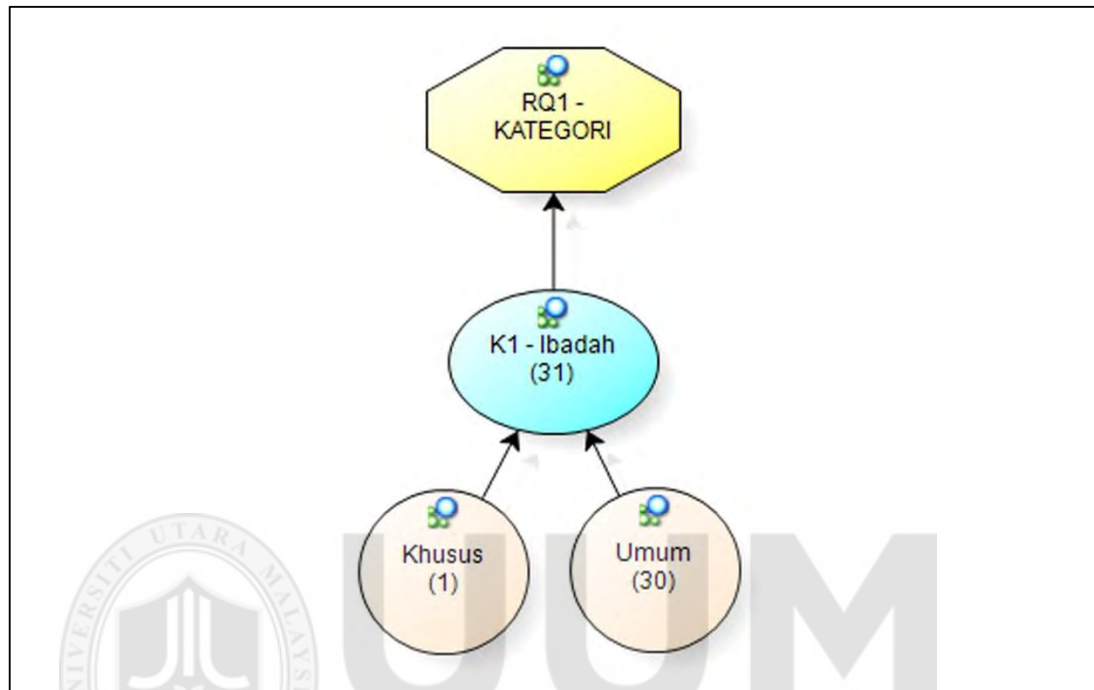


Rajah 4.5. (Sambungan)

Entri bertarikh 6 Januari 2016 di atas merupakan salah satu entri yang dikategorikan sebagai munakahat yang memerihalkan berkaitan dengan selepas nikah. Hal ini dapat dirujuk melalui ayat “Alahai suami, kalian tidak hebat dengan menengking dan berkata besar terhadap isteri...”. Suami dan isteri hanya akan wujud apabila berlakunya pernikahan melalui ijab dan qabul. Oleh itu, entri ini dikategorikan sebagai munakahat. Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani juga menyertakan gambar sebagai menjelaskan lagi berkaitan teks yang dihasilkan.

Secara kesimpulannya, halaman Facebook milik Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani hanya memaparkan mesej dakwah Islamiah yang dikategorikan sebagai ibadah dan munakahat sahaja. Pemilik akaun ini tidak menghasilkan mesej yang dapat dikategorikan dalam muamalat dan jinayat. Pendakwah ini lebih memberikan fokus terhadap mesej ibadah yang berbentuk umum, iaitu lebih cenderung menyentuh berkaitan dengan ilmu. Rajah 4.6 menunjukkan pemetaan pengkategorian mesej

dakwah Islamiah yang dihasilkan oleh Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani dalam halaman Facebook miliknya.



Rajah 4.6. Pemetaan Kategori Mesej Dakwah Islamiah Dalam Halaman Facebook Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani

4.3.2 Ustaz Sharhan Shafie

Halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie turut menghasilkan mesej dakwah Islamiah yang dapat dikategorikan berdasarkan ilmu fiqh. Antara entri dalam halaman Facebook milik pendakwah ini yang dikategorikan sebagai ibadah khusus ialah:

“Azab Wanita & Lelaki yang Meninggalkan Solat Fardhu”.



Azab Wanita & Lelaki yang Meninggalkan Solat Fardhu
Mari muhasabah diri, mari jadikan diri kita takut pada azab Allah. Apa akan terjadi bila kita meninggalkan solat fardhu yang wajib ke atas kita? Sabda
ISLAMITUINDAH.MY

Rajah 4.7. Entri USS / 27 Januari 2016 (1st)

“Tatkala perceraian, ramai yang kembali kepada agama asal”.



Tatkala perceraian, ramai yang kembali kepada agama asal
Islam itu agama yang indah. Tiada siapa yang mampu menyangkal akan kebenarannya. Kali ini saya akan berkongsi satu isu kekeluargaan iaitu Tatkala
ISLAMITUINDAH.MY

Rajah 4.8. Entri USS / 01 Januari 2016 (1st)

Mesej dakwah Islamiah pada tarikh 27 Januari 2016 (1st) menyentuh perihal solat yang merupakan ibadah khusus yang wajib dilaksanakan bagi setiap orang yang beragama Islam. Manakala mesej kedua berkaitan syahadah yang dihasilkan pada tarikh 01 Januari 2016 (1st) juga dapat dikategorikan sebagai ibadah khusus. Mesej ini melibatkan syahadah apabila ia berkaitan dengan pertukaran agama atau murtad. Hal ini kerana, dalam Islam syahadah adalah perkara pertama yang perlu dilakukan sebagai tanda seseorang itu memeluk Islam dan syahadahnya juga terbatal apabila murtad.

Maka, apabila seseorang itu kembali kepada agama asal atau murtad, dia perlu melafazkan syahadah semula untuk kembali sebagai seorang yang beragama Islam.

Ustaz Sharhan Shafie turut menyertakan pautan terus ke laman web yang berkaitan bagi melengkapkan dan memberi perincian terhadap mesej yang dihasilkan.

Selain itu, halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie juga memasukkan entri mesej yang dikategorikan sebagai ibadah umum. Antara entri tersebut ialah:



Rajah 4.9. Entri USS / 01 Januari 2016 (2nd)



Rajah 4.10. Entri USS / 02 Januari 2016

“Pendinding Di Hutan”.

Berikut adalah bacaan ketika kita hendak masuk ke hutan atau sekitarnya kita membuat khemah di dalam hutan, kita ‘pagarkan khemah tersebut dengan ayat-ayat suci di bawah:

- 1) Al-Fatihah
- 2) Ayatul Qursi
- 3) Basmilah S
- 4) 3 Qul (niat pendinding)

- Surah Al-Kahf
- Surah Al-Falaq
- Surah An-Nasa

بِسْمِ اللَّهِ الَّذِي لَا يَضُرُّ مَعَ اسْمِهِ شَيْءٌ فِي الْأَرْضِ وَلَا فِي السَّمَاءِ وَهُوَ الْمُبْتَلِغُ الْعَلِيمُ

Maksudnya: Dengan Nama Allah yang dengan namanya tidak akan memberi mudharat apa pun yang ada di bumi dan di langit dan Pualah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui. (Kawatir Tirmadzi & Abu Daud)
Dalam Sunan at-Tirmidzi dikatakan: “Sesapa yang pada waktu pagi dan petang membaca doa ini sebanyak tiga kali, maka ia tidak akan ditimpa keburukan pada hari itu.

أَعُوذُ بِكَلِمَاتِ اللَّهِ التَّامَّاتِ مِنْ شَرِّ مَا خَلَقَ

Maksudnya: Aku berlindung dengan kalimat-kalimat Allah yang sempurna daripada keburukan makhluk. (Kawatir & Muslim)

Rajah 4.11. Entri USS / 13 Januari 2016

Pendakwah juga menyertakan infografik dan pautan terus ke laman web yang berkaitan dengan mesej bagi memberi lebih penjelasan dan perincian. Selain dari entri di atas, entri pada 25 Januari 2016 dan 31 Januari 2016 (2nd) juga merupakan antara mesej yang dapat dikategorikan sebagai ibadah umum. Halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie turut memfokuskan mesej yang berkaitan dengan perubatan Islam dalam entri-entri tersebut. Hal ini dapat dilihat melalui ayat dan perkataan yang dirujuk berkaitan perubatan Islam seperti sihir, pendinding diri dan santau. Selain itu, pendakwah ini juga mengirimkan mesej ibadah umum yang berkaitan dengan doa di halaman Facebook miliknya. Pelbagai perihal berkaitan dengan doa disentuh seperti doa untuk diri sendiri pada 24 Januari 2016 (1st) dan doa untuk orang lain 28 Januari 2016 (1st). Bagi mesej yang dikategorikan sebagai ibadah umum, Ustaz Sharhan Shafie turut memaparkan mesej yang berkaitan dengan aurat wanita, al-Quran, zikir, selawat, iman serta makan dan minum.

Di samping itu, halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie juga menghasilkan mesej dakwah Islamiah yang dapat dikategorikan sebagai muamalat. Antara entri yang dapat dikategorikan sebagai muamalat ialah:



Rajah 4.12. Entri USS / 01 Januari 2016 (2nd)

Perkataan “perniagaan” dalam entri di atas jelas dapat dirujuk sebagai urusan yang melibatkan jual beli. Perniagaan yang merupakan sebahagian dari jual beli termasuk dalam kategori muamalat. Bagi memberi lebih penjelasan dan perincian, pendakwah turut menyertakan pautan terus ke laman web berkaitan mesej yang dipaparkan.

Seterusnya, halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie turut menggarap mesej yang dapat dikategorikan sebagai munakahat. Terdapat beberapa entri yang memerihalkan hal berkaitan munakahat, antaranya seperti entri berikut:

“Satu agenda yang besar dalam kitaran hidup manusia. Jodoh juga adalah pelengkap untuk kesejahteraan dan tuntutan fitrah manusia normal yang dicipta oleh Allah. IndahNya Islam yang mensyariatkan perkahwinan yakni ikatan dan persetujuan antara dua makhluk, iaitu wanita dan lelaki secara sah di sisi syarak dan undang-undang yang memang secara azalnya saling memerlukan. Tatkala terciptanya Adam arakian juga diciptakan Allah akan Hawa.

Baca lagi -> <http://www.islamituindah.my/doa-bertemu-jodoh-untuk-wanita>”.



Rajah 4.13. Entri USS / 24 Januari 2016 (1st)

“Cara Mudah Untuk Mendapatkan Zuriat – Ustaz Sharhan Shafie”.



Rajah 4.14. Entri USS / 06 Januari 2016

Mesej yang digarap pada tarikh 24 Januari 2016 (1st) dan 30 Januari 2016 (2nd) menyentuh perihal berkaitan sebelum pernikahan. Perkara ini dapat dilihat melalui

perkataan “jodoh” dan “pertunangan” yang merupakan suatu urusan sebelum sesuatu pernikahan itu berlangsung. Manakala, mesej yang memperkatakan perihal selepas pernikahan pula dapat dilihat pada tarikh 6 Januari 2016, 11 Januari 2016 dan 30 Januari 2016 (3rd) yang mana pendakwah memerihalkan aspek berkaitan keluarga dan anak. Kedua-dua mesej di atas disertakan pautan terus ke laman web berkaitan mesej yang dipaparkan bagi memberi lebih penjelasan dan perincian kepada audiens.

Selanjutnya, mesej yang dikategorikan sebagai jinayat juga turut dihasilkan oleh Ustaz Sharhan Shafie. Entri yang memaparkan mesej berkaitan jinayat ialah:



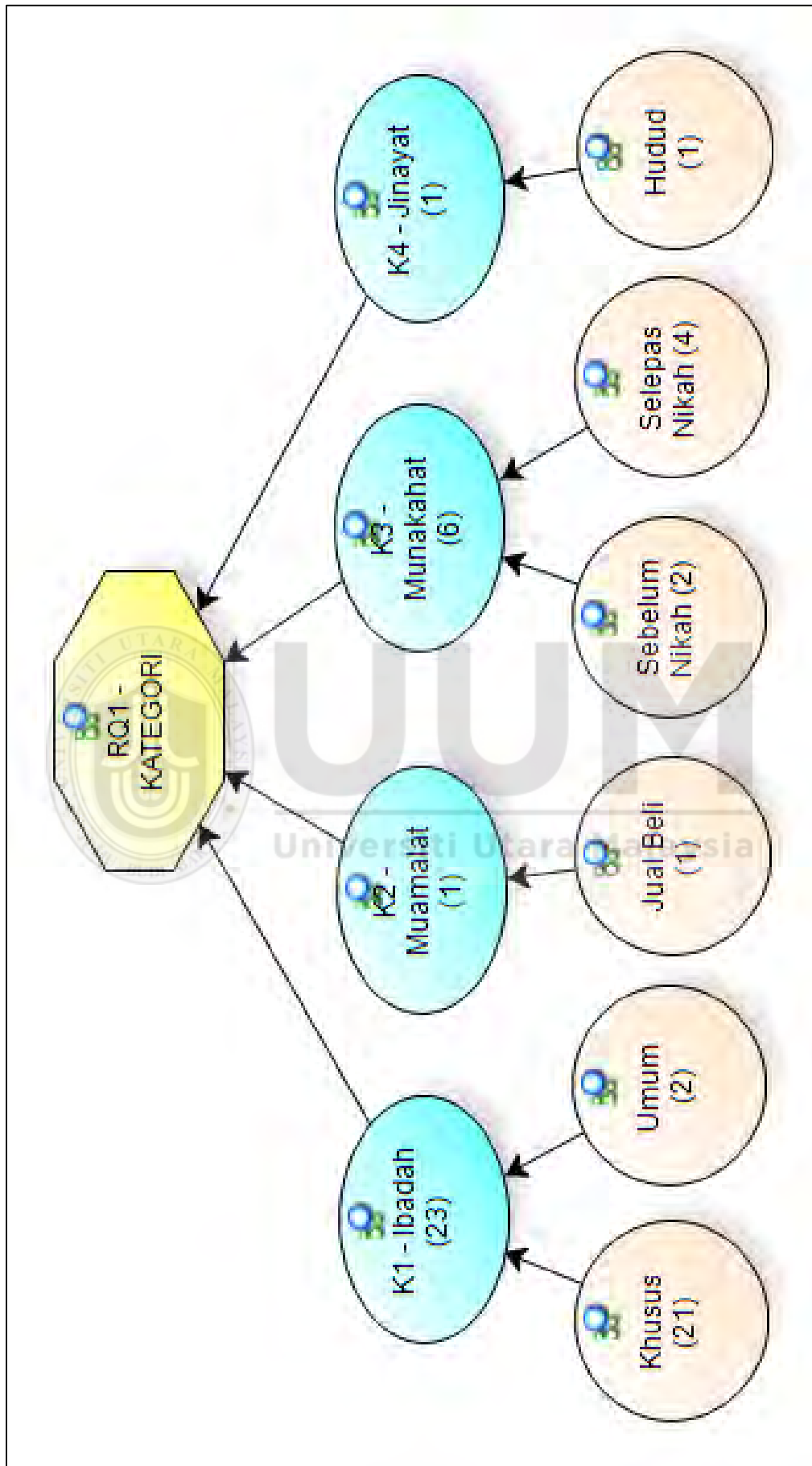
Rajah 4.15. Entri USS / 01 Januari 2016 (1st)

Entri di atas dikategorikan sebagai jinayat kerana mempunyai ayat "...kembali kepada agama asal" yang membawa maksud murtad atau keluar daripada agama Islam. Dalam Islam, apabila seseorang itu murtad, individu tersebut perlu dikenakan hukuman hudud, iaitu dengan membunuhnya sebagai memberi pengajaran kepada masyarakat agar tetap kekal dalam agama Islam walau apa pun yang berlaku. Pendakwah ini turut

menyertakan pautan terus ke laman web berkaitan bagi melengkap dan memperincikan berkaitan teks yang digarap.

Secara kesimpulannya, Ustaz Sharhan Shafie menggarap empat kategori mesej dakwah Islamiah yang dikirim melalui halaman Facebook miliknya, iaitu ibadah, muamalat, munakahat dan jinayat. Pendakwah ini lebih memfokuskan terhadap mesej yang dikategorikan sebagai ibadah umum yang menyentuh perihal doa dan perubatan Islam. Rajah 4.16 menunjukkan pemetaan pengkategorian mesej dakwah Islamiah yang dihasilkan oleh Ustaz Sharhan Shafie dalam halaman Facebook miliknya.





Rajah 4.16. Pemetaan Kategori Mesej Dakwah Islamiah dalam Halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie

4.3.3 Dr. Mohd Asri Zainul Abidin

Dr. Mohd Asri Zainul Abidin melalui halaman Facebook miliknya yang didaftarkan sebagai Dr.MAZA.com turut mengirim mesej dakwah Islamiah yang dapat dikategorikan dari sudut ilmu fiqh. Entri yang bertarikh 9 Januari 2016 di bawah merupakan mesej yang dapat dikategorikan sebagai ibadah khusus.



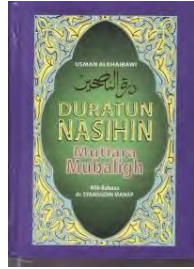
Rajah 4.17. Entri Dr.MAZA / 09 Januari 2016

Entri di atas secara jelas menyebut perkataan “solat” yang merupakan ibadah khusus bagi umat Islam. Oleh itu, entri tersebut merupakan mesej yang dikategorikan sebagai ibadah khusus berdasarkan ilmu fiqh. Pendakwah ini juga memaparkan video untuk memberi perincian dan melengkapkan berkaitan mesej yang dihasilkan.

Sementara itu, entri yang memerihalkan perkara berkaitan ibadah umum pula dapat ditemui dalam entri-entri berikut:

“Kitab Duratun Nasihin sering digunakan oleh sebahagian penceramah. Di dalam kitab ini banyak hadis-hadis palsu lagi batil yang merosakkan imej agama. Ini seperti riwayat palsu kononnya daripada 'Ali bin Abi Talib bahawa malaikat yang menanggung 'Arasy itu ada 4 wajah dan kaki mereka di atas batu di bumi yang ke tujuh. Ini semua batil dan tiada munasabah. Tiada asas sanad yang sah dan rekaan orang-orang yang tidak jelas akal fikirannya.

Hendaklah pembaca dan penceramah berhati-hati dengan kitab ini.”.



Rajah 4.18. Entri Dr.MAZA / 05 Januari 2016

“Setiap sesuatu dalam urusan kehidupan dunia adalah dibolehkan sehingga ada dalil sebaliknya.”.



Rajah 4.19. Entri Dr.MAZA / 06 Januari 2016 (1st)

Kedua-dua mesej yang digarap pada tarikh di atas dapat dikategorikan sebagai ibadah umum yang menyentuh tentang ilmu. Kiriman yang dibuat pada tarikh 5 Januari 2016 menyebut “hadis-hadis palsu” yang terdapat dalam “Kitab Duratun Nasihin”. Ayat ini jelas membawa maksud ilmu yang mana pembaca dan penceramah perlu mempunyai

ilmu pengetahuan berkaitan hadis untuk membezakan antara hadis benar dan palsu. Pendakwah ini turut memaparkan gambar berkaitan dengan teks bagi memberi penjelasan dan perincian kepada audiens. Manakala, kiriman yang dibuat pada tarikh 6 Januari 2016 (1st) juga berkaitan dengan ilmu yang mana perkataan “dalil” merujuk kepada al-Quran, hadis dan ijma’. Suhaimi dan Ahmad Hazim (2008) mengatakan bahawa dalil utama dalam Islam ialah al-Quran dan hadis serta ijma’ ulama. Dr. Mohd Asri Zainul Abidin juga turut memuatnaik video bagi memberi penjelasan dan perincian terhadap penulisan yang dihasilkan.

Kemudian, halaman Facebook Dr. Mohd Asri Zainul Abidin turut menyentuh aspek berkaitan doa bagi kategori mesej ibadah umum seperti entri berikut:

“Apapun masalah yang ada, menziarahi orang sakit dan berhubungan baik sesama muslim dan insan adalah sesuatu yang terpuji. Kita memuji perkara yang baik dan kita menyatakan perbezaan kepada yang sebaliknya. Urusan yang lain itu terserah kepada Allah. DIA lebih tahu hakikat hamba-hambaNYA. Kita memohon hidayah untuk diri kita dan untuk semua.”



Rajah 4.20. Entri Dr.MAZA / 13 Januari 2016

“Doa agar kita diberikan hidayah..”.



Rajah 4.21. Entri Dr.MAZA / 23 Januari 2016 (1st)

Ayat “memohon hidayah” yang terdapat dalam mesej bertarikh 13 Januari 2016 merujuk kepada doa, iaitu permintaan manusia terhadap Allah. Pendakwah ini turut menyertakan gambar untuk melengkapkan penerangan teks yang dipaparkan. Manakala, kiriman yang dibuat pada 23 Januari 2016 (1st) pula dengan jelas terdapat perkataan “doa”. Di samping itu, pendakwah ini juga turut menyentuh perihal berkaitan dengan al-Quran, amanah, silaturrahim dalam masyarakat, pelampau agama dan zikir bagi kategori mesej ibadah umum.

Seterusnya, halaman Facebook Dr. Mohd Asri juga menggarap mesej yang berkaitan dengan kategori muamalat. Antara entri yang dikategorikan sebagai muamalat ialah:

“Sesiapa yang memiliki wang tidak patuh Syariah, bolehlah menyalurkan ke tabung ini. Ia akan diuruskan ke saluran yang sewajarnya, in sha Allah.”.

Rajah 4.22. Entri Dr.MAZA / 04 Januari 2016



Rajah 4.22. (Sambungan)



Rajah 4.23. Entri Dr.MAZA / 10 Januari 2016

Perkataan “perniagaan” yang terdapat dalam mesej yang bertarikh 10 Januari 2016 dapat dirujuk sebagai suatu urusan yang melibatkan jual beli. Video turut disertakan dalam entri tersebut bagi menjelaskan mesej yang disampaikan. Selain itu, mesej yang bertarikh 4 Januari 2016 pula dapat dikategorikan sebagai muamalat berkaitan dengan pemilikan. Hal ini dapat dilihat melalui ayat “memiliki wang” yang jelas bermaksud milik atau hak seseorang.

Akhir sekali, mesej yang memaparkan berkaitan jinayat juga turut ditemui dalam entri halaman Facebook milik Dr. Asri Mohd Zainul Abidin. Entri tersebut ialah:

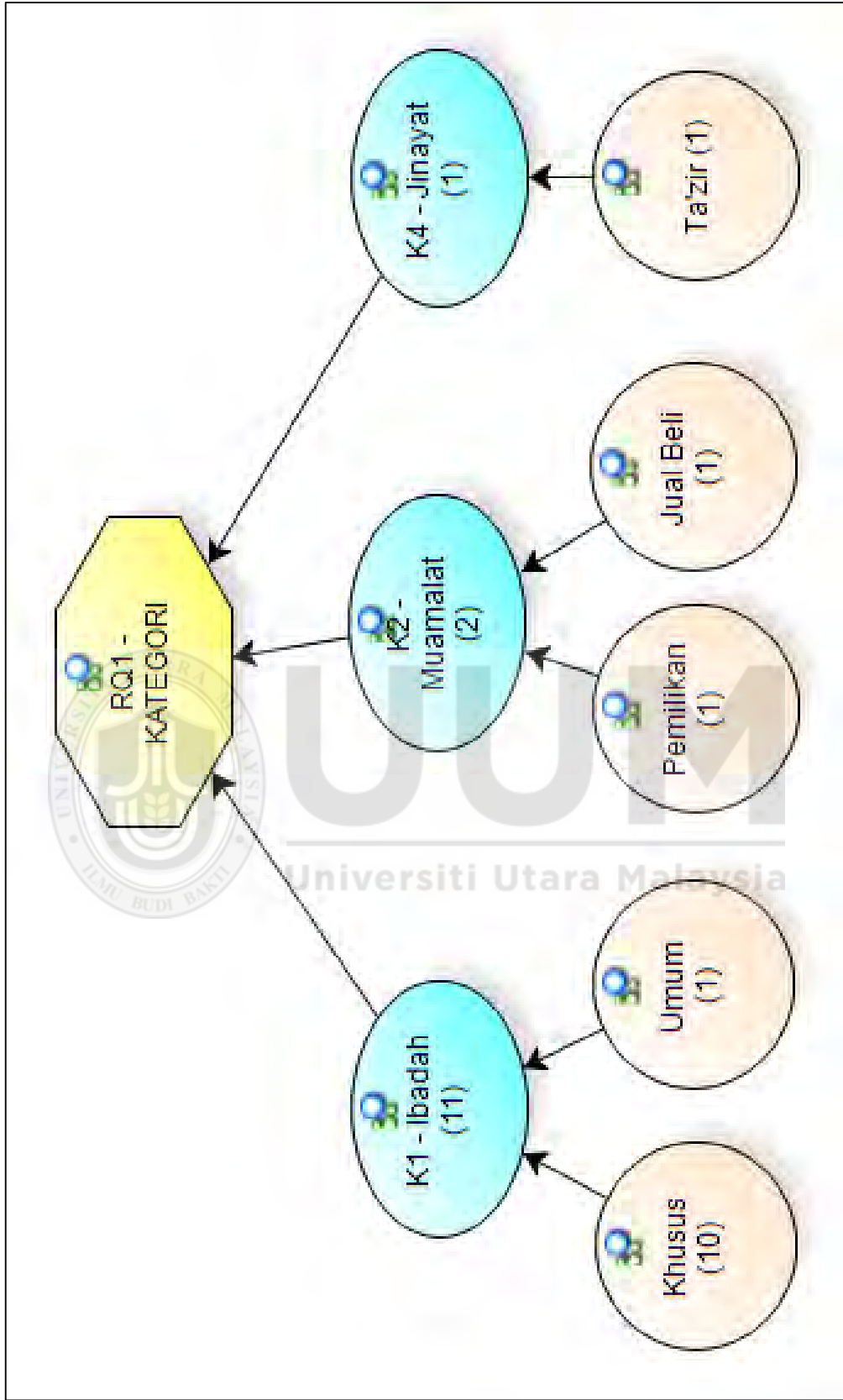
“Seorang remaja 14 tahun dilaporkan telah berbohong bahawa dia telah diculik padahal itu perancangannya dengan teman lelakinya. Dia dikatakan hanya ingin mengelirukan ibubapanya. Rakaman suara dia diculik telah menjadi viral dan menarik simpati ramai pihak. Perasaan takut, bimbang dan simpati mengiringi cerita tipu itu.

Teknik berbohong dan menipu untuk mengelirukan pihak lain nampaknya telah dikuasai oleh rakyat semuda itu. Siapakah yang mengajar teknik pembohongan dan penipuan sebegini?”

Rajah 4.24. Entri Dr.MAZA / 01 Januari 2016 (2nd)

Mesej yang bertarikh 1 Januari 2016 (2nd) ini mempunyai perkataan “diculik” yang mana ia merujuk kepada satu jenayah ta’zir. Hukuman yang dikenakan terhadap mereka yang terlibat dengan jenayah culik atau dikategorikan sebagai ta’zir bergantung kepada pihak mahkamah. Walaupun dalam mesej ini kejadian culik hanyalah satu rekaan. Namun, apa yang menjadi fokus dalam penyelidikan ini ialah perkara atau isu yang dibangkitkan oleh pendakwah dalam setiap mesej yang digarap oleh pendakwah tersebut.

Secara kesimpulannya, halaman Facebook Dr. Mohd Asri Zainul Abidin menghasilkan tiga kategori mesej dakwah Islamiah, iaitu ibadah, muamalat dan jinayat. Kategori mesej ibadah umum merupakan fokus utama halaman Facebook ini dengan membuat kiriman berkaitan pelbagai perkara tanpa memfokuskan terhadap sesuatu perkara atau isu. Rajah 4.26 menunjukkan pemetaan pengkategorian mesej dakwah Islamiah yang dihasilkan oleh Dr.MAZA.com dalam halaman Facebook miliknya.



Rajah 4.25. Pemetaan Kategori Mesej Dakwah Islamiah Dalam Halaman Facebook Dr. Mohd Asri Zainul Abidin

4.3.4 Dr. Zaharuddin Abd Rahman

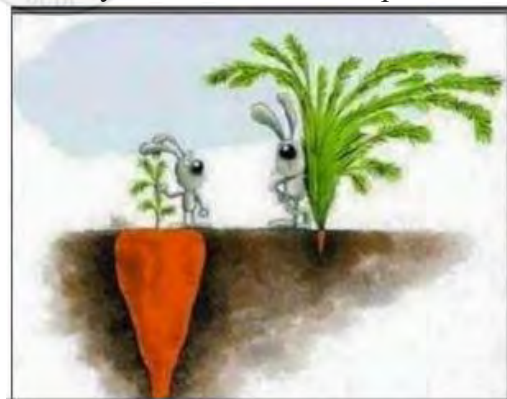
Halaman Facebook Dr. Zaharuddin Abd Rahman juga membuat kiriman mesej dakwah Islamiah yang dapat dikategorikan dari sudut ilmu fiqh. Mesej berkaitan ibadah merupakan antara kiriman yang dibuat oleh pendakwah ini. Antara entri yang memerihalkan berkaitan ibadah khusus ialah:

“Ramai manusia mengukur kejayaan dengan banyaknya harta dan kekayaan yang terzahir, namun kejayaan sebenar adalah meninggalkan dunia ini dengan kemampuan mengucapkan kalimah La Ilaha Illa Allah & banyaknya ‘simpanan akhirat’. Kemampuan & simpanan akhirat itu bakal diperolehi dengan berterusannya amal dan ikhlas. Sama-sama kita bermujahadah setiap detik dan hari kerana penamat umur tidak diketahui bila dan dimana.

Nabi bersabda :

لَقُوا مَوْتَكُمْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ ، فَإِنْ مَن كَانَ آخِرَ كَلِمَتِهِ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ عِنْدَ الْمَوْتِ دَخَلَ الْجَنَّةَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ ، وَإِنْ أَصَابَهُ قَلْبٌ ذَلِكَ بِمَا أَصَابَهُ

Ertinya : Ajarkan orang nazak di antara kamu akan kalimah La Ilaha Illa Allah, kerana sesungguhnya sesiapa yang akhir kalamnya La Ilaha Illa Allah pasti akan masuk syurga.”



Rajah 4.26. Entri UZAR / 05 Januari 2016 (1st)

“Penceraian yang terhasil akibat perkara remeh biasanya lahir dari perkara yang besar iaitu, suami isteri tidak solat dan TIDAK mencantikkan amalan FARDHU, GERSANG PULA DARI AMALAN SUNAT, akhirnya

Hati seperti kosong,

Nafsu kuasai diri,

Minda hanya pentingkan dan fikir tentang diri,

Apa yang baik terhibab yang buruk terzahir,

Nafsu amarah meningkat sukar dikawal,

Emosi tenggelami rasional,

Hati hilang rasa puas,

Tiada syukuri nikmat hanya kufuri,

Kehidupan hilang berkat lalu hal remeh terlihat besar sehingga memutuskan ikatan pernikahan.

Ditambah pula lagi dengan KURANG ilmu komunikasi sama ada pada salah seorang pasangan atau keduanya, juga KURANG MENJAGA ELEMEN kufu' dan lain-lain lagi. Akhirnya penceraian berlaku sama ada dari sebab hati yang sakit kerohaniannya atau sakit mentaliti dan fizikal yang majoritinya berpunca dari hati bermasalah.

Nauzubillah min zalik..moga sakinah, mawaddah dan rahmah mampu dimiliki kita semua. Namun ia perlukan ilmu, amal, ikhlas dan terus usaha.”

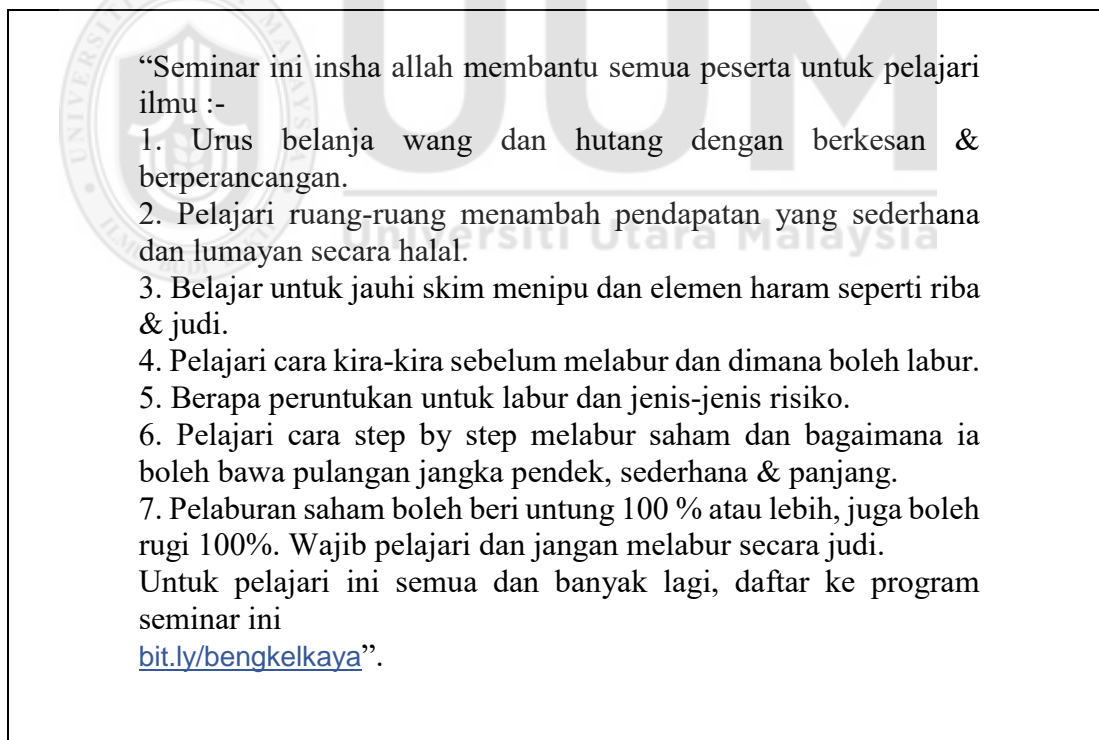


Rajah 4.27. Entri UZAR / 13 Januari 2016(2nd)

Entri pada 5 Januari 2016 (1st) dikategorikan sebagai mesej ibadah khusus kerana mesej ini menyebut berkaitan syahadah, iaitu melalui ayat “La Ilaha Illa Allah”. “La Ilaha Illa Allah” merupakan lafaz syahadah yang dikategorikan sebagai ibadah khusus. Pendakwah ini turut menyertakan gambar bagi melengkapkan teks yang dipaparkan.

Manakala mesej ibadah khusus berkaitan solat pula ditemui dalam entri bertarikh 13 Januari 2016 (1st). Hal ini jelas kelihatan apabila terdapat perkataan “solat” dalam entri tersebut yang merupakan salah satu ibadah khusus. Gambar keratan akhbar turut disertakan oleh pendakwah bagi melengkapkan dan memperincikan teks yang dipaparkan.

Seterusnya, entri mesej dakwah Islamiah yang memerihalkan perkara berkaitan ibadah umum juga dihasilkan oleh halaman Facebook Dr. Zaharuddin Abd Rahman. Antara entri tersebut ialah:



“Seminar ini insha allah membantu semua peserta untuk pelajari ilmu :-

1. Urus belanja wang dan hutang dengan berkesan & berperancangan.
2. Pelajari ruang-ruang menambah pendapatan yang sederhana dan lumayan secara halal.
3. Belajar untuk jauhi skim menipu dan elemen haram seperti riba & judi.
4. Pelajari cara kira-kira sebelum melabur dan dimana boleh labur.
5. Berapa peruntukan untuk labur dan jenis-jenis risiko.
6. Pelajari cara step by step melabur saham dan bagaimana ia boleh bawa pulangan jangka pendek, sederhana & panjang.
7. Pelaburan saham boleh beri untung 100 % atau lebih, juga boleh rugi 100%. Wajib pelajari dan jangan melabur secara judi.

Untuk pelajari ini semua dan banyak lagi, daftar ke program seminar ini bit.ly/bengkelkaya”.

Rajah 4.28. Entri UZAR / 06 Januari 2016 (2nd)



Rajah 4.28. (Sambungan)

“Di akhirat kelak, terdapat mereka yang dikumpulkan di padang mahsyar untuk pengadilan dalam keadaan BUTA & DIAZAB, lalu mereka bertanya :
 "wahai Tuhan, mengapa kami dikumpul dalam buta sedang kami dahulunya (di dunia) celik mata?
 Lalu Allah swt menjawab :
 "KERANA DAHULU telah sampai kepadamu ayat-ayat kami TETAPI engkau telah ABAI dan lupakannya. nescaya kini engkau akan DIABAIKAN". (Surah Toha : 125-126)
 Justeru, masih lagikah kita secara malas atau sengaja atau ingkar mahu mengabaikan kandungan ayat-ayat Allah swt dan RasulNya dalam seluruh aspek kehidupan kita?. Semoga beroleh hidayah taufiq.
 Muhasabah diri”.

Rajah 4.29. Entri UZAR / 02 Januari 2016

“Hari jumaat BANYAKKAN selawat, selawat yang terbaik adalah selawat ibrahimiyyah (yang dibaca di semasa tahiyat akhir).

Pada hari Jumaat juga, terdapat waktu istimewa doa untuk lebih mustajab. Waktunya adalah:-

Pertama : Ketika imam mula duduk di atas mimbar sehingga solat Jumaat.

Kedua : Selepas waktu Asar sebelum Maghrib berdasarkan hadis Nabi :

بَشِّرْ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فِي أَيِّ مَوَاقِفٍ كَانَ إِذَا صَلَّى فِيهَا مِنْكُمْ يَوْمَ الْجُمُعَةِ ، يَلْعَنُ غَيْرَ ذَلِكَ إِلاَّ رَجُلًا مَمْنُونًا

Erti : Hari Jumaat ada 12 bahagian masa yang mana tiada seorang hamba muslim berdoa padanya kecuali akan diberikan (maqbul), maka CARILAH IA di Hujung Waktu Selepas Asar" (hadis riwayat Abu Daud- hadis sohih)

Yakinlah akan dimaqbul doa sewaktu berdoa dan muhasabah diri akan hal yang boleh menggugat kemaqbulan doa seperti harta haram dan dosa-dosa yang belum bertaubat dan istighfar.”.

Rajah 4.30. Entri UZAR / 15 Januari 2016

Kategori mesej ibadah umum melibatkan ilmu menjadi fokus utama Dr. Zaharuddin Abd Rahman. Hal ini jelas kelihatan apabila majoriti entri memerihalkan perkara berkaitan ilmu seperti dalam entri bertarikh 6 Januari 2016 (2nd). Entri pada tarikh tersebut dikatakan sebagai mesej yang memerihalkan perkara berkaitan ilmu melalui perkataan “ilmu” dan “seminar” yang terdapat dalam entri tersebut. Seminar merupakan satu perjumpaan untuk membincangkan dan membahaskan sesuatu isu secara ilmiah dan ini merujuk kepada perkara yang melibatkan ilmu pengetahuan. Infografik juga disertakan bagi melengkapkan teks yang dipaparkan. Sementara itu, entri yang dikirim berkaitan dengan al-Quran pula dapat ditemui pada tarikh 2 Januari 2016 yang turut dikategorikan sebagai ibadah umum. Entri pada tarikh tersebut secara jelas disertakan dengan terjemahan potongan ayat al-Quran dan nombor ayat, iaitu “(Surah Toha: 125-126)”. Selanjutnya, mesej yang dapat dikategorikan sebagai ibadah

umum yang dikirim oleh pendakwah ini turut memerihalkan mengenai hadis. Antara entri tersebut ialah pada 15 Januari 2016 yang secara jelas menyatakan “(hadis riwayat Abu Daud - hadis sohih)”. Dalam pada masa yang sama, perkara berkaitan zikir dan doa juga turut dimasukkan dalam entri tersebut. Hal berkaitan doa jelas kelihatan kerana terdapat perkataan “doa” dalam entri tersebut. Hal berkaitan selawat juga dinyatakan dengan jelas melalui perkataan “selawat” dalam entri tersebut. Hal berkaitan zikir turut diketengahkan dalam entri tersebut melalui perkataan “istighfar”. Zikir bermaksud mengingati Allah dalam apa cara sekalipun termasuklah melalui istighfar yang bererti permohonan ampun manusia kepada Allah.

Kategori berkaitan muamalat juga merupakan salah satu mesej yang dikirim oleh Dr. Zaharuddin Abd Rahman dalam halaman Facebook miliknya. Antara entri tersebut ialah:

“Alf Mubarak diucapkan kepada sahabat baik saya Tuan Hj Waharp, Dato’ Dr Zahazan Mohamed dan family mereka atas kejayaan melancarkan pasar mini halal mereka yang pertama di Saujana Utama. Didoakan ia mendapat sokongan dan dokongan seluruh penduduk di Saujana Utama dan pengilang makanan halal bumiputera.

Saya mendokong penuh usaha mereka..mencipta lebih banyak peluang kerja, pendapatan kepada pembekal & pengilang, menyumbang barang berkualiti tanpa waswas kepada ummat dan meningkatkan jumlah zakat yang bakal dibayar insha Allah.”



Rajah 4.31. Entri UZAR / 24 Januari 2016

Entri bertarikh 24 Januari 2016 merupakan salah satu entri kategori muamalat yang berkaitan syarikat. Mesej ini dikategorikan dibawah syarikat kerana pasar mini yang dibuka merupakan satu perkongsian yang membawa maksud syarikat. Hal ini dapat dilihat melalui ayat “Alf Mubarak diucapkan kepada sahabat baik saya Tuan Hj Waharp, Dato’ Dr Zahazan Mohamed dan family mereka atas kejayaan melancarkan pasar mini halal mereka...”. Entri tersebut juga dikategorikan sebagai muamalat kerana terdapat perkataan “pasar mini” yang merupakan suatu perniagaan melibatkan urusan muamalat. Bagi melengkapkan entri tersebut, pendakwah turut menyertakan gambar yang berkaitan. Dalam pada itu, entri bertarikh 19 Januari 2016 (3rd) pula merupakan salah satu entri yang memerihalkan berkaitan pemilikan dibawah kategori muamalat. Hal ini kerana dalam entri tersebut terdapat ayat “wang peribadi” yang bermaksud milik seseorang individu dan dapat dikategorikan sebagai pemilikan.

Halaman Facebook Dr. Zaharuddin Abd Rahman turut mengirim mesej berkaitan munakahat. Antara entri tersebut ialah:

“Penceraian yang terhasil akibat perkara remeh biasanya lahir dari perkara yang besar iaitu, suami isteri tidak solat dan TIDAK mencantikkan amalan FARDHU, GERSANG PULA DARI AMALAN SUNAT, akhirnya
Hati seperti kosong,
Nafsu kuasai diri,
Minda hanya pentingkan dan fikir tentang diri,
Apa yang baik terhijab yang buruk terzahir,
Nafsu amarah meningkat sukar dikawal,
Emosi tenggelami rasional,
Hati hilang rasa puas,
Tiada syukuri nikmat hanya kufuri,

Rajah 4.32. Entri UZAR / 13 Januari 2016(2nd)

Kehidupan hilang berkat lalu hal remeh terlihat besar sehingga memutuskan ikatan pernikahan.

Ditambah pula lagi dengan KURANG ilmu komunikasi sama ada pada salah seorang pasangan atau keduanya, juga KURANG MENJAGA ELEMEN kufu' dan lain-lain lagi. Akhirnya perceraian berlaku sama ada dari sebab hati yang sakit kerohaniannya atau sakit mentaliti dan fizikal yang majoritinya berpunca dari hati bermasalah.

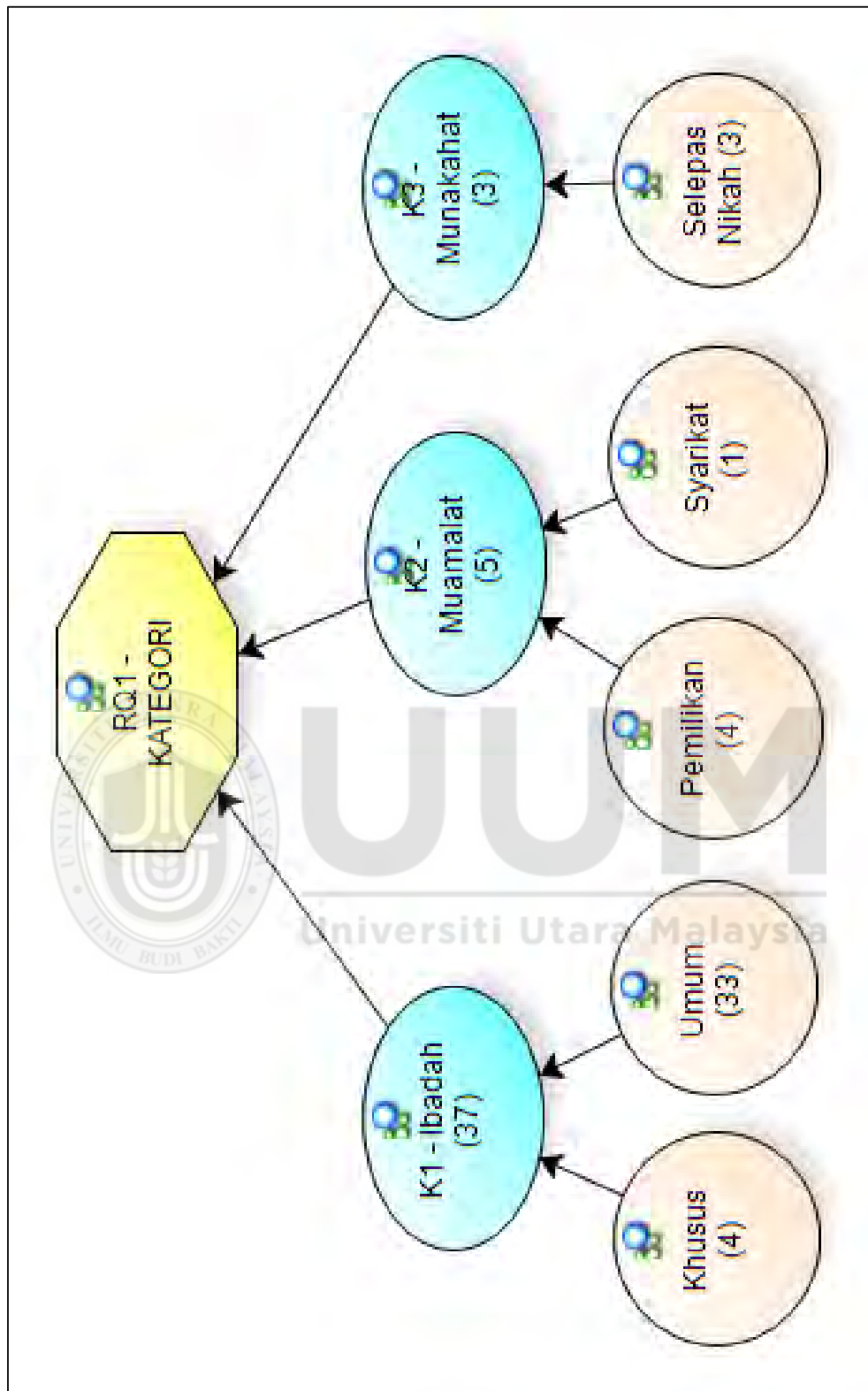
Nauzubillah min zalik..moga sakinah, mawaddah dan rahmah mampu dimiliki kita semua. Namun ia perlukan ilmu, amal, ikhlas dan terus usaha.”



Rajah 4.32. (Sambungan)

Entri di atas dikategorikan sebagai mesej dakwah Islamiah berkaitan munakahat yang membabitkan perkara selepas nikah kerana terdapat perkataan “suami isteri”. Suami isteri hanya wujud apabila berlakunya pernikahan antara lelaki dan perempuan melalui ijab dan qabul. Gambar keratan akhbar turut disertakan oleh pendakwah ini bagi menjelaskan dan melengkapkan teks yang dihasilkan.

Secara keseluruhannya, halaman Facebook Dr. Zaharuddin Abd Rahman hanya membuat kiriman mesej dakwah Islamiah yang dapat dikategorikan sebagai ibadah, muamalat dan munakahat. Majoriti entri dalam halaman Facebook milik pendakwah ini menyebut berkaitan hal ibadah dengan memfokuskan terhadap ilmu. Rajah 4.33 menunjukkan pemetaan pengkategorian mesej dakwah Islamiah yang dihasilkan oleh Dr. Zaharuddin Abd Rahman dalam halaman Facebook miliknya.



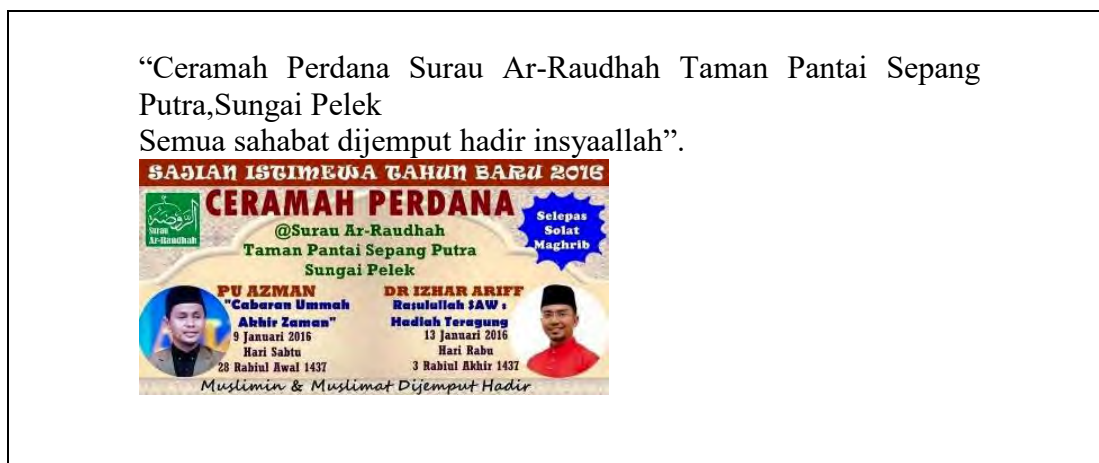
Rajah 4.33. Pemetaan Kategori Mesej Dakwah Islamiah Dalam Halaman Facebook Dr. Zaharuddin Abd Rahman

4.3.5 Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff

Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff melalui halaman Facebook miliknya yang didaftarkan sebagai Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff - Dr.MIA - turut membuat kiriman berkaitan mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook miliknya. Antara mesej dakwah Islamiah yang dapat dikategorikan sebagai ibadah dalam entri halaman Facebook miliknya ialah:



Rajah 4.34. Entri Dr.MIA / 24 Januari 2016 (2nd)



Rajah 4.35. Entri Dr.MIA / 09 Januari 2016

“..Ini merupakan malam terakhir di bumi madinah,Sayu untuk meninggalkan bumi yang penuh dengan peninggalan sejarah dan yang Allah Barakah..Inshaallah esok akan bertolak ke Makkah bagi menyempurnakan umrah bersama para jemaah,Doakan perlindungan dan keselamatan kami semoga kami semua mendapat umrah yang mabrur,Inshaallah..”.



Rajah 4.36. Entri Dr.MIA / 3 Januari 2016 (1st)

Entri yang dikirim pada 24 Januari 2016 (2nd) merupakan satu-satunya entri yang dapat dikategorikan sebagai mesej ibadah khusus. Entri tersebut memerihalkan berkaitan solat apabila secara jelas terdapat perkataan “solat” dalam entri tersebut. Pendakwah ini juga menyertakan video bagi melengkapkan dan memperincikan teks yang dihasilkan. Manakala, antara entri halaman Facebook Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff yang menyebut berkaitan ibadah umum mengenai ilmu ialah pada tarikh 9 Januari 2016. Ayat “Ceramah Perdana” yang merujuk kepada suatu perkongsian atau penyampaian ilmu pengetahuan dapat dikategorikan sebagai ilmu. Infografik disertakan oleh pendakwah ini bagi melengkapkan teks yang digarap Sementara itu, ibadah umum berkaitan doa pula dapat dilihat dalam entri yang dikirim pada 3 Januari 2016 (1st). Mesej yang dihasilkan pada tarikh tersebut secara jelas menyebut berkaitan doa melalui perkataan “doakan” yang terdapat dalam mesej tersebut. Pendakwah ini turut menyertakan gambar untuk melengkapkan mesej yang dipaparkan. Dalam pada masa

yang sama, antara mesej ibadah umum yang turut dihasilakan oleh pendakwah ini ialah berkaitan masjid, solat sunat, umrah, menziarahi perkuburan, dakwah, kerja dan azan.

Selain itu, halaman Facebook Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff turut membuat kiriman mesej dakwah Islamiah yang dapat dikategorikan sebagai muamalat. Antara entri tersebut ialah:



Rajah 4.37. Entri Dr.MIA / 13 Januari 2016

Entri di atas merupakans satu-satunya entri yang berkaitan muamalat secara umum. Mesej tersebut dikategorikan sebagai muamalat kerana terdapat perkataan “ekonomi” yang melibatkan suatu urusan kewangan dan dapat dirujuk sebagai muamalat. Infografik disertakan oleh pendakwah ini bagi melengkapkan mesej yang dipaparkan.

Di samping itu, halaman Facebook milik Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff juga mempunyai mesej yang dapat dikategorikan sebagai munakahat. Entri di bawah merupakan mesej yang dapat dikategorikan sebagai munakahat.

“AMALAN UNTUK PARA ISTERI
TIPS INGIN MEMASTIKAN HARTA SUAMI SEMAKIN
BERTAMBAH DAN BARAKAH?
1. Belanjakan sedikit harta yg dimiliki utk menggembirakan orang lain seperti memberinya kpd ibu bapa sendiri atau mertua. Pemberian tidak terhad, berilah mengikut kemampuan... Gembirakan jiran tetangga dll...
2. Selalu mengingatkan suami supaya mencari rejeki yg halal kerana ia akan dimakan oleh isteri dan anak-anak.
3. Tinggalkan style hidup yg boros. Jika mampu, masak dan makanlah di rumah. Berbelanja dengan berhemah.
4. Lakukan ibadah bersama apabila terdapat kelapangan. Keluarga yg kuat ibadah akan diberkati Allah dlm kehidupannya.
5. Penenang kepada suami di kala dia keletihan mencari nafkah. Jangan dibebani para suami dgn sesuatu yg remeh kerana mereka mempunyai tanggungjawab yg lebih besar dr itu. Kecualilah suami yg sedia ada itu pemalas dan DAYUS.
Gambar hanya sekadar hiasan...”

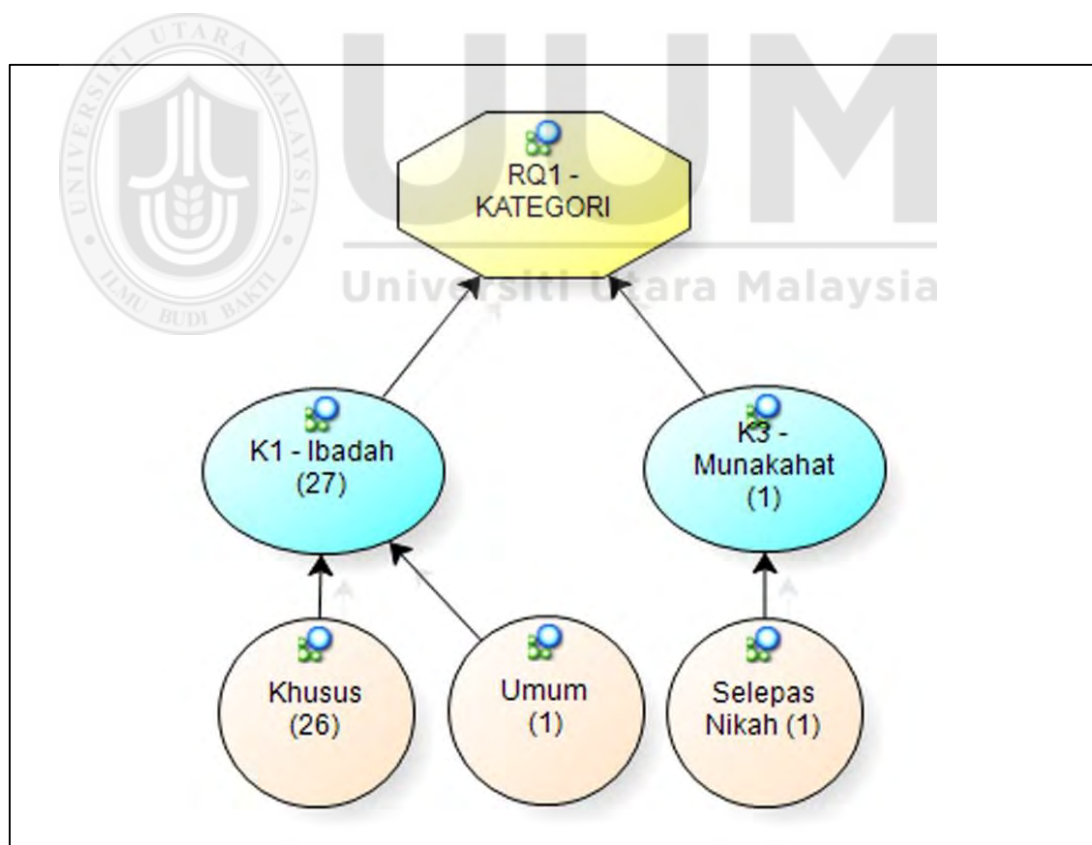


Rajah 4.38. Entri Dr.MIA / 14 Januari 2016 (2nd)

Entri yang dikirim pada tarikh 14 Januari 2016 (2nd) merupakan entri munakahat berkaitan selepas nikah. Hal ini dapat dilihat melalui terdapatnya perkataan “suami”

dan “isteri” dalam entri tersebut. Suami isteri hanya akan wujud apabila terjadinya pernikahan melalui ijab dan qabul. Gambar disertakan dalam entri tersebut oleh Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff bagi melengkapkan teks yang dipaparkan.

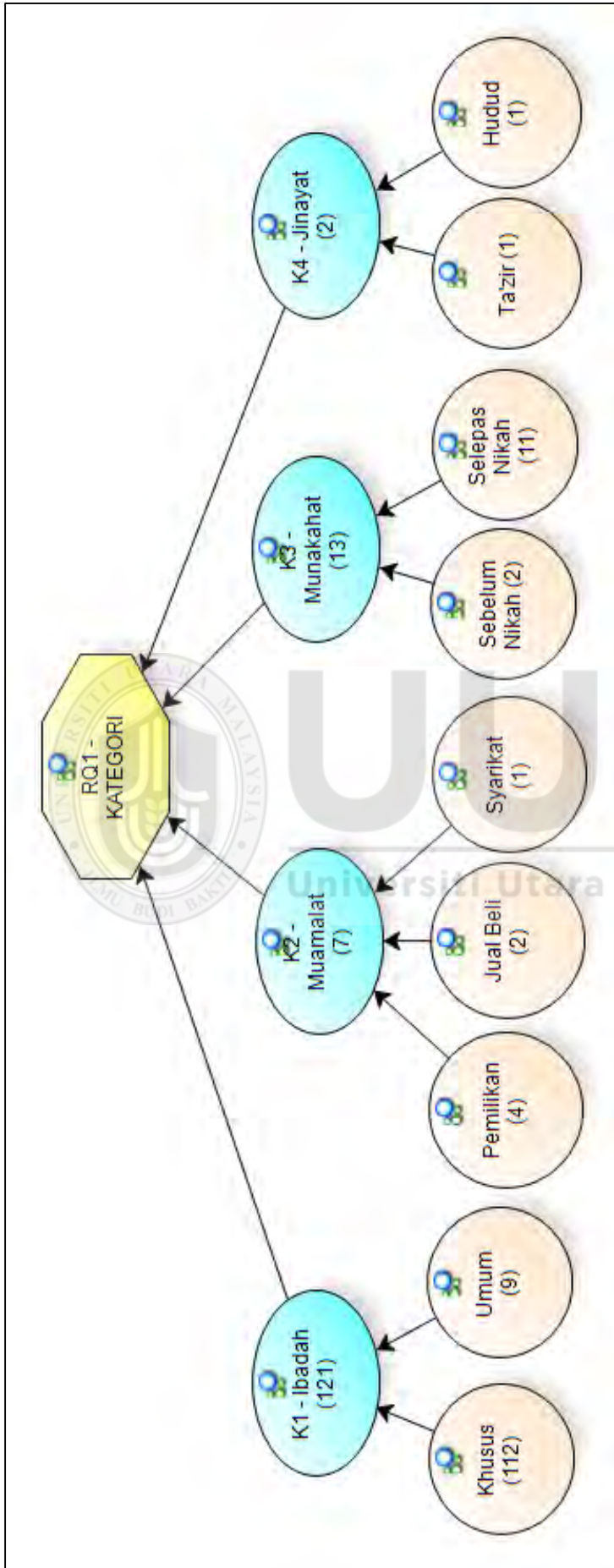
Secara keseluruhannya, mesej dakwah Islamiah yang dikategorikan sebagai ibadah, muamalat dan munakahat ditemui dalam halaman Facebook Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff. Kategori ibadah umum berkaitan ilmu menjadi fokus kiriman pendakwah ini. Rajah 4.39 menunjukkan pemetaan pengkategorian mesej dakwah Islamiah yang dihasilkan oleh Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff dalam halaman Facebook miliknya.



Rajah 4.39. Pemetaan Kategori Mesej Dakwah Islamiah Dalam Halaman Facebook Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff

4.4 Analisis Kategori Mesej dalam Halaman Facebook Pendakwah Terpilih

Analisis yang dilaksanakan terhadap lima halaman Facebook terpilih mendapati setiap pemilik halaman Facebook tersebut mempunyai kecenderungan yang tersendiri dalam membuat kiriman berkaitan kategori mesej dakwah Islamiah. Halaman Facebook Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani memaparkan entri yang hanya dapat dikategorikan sebagai mesej ibadah dan munakahat sahaja. Berbeza pula dengan halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie yang merupakan satu-satunya pendakwah yang memaparkan keempat-empat kategori mesej dari sudut ilmu fiqh, iaitu ibadah, muamalat, munakahat dan jinayat. Manakala, halaman Facebook Dr. Mohd Asri Zainul Abidin hanya memaparkan tiga kategori mesej sahaja, iaitu ibadah, muamalat dan jinayat. Manakala, halaman Facebook Dr. Zaharuddin Abd Rahman dan halaman Facebook Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff pula menghasilkan tiga kategori mesej dakwah Islamiah yang sama, iaitu ibadah, muamalat dan munakahat. Hasil analisis ini menunjukkan setiap pendakwah mempunyai fokus yang tersendiri dalam menggarap mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook masing-masing. Rajah 4.40 menunjukkan pemetaan pengkategorian mesej dakwah Islamiah yang dipaparkan dalam halaman Facebook kelima-lima pendakwah terpilih.



Rajah 4.40. Pemetaan Kategori Mesej Dakwah Islamiah Dalam Halaman Facebook Pendakwah Terpilih

4.5 Perbincangan Kategori Mesej Dakwah Islamiah

Matlamat kajian ini dimulakan dengan meneroka kategori mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook. Walaupun kategori dari sudut ilmu fiqh ini telah ditetapkan pengkategorian dalam Islam seperti yang dibincangkan dalam sorotan karya, namun ia adalah penting untuk dilihat dalam konteks medium yang berbeza, iaitu dalam media sosial berbanding media konvensional. Hal ini kerana, medium yang berbeza bukan sahaja memberikan impak dan implikasi yang berbeza malah fokus setiap pendakwah juga berbeza. Dalam kajian ini, penelitian terhadap lima halaman Facebook yang terpilih (Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani, Ustaz Sharhan Shafie, Dr. Mohd Asri Zainul Abidin, Dr. Zaharuddin Abd Rahman & Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff) selama sebulan (Januari 2016) telah dilaksanakan. Terdapat empat kategori utama hasil penelitian terhadap mesej-mesej yang dipamerkan dalam entri halaman Facebook tersebut. Kategori tersebut adalah ibadah, muamalat, munakahat dan jinayat.

Kajian ini melihat kategori mesej dakwah Islamiah dari perspektif yang berbeza berbanding kajian-kajian lepas kerana penyelidik mengkategorikan mesej dakwah Islamiah berdasarkan perbincangan ilmu fiqh (ibadah, muamalat, munakahat dan jinayat). Sebaliknya, kajian-kajian lepas mengkategorikan mesej dakwah Islamiah berdasarkan elemen atau konsep dakwah Islamiah, iaitu melibatkan hal-hal berkaitan akidah, syariah dan akhlak. Antara sarjana yang mengaplikasikan pengkategorian tersebut dalam penyelidikannya ialah Nursyazrin (2012). Begitu juga kajian oleh Nasruddin (2002) yang melihat tiga elemen tersebut sebagai asas komunikasi Islam. Berbeza pula dengan M.Natsir (1977) yang mengkategorikan risalah-risalah Allah S.W.T. kepada tiga kategori utama, iaitu menyempurnakan hubungan antara manusia

dengan Khaliqnya (*habl min Allah*), menyempurnakan hubungan antara manusia sesama manusia (*habl min al-nas*) serta mengadakan keseimbangan (*tawazun*) antara kedua-dua hubungan tersebut dan melaksanakannya dalam bentuk seiringan.

Justeru itu, hasil yang diperoleh oleh penyelidik adalah berbeza berbanding kajian-kajian lepas disebabkan oleh pengkategorian yang dilaksanakan adalah dari perspektif yang berbeza. Tujuan penyelidik mengkategorikan mesej dakwah Islamiah dari sudut perbincangan ilmu fiqh ini bukan sahaja disebabkan oleh kenyataan Yusuf al-Qaradhawi yang menyatakan bahawa ilmu fiqh adalah suatu ilmu yang luas. Malah, ilmu fiqh ini merangkumi syariat-syariat Islam yang berkembang mengikut arus semasa dan wajib dipelajari oleh setiap muslim kerana kekurangan terhadap ilmu ini akan menyebabkan berlakunya kepincangan dalam pengamalannya (Arief & Salmiah, 2010). Oleh hal yang demikian, penyelidik mengkategorikan mesej dakwah Islamiah berdasarkan perbincangan dari sudut ilmu fiqh. Ia bertujuan agar setiap mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook dapat dilihat dengan lebih jelas terutamanya berkaitan kategori hukum-hakam dalam Islam.

Analisis mendapati majoriti mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook kelima-
lima pendakwah adalah berkaitan dengan ibadah. Ibadah merujuk kepada ketundukkan manusia terhadap Allah S.W.T. meliputi setiap amalan dan tugas harian (rujuk bab 2.4.1 - a) Ibadah). Kebanyakan mesej bagi kategori ini yang dipaparkan dalam entri halaman Facebook membincangkan berkaitan dengan kehidupan seharian. Hasil penelitian juga mendapati mesej-mesej yang dipamerkan dalam entri lebih menjurus kepada hal-hal berkaitan ilmu. Para pendakwah menggalakkan masyarakat untuk turut

serta dalam setiap majlis ilmu terutamanya yang melibatkan pemilik halaman Facebook itu sendiri. Hal ini dapat dilihat dalam halaman Facebook milik Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani, Dr. Zaharuddin Abd Rahman, Dr. Mohd Asri Zainul Abidin (Dr.MAZA.com) dan Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff.

Pemilihan mesej berkaitan ilmu dalam entri halaman Facebook milik para pendakwah ini disebabkan oleh konsep pembelajaran sepanjang hayat yang disarankan oleh Islam. Perkara ini juga bersesuaian dengan satu hadis yang dibincangkan dalam laman web Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (2016) berkaitan ilmu, iaitu:

“Daripada Abu Hurairah RA bahawasanya Rasulullah S.A.W. bersabda, “Sesiapa yang menempuh satu jalan untuk mencari ilmu pengetahuan, maka Allah memudahkan baginya satu jalan untuk menuju ke syurga”.

(Hadis Riwayat Muslim).

Huraian hadis ini membawa maksud bahawa orang yang mempunyai ilmu pengetahuan mempunyai pelbagai kelebihan seperti dapat memberi petunjuk kepada kebaikan serta dapat membezakan antara yang palsu dan benar. Orang yang berilmu juga bukan sahaja dapat memberi faedah kepada dirinya sendiri, tetapi juga kepada masyarakat dan negara. Malah, menurut Zakaria, Noranizah dan Abdul Fatah (2012), kepentingan menuntut ilmu dalam Islam dapat dibuktikan melalui wahyu pertama yang diturunkan kepada Rasulullah S.A.W. dalam surah al-Alaq ayat 1-5 yang bermaksud:

“Bacalah (Wahai Muhammad) dengan nama Tuhanmu Yang Menciptakan (sekalian makhluk), Ia menciptakan manusia dari sebuku darah beku. Bacalah, dan Tuhanmu Yang Maha Pemurah, yang

mengajar manusia melalui pena dan tulisan, ia mengajar manusia apa yang tidak diketahuinya”.

(Al-Alaq 96: 1-5).

Perkataan *iqra'* (bacalah) membawa maksud agar manusia belajar, mengkaji dan mencari ilmu (Zakaria, Noranizah & Abdul Fatah, 2012) tidak kiralah melalui pembacaan, pendengaran atau pengalaman (Wan Mohd Nor, 1995). Manakala, Mohd Yusuf (2002) pula mengatakan bahawa ayat tersebut mengajak dan mendidik orang beriman agar menjadi orang yang berilmu. Maka, atas dasar itu, para pendakwah kerap membincangkan topik berkaitan ilmu dalam usaha mengajak masyarakat mencintai ilmu sesuai dengan matlamat dakwah seperti yang dibincangkan dalam sorotan karya. Selain itu, ulama juga menyatakan menuntut ilmu agama Islam adalah wajib (Mohd Yusuf, 2002) agar lahirnya umat yang cerdas dan terhindar daripada kejahilan (Zakaria, Noranizah & Abdul Fatah, 2012) turut mendorong pendakwah memerihalkan topik tersebut dalam halaman Facebook. Malah, kepentingan ilmu dalam Islam mendahului amal. Hal ini kerana, dengan ilmulah sesuatu amalan yang dilaksanakan itu akan membuatkan si pelaku dapat memahami setiap perbuatannya sehingga mencapai amal saleh yang diredhai oleh Allah S.W.T.

Walau bagaimanapun, terdapat juga halaman Facebook yang memberi fokus berkaitan dengan doa dan perubatan Islam. Perubatan Islam dalam konteks perbincangan ini merujuk kepada setiap kaedah perubatan dalam menangani dan menjauhi perbuatan syirik yang bertentangan dengan ajaran Islam seperti sihir, gangguan makhluk halus dan pukau dengan menggunakan doa serta ayat al-Quran (ayat-ayat ruqyah). Ustaz Sharhan Shafie merupakan satu-satunya pendakwah yang mengangkat topik berkaitan

perubatan Islam dalam halaman Facebook miliknya. Hal ini disebabkan oleh latar belakang pengajian dan bidang semasa pendakwah ini yang berada dalam kelompok pengamal perubatan Islam di Malaysia. Mengikut laman web Sinar Zamdurrani (2015), pendakwah tersebut merupakan penasihat, penceramah dan perawat di Sinar Zamdurrani yang merupakan sebuah pusat perubatan Islam yang berpangkalan di Cheras, Kuala Lumpur.

Mesej berkaitan perubatan Islam lebih diberikan tumpuan untuk dibincangkan dalam halaman Facebook milik Ustaz Sharhan Shafie bersesuaian dengan kemahiran yang dimilikinya. Hal ini bersesuaian dengan konsep yang ditekankan dalam Usul Fiqh di bawah fardhu kifayah, iaitu menjadi kewajipan khusus yang mesti dilaksanakan oleh orang yang diamanahkan untuk memelihara kestabilan umum (Mustafa, 2005). Orang yang diamanahkan dalam konteks perbincangan ini merujuk kepada individu yang mempunyai ilmu tertentu perlu memanfaatkan ilmu tersebut untuk kepentingan awam. Kenyataan ini diperkukuhkan lagi oleh Rosmawati (2015) yang menyatakan bahawa setiap muslim merupakan pendakwah dan wajib menyampaikan mesej mengikut kadar ilmu pengetahuan yang dimiliki. Perkara ini juga telah dibincangkan dalam sorotan karya mengikut saranan yang diberikan oleh Yusuf al-Qaradhawi.

Hasil analisis dalam bab terdahulu menunjukkan kelima-lima halaman Facebook memfokuskan mesej berkaitan ibadah berbanding dengan muamalat, munakahat dan jinayat. Hal ini disebabkan oleh kekeliruan yang dihadapi oleh masyarakat itu sendiri berkaitan perkara ibadah berbanding dengan muamalat, munakahat dan jinayat yang lebih mudah untuk difahami. Hal ini kerana kategori-kategori (muamalat, munakahat

dan jinayat) tersebut mempunyai konteks perbincangan dan ruang lingkungannya yang lebih jelas. Namun, apabila berkaitan ibadah, masyarakat Islam hanya melihat kewajipan ke atas solat, puasa, zakat, haji serta perbuatan yang melibatkan di tikar sembahyang sahaja (Aerisuli, 2011). Walhal, ruang lingkup ibadah adalah suatu yang luas meliputi setiap amal perbuatan manusia. Maka, para pendakwah mengambil inisiatif dengan menekankan hal-hal berkaitan ibadah berbanding perkara lain untuk diangkat dalam entri halaman Facebook mereka. Hal ini bagi menyedarkan masyarakat secara tidak langsung bahawa konsep ibadah itu adalah suatu yang luas dan tidak terhad terhadap perkara yang wajib sahaja.

Oleh yang demikian, para pendakwah dituntut agar menyelidiki dan mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh khalayak sasaran sebelum sesuatu mesej disampaikan. Ini kerana, mesej dan pendekatan dakwah ditentukan oleh keadaan sasaran yang berbeza (Ab. Aziz, 1997). Selain itu, setiap mesej yang ingin disampaikan juga perlulah dalam konteks kemahiran yang dimiliki oleh pendakwah tersebut. Hal ini bertujuan bagi merungkai dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh khalayak sasaran dengan lebih berkesan. Menurut, Rosmawati (2015), Yusuf al-Qaradhawi turut menyatakan bahawa keutamaan dalam fatwa dan dakwah adalah untuk memudahkan dan bukannya menyusahkan sasaran dakwah sebagaimana Firman Allah S.W.T.:

“Allah hendak memberikan keringanan kepadamu, dan manusia itu dijadikan bersifat lemah”.

(An-Nisa’ 4: 28).

Oleh itu, setiap pendakwah perlu membincang dan merungkaikan sesuatu isu yang berkaitan dengan kepakaran bidang masing-masing. Contohnya, seperti halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie yang memberi penekanan berkaitan perubahan Islam, sesuai dengan latar belakang pengajian dan bidang ilmu beliau. Hal ini penting bagi mengelakkan daripada berlakunya sebarang salah faham dan kekeliruan berkaitan dengan syariat Islam. Perkara ini diakui oleh Mahathir bahawa krisis dalaman negara Islam berlaku akibat perbezaan tafsiran berkaitan agama yang tertentu atau kerana sikap dan sifat taksub terhadap pemimpin (Zulfa, 2011). Hal ini diperkukuhkan lagi oleh Syahrudin dan Mohd Shaukhi (2016) dalam konteks dakwah di media sosial yang menyatakan pendakwah dunia siber mempunyai pengaruh yang tersendiri sebagai proksi dakwah. Disebabkan itu, setiap pendakwah perlu berhati-hati dalam mengangkat sesuatu isu dalam entri di halaman Facebook masing-masing. Hal ini kerana sedikit kesilapan yang berlaku akan menyebabkan kesan yang buruk terutamanya kepada khalayak yang terdedah secara langsung dengan mesej tersebut.

Rentetan daripada itu, para pendakwah perlu menguasai sesuatu bidang ilmu itu secara mendalam agar dapat mengelak daripada berlakunya sebarang kekeliruan mesej terhadap khalayak sasaran. Dalam pada masa yang sama, ilmu-ilmu lain yang berkaitan juga perlu dikuasai dengan baik bagi mendepani isu semasa terutamanya dalam kalangan umat Islam sendiri. Hal ini sesuai dengan perkara yang diperkatakan oleh Yusuf al-Qaradhawi bahawa jihad menentang kemungkaran dan kezaliman daripada dalam (umat Islam) lebih utama berbanding menentang musuh kerana mudarat daripada dalam lebih besar (Rejab, 2014).

Secara kesimpulannya, kelima-lima halaman Facebook milik pendakwah terpilih didapati cenderung untuk memerihalkan mesej-mesej berkaitan kategori ibadah berbanding muamalat, munakahat dan jinayat. Perkara ini secara tidak langsung memberi gambaran bahawa hal-hal berkaitan ibadah lebih menjadi tumpuan topik perbincangan dalam kalangan masyarakat. Dalam pada masa yang sama, ia juga membuktikan bahawa ruang lingkup ibadah adalah suatu yang luas dan tidak hanya melibatkan perkara-perkara yang wajib sahaja.

Sehubungan dengan itu, para pendakwah cuba untuk merungkai dan menyelesaikan permasalahan tersebut dengan mengangkat mesej ibadah menjadi topik perbincangan dalam halaman Facebook masing-masing. Hasil analisis juga menunjukkan terdapat keempat-empat kategori mesej dalam semua halaman Facebook terpilih. Perkara ini menunjukkan bahawa para pendakwah tidak hanya memfokuskan terhadap satu kategori mesej sahaja dalam halaman Facebook masing-masing. Sebaliknya, turut membincangkan berkaitan mesej kategori lain juga walaupun tidak menghasilkan keempat-empat kategori mesej tersebut dalam halaman Facebook masing-masing. Jadual 4.1 menunjukkan pengkategorian mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook pendakwah terpilih.

Jadual 4.1

Kategori Mesej Dakwah Islamiah

| Pendakwah Kategori | UAD | USS | Dr.MAZA | UZAR | Dr.MIA | JUMLAH |
|-----------------------|-----|-----|---------|------|--------|--------|
| IBADAH | 31 | 23 | 11 | 37 | 27 | 129 |
| MUAMALAT | 0 | 1 | 2 | 5 | 0 | 8 |
| MUNAKAHAT | 3 | 6 | 0 | 3 | 1 | 13 |
| JINAYAT | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 2 |

4.6 Rumusan

Secara kesimpulannya, setelah analisis dan perbincangan dilakukan, dapatan menunjukkan bahawa kategori mesej dakwah Islamiah dan mesej bagi elemen bukan dakwah adalah berbeza. Hal ini dapat dikenalpasti melalui beberapa perkara seperti pengkategorian mesej yang mempunyai elemen dakwah adalah perlu berasaskan syariat Islam yang telah ditetapkan agama. Manakala, pengkategorian mesej yang tidak mempunyai elemen dakwah boleh dilakukan mengikut pengetahuan ilmu manusia berdasarkan pengkajian yang dilaksanakan. Mesej yang dianggap informasi dalam suatu proses komunikasi seperti yang dinyatakan oleh Zulkiple (2001) (rujuk bab 2.4) mempunyai asasnya, iaitu perlu bersumberkan al-Quran dan hadis. Manakala, mesej yang tidak mempunyai elemen dakwah tidak perlu menggunakan sumber ini sebagai rujukan. Namun, mesej-mesej dakwah Islamiah tetap perlu mengambil kira setiap perkara yang terjadi di persekitaran masyarakat umum. Al-Quran, hadis serta *al-Qiyas* dan *al-Ijma'* ulama perlu dijadikan sebagai rujukan utama dalam menyampaikan mesej dakwah.

BAB LIMA

ANALISIS FUNGSI MESEJ DAKWAH ISLAMIAH

5.1 Pendahuluan

Al-Quran dan hadis merupakan sumber utama dalam sesuatu proses komunikasi Islam. Mesej dakwah Islamiah juga sama seperti mesej komunikasi umum, iaitu mempunyai fungsinya yang tertentu. Namun demikian, dalam Islam setiap perkara telah dinyatakan ketetapanannya. Hal ini turut melibatkan fungsi komunikasi dalam Islam yang mana mempunyai tujuh fungsinya, iaitu membetulkan i'tiqad, mencegah kemungkaran, membersihkan jiwa, menggalakkan amal, mengukuhkan peribadi, membina perpaduan dan kesatuan serta menangkis budaya yang merosakkan.

5.2 Halaman Facebook

5.2.1 Ustaz Ahmad Dasuki

Setiap mesej dakwah Islamiah mempunyai fungsinya yang tersendiri. Fungsi mesej bergantung kepada sumber yang mencipta mesej tersebut untuk disampaikan kepada penerima sesuai dengan tujuan dan kecenderungan penyampai. Perkara ini turut dilakukan oleh Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani melalui halaman Facebook miliknya. Antara entri yang dipaparkan dalam halaman Facebook Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani yang mempunyai mesej berkaitan fungsi membersihkan jiwa ialah:

“Kehidupan ini ceritanya terlalu ringkas, dari tanah, hidup diatas tanah, lalu kembali kepada tanah, kemudian di hisab amalan, dibalas ganjaran atau diazab (nauzubillah)... maka hiduplah hidup ini kerana Allah kita kan menjadi sebahagia bahagia makhluk dibumi Allah ini..”.



Rajah 5.1. Entri UAD / 03 Januari 2016

“Ujian kerinduan terhadap anak-anak yang ‘berpisah’ seketika untuk mendapatkan ilmu menjadi cabaran yang besar terhadap jiwa ibubapa. tatkala anak anak mula berada di persekolahan, latih dan didiklah jiwa kita untuk sentiasa menadah tangan berdoa kepadanya.. Allah.. agar anak anak kita di tambahkan ilmu dan di terangkan jiwanya. Terkadang anak anak yang jiwanya ‘rapuh’ terlalu rindu kepada rumah serta kekeluargaan bukanlah datang darinya terlebih awal, namun kan jiwa itu datang setelah ibu ayahnya itu terlebih awal melepaskan kata kerinduan yang amat sangat kepada anak anak ini, sehingga sukar berpisah dari mereka, jadilah ibu dan ayah yang tabah menghadapi saat kerinduan ini dengan zikir dan istigfar kepada pemilik kerinduan ini.. ALLAH. www.matancentre.com/derma”.



Rajah 5.2. Entri UAD / 05 Januari 2016

Mesej yang mempunyai fungsi membersihkan jiwa berkaitan dengan mengingat kematian dapat ditemui dalam entri 03 Januari 2016, iaitu melalui ayat “lalu kembali kepada tanah”. Ayat ini bermaksud manusia yang mati akan dikebumikan dalam tanah. Entri yang mempunyai mesej berkaitan hal kematian sama ada menyebut perkataan “mati” secara langsung atau tidak langsung akan mengingatkan pembaca kepada kematian. Hal ini menjadi salah satu punca dalam pembersihan diri manusia. Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani turut menyertakan gambar untuk melengkapkan teks yang dipaparkan. Manakala, entri pada 05 Januari 2016 pula mengaitkan pembersihan jiwa dengan zikir. Hal ini secara jelas dapat dilihat melalui perkataan “zikir” dalam entri tersebut. Selain mengingat kematian dan zikir, pendakwah ini juga turut memerihalkan mesej berkaitan muhasabah diri, al-Quran, solat dan taubat yang merupakan antara perkara yang boleh dilaksanakan bagi tujuan membersihkan jiwa.

Di samping itu, kiriman yang dibuat oleh Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani juga turut menyentuh perihal sifat yang akan lahir dan terhindar dengan pembersihan jiwa yang dilakukan. Antara entri tersebut ialah:

“Kemarahan yang melampau tidaklah dilambangkan kehebatan, namun iakan menjadi simbol kekalahan. kekalahan kepada hawa nafsu dan syaitan yang menguasai, manakala si pembengis itu hanyalah 'terjelepek' kelemahan, walaupun badannya tegap mendada kesombongan. Alahai suami, kalian tidak hebat dengan menengking dan berkata besar terhadap isteri jika saat itu kalian bersalut kemarahan dan kekejian, sebaliknya bertenanglah disaat syaitan itu mula berlari di saluran darah kemarahan. Para ketua, kalian tidaklah dilihat 'ketua', disaat kemarahan, namun berlapanglah dada menenangkan agar syaitan itu tidak dapat menguasai kesempatan yang dirancang untuk menghumban kelembah kehinaan..*nasihat diri saat melihat seorang suami menengking isteri di hadapan khalayak mata memandang*”.

Rajah 5.3. Entri UAD / 06 Januari 2016



Rajah 5.3. (Sambungan)

“Dunia ini, ladang amalan, berbuatlah amalan tanpa kita merasa penat dan kecewa, tanpa kata keluh dan gelisah, tanpa rungut dan duka, sengaja Allah jadikan agar ingin dilihat kita kebergantungan kita kepadaNya.. kita pula syukurlah diatas setiap nikmat yang di kurnia.. tersenyum indah saat di cerca dan dinista.. kerana kita belajar untuk menjadi hamba yang sentiasa merasa.. betapa ada yang maha kuasa.. senyum yang terindah!!..”.



Rajah 5.4. Entri UAD / 20 Januari 2016

Kiriman yang menyentuh sifat yang akan terhindar melalui pembersihan jiwa dapat dilihat pada tarikh 6 Januari 2016 melalui ayat “kekalahan kepada hawa nafsu dan

syaitan yang menguasai” dan “Mengapa kita memberi peluang kemenangan kepada syaitan di atas perbalahan dan pertengkaran itu?”. Kedua-dua ayat ini menunjukkan sifat marah kerana nafsu. Sifat ini dapat dihindarkan melalui pembersihan jiwa. Gambar turut disertakan oleh pendakwah bagi memberi penjelasan terhadap teks yang dihasilkan. Manakala, sifat yang akan lahir melalui pembersihan jiwa pula dapat ditemui melalui mesej yang bertarikh 20 Januari 2016 melalui perkataan “syukurlah” dan ayat “tersenyum indah saat di cerca dan dinista” yang membawa maksud kesabaran. Sifat syukur dan sabar ini akan dapat dilahirkan melalui pembersihan jiwa. Pendakwah turut menyertakan gambar untuk melengkapkan teks yang dipaparkan.

Seterusnya, mesej yang digarap oleh Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani juga turut mempunyai fungsi menggalakkan amal. Antara entri di halaman Facebook milik pendakwah ini yang mempunyai fungsi tersebut ialah:

“Masa di pagi Jumaat, bersimpuh di rumahNya, menadah kitab bersama, jika kalian tidak kemana, jom kita bersama..”.



Rajah 5.5. Entri UAD / 01 Januari 2016 (1st)

Fungsi menggalakkan amal saleh merupakan fokus mesej pendakwah ini, terutama berkaitan dengan mengajak dan menggalakkan masyarakat menuntut ilmu. Hal ini dapat dilihat dalam mesej di atas yang jelas mengajak masyarakat untuk menuntut ilmu melalui ayat “menadah kitab bersama, jika kalian tidak kemana, jom kita bersama”. Menuntut ilmu merupakan salah satu perbuatan baik yang dituntut dalam Islam. Infografik disertakan oleh pendakwah ini bagi memberi penjelasan dan perincian terhadap teks yang dipaparkan. Selain itu, perkara amal saleh yang turut dibangkitkan oleh Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani dalam halaman Facebook miliknya ialah berkaitan membaca al-Quran, zikir, membuat amal, bersyukur, berlaku ihsan dan mendapatkan redha ibubapa.

Selepas itu, mesej yang mempunyai fungsi menggalakkan amal jariah dan amal ibadah turut dikirim dalam halaman Facebook milik pendakwah ini. Fungsi tersebut dapat ditemui dalam entri di bawah:

“Allah menganugerahkan kepada ummat Nabi Muhammad s.a.w kemuliaan khusus dengan hari jumaat. Hari Jumaat dianggap ‘syayidul ayyam’ penghulu hari.. Allah menjadikan hari ini masa yang mustajabnya doa pada masa yang khusus agar kita mendapatkannya, perbanyakkan selawat dan salam keatas junjungan Nabi S.a.w, jika kalian berkesempatan, ziarahlah kuburan arwah yang meninggal sebelum dari kita. Perbanyakkan sedeqah, antara amalan yang terbaik dihari sebegini.. www.matancentre.com/derma”.



Rajah 5.6. Entri UAD / 15 Januari 2016 (1st)

“Saya kerap ke masjid, melihat pemandangan yang indah, mereka yang sujud kepadaNya, kemudian santai2 sesama mukmin, berukhuwwah dan bertanya khabar sesama mukmin, saat yang indah dan melapangkan dada mendengar kuliah dan ceramah dari para alim ulamak, memandu perjalanan hidup, jika kalian belum pernah merasai saat ini, bersegeralah.. kerana saat kematian semakin menghampiri perjalanan hidup ini, sebagaimana senjanya hari.. demikianlah usia ini semakin senja dari kehidupan.. rakaman indah anak anak [Maahad Tahfiz An-Nabawi Shah Alam](#) bersolat isyak semalam..”.



Rajah 5.7. Entri UAD / 12 Januari 2016

Entri yang dihasilkan pada 15 Januari 2016 (1st) merupakan satu-satunya mesej yang menggalakkan amal jariah. Hal ini dapat dilihat melalui ayat “Perbanyakkan sedeqah”. Sedekah merupakan satu perbuatan amal jariah dalam Islam seperti yang telah diterangkan dalam sorotan karya. Pendakwah ini turut menyertakan gambar bagi menjelaskan teks yang digarap. Manakala, kiriman yang dibuat pada 12 Januari 2016 pula merupakan satu-satunya mesej yang berfungsi menggalakkan amal ibadah. Fungsi amal ibadah berkaitan solat dapat dilihat dalam mesej ini melalui ayat “sujud kepada-Nya” yang bermaksud solat. Gambar disertakan oleh pendakwah ini bagi melengkapkan teks yang dihasilkan.

Selanjutnya, membina perpaduan dan kesatuan juga merupakan salah satu fungsi mesej dakwah Islamiah yang digarap oleh Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani. Antara entri dalam halaman Facebook milik beliau yang mempunyai fungsi membina perpaduan dan kesatuan ialah:

“Kemarahan yang melampau tidaklah dilambangkan kehebatan, namun iakan menjadi simbol kekalahan. kekalahan kepada hawa nafsu dan syaitan yang menguasai, manakala si pembengis itu hanyalah 'terjelepek' kelemahan, walaupun badannya tegap mendada kesombongan. Alahai suami, kalian tidak hebat dengan menengking dan berkata besar terhadap isteri jika saat itu kalian bersalut kemarahan dan kekejian, sebaliknya bertenanglah disaat syaitan itu mula berlari di saluran darah kemarahan. Para ketua, kalian tidaklah dilihat 'ketua', disaat kemarahan, namun berlapanglah dada menenangkan agar syaitan itu tidak dapat menguasai kesempatan yang dirancang untuk menghumban kelembah kehinaan..*nasihat diri saat melihat seorang suami menengking isteri di hadapan khalayak mata memandang*”.



Rajah 5.8. Entri UAD / 06 Januari 2016

“Saya kerap ke masjid, melihat pemandangan yang indah, mereka yang sujud kepadaNya, kemudian santai2 sesama mukmin, berukhuwwah dan bertanya khabar sesama mukmin, saat yang indah dan melapangkan dada mendengar kuliah dan ceramah dari para alim ulamak, memandu perjalanan hidup, jika kalian belum pernah merasai saat ini, bersegeralah.. kerana saat kematian semakin menghampiri perjalanan hidup ini, sebagaimana senja nya hari.. demikianlah usia ini semakin senja dari kehidupan.. rakaman indah anak anak [Maahad Tahfiz An-Nabawi Shah Alam](#) bersolat isyak semalam..”.



Rajah 5.9. Entri UAD / 12 Januari 2016

Entri pada 06 Januari 2016 melibatkan fungsi membina perpaduan dan kesatuan dalam keluarga. Hal ini dapat dilihat melalui beberapa perkataan yang dapat dirujuk dalam keluarga, iaitu “suami” dan “isteri”. Dalam pada masa yang sama, ayat “Para ketua, kalian tidaklah dilihat 'ketua', disaat kemarahan, namun berlapanglah dada menenangkan agar syaitan itu tidak dapat menguasai kesempatan yang dirancang untuk menghumban kelembah kehinaan” membawa maksud suami perlu bersabar dengan isteri agar tidak berlakunya pergaduhan yang boleh membawa kepada pergaduhan dan perceraian. Mesej yang digarap tersebut bukan sahaja menyentuh perihal untuk membina perpaduan dan kesatuan dalam keluarga, malah bertujuan mengelakkan berlakunya perpecahan. Gambar turut disertakan oleh pendakwah ini bagi melengkapkan teks yang dipaparkan. Manakala, kiriman yang dibuat pada tarikh 12 Januari 2016 pula merupakan mesej yang berfungsi untuk membina perpaduan dan

kesatuan dalam masyarakat. Hal ini dapat dilihat apabila ia melibatkan orang ramai seperti di masjid. Ayat yang dapat menunjukkan fungsi membina perpaduan dan kesatuan dalam masyarakat ialah “santai2 sesama mukmin, berukhuwwah dan bertanya khabar sesama mukmin”. Ayat tersebut bermaksud sikap ambil peduli masyarakat terhadap satu sama lain yang membawa kepada wujudnya kasih sayang seterusnya terbentuknya perpaduan dalam kalangan masyarakat. Bagi melengkapkan teks yang diapaparkan, pendakwah ini turut menyertakan gambar yang berkaitan.

Sementara itu, fungsi menangkis budaya yang merosakkan juga dapat ditemui dalam entri halaman Facebook Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani. Antara entri yang dapat dikaitkan dengan fungsi tersebut ialah:

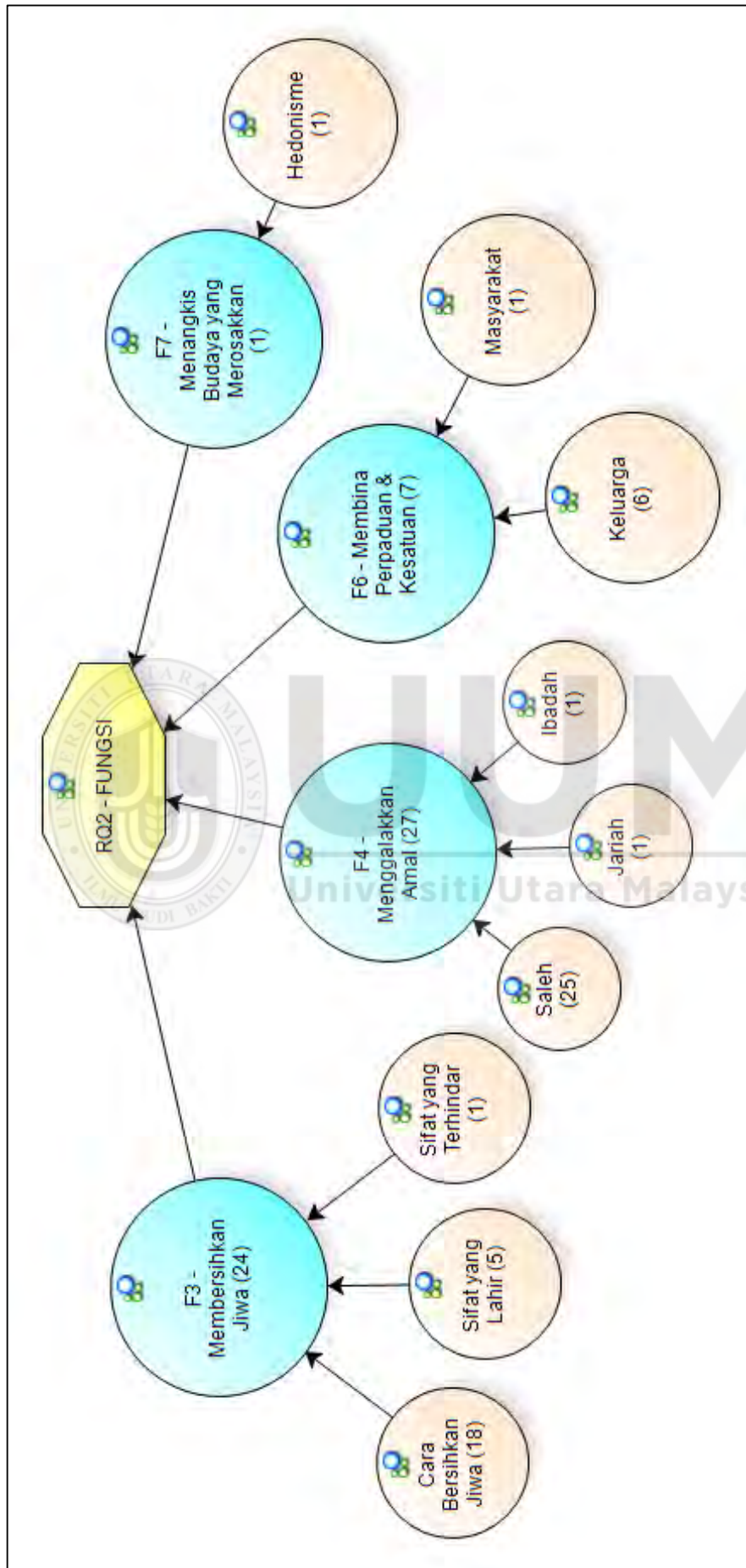
“Saya sentiasa berbangga dan bersyukur, melihat anak anak dihadapan mereka Al Quran dan buku buku agama, perbincangan hidup tentang agama, tiada gadget, tiada hiburan melekakan.. berhibur dan terhibur cara para sahabat, dibibir meniti ayat Al Quran, damai ini kian hilang.. kecuali kita membinanya semula, moment indah saat bersama dengan Al Quran di Maahad Tahfiz An Nabawi Jerantut Pahang.. www.matancentre.com/derma ”.



Rajah 5.10. Entri UAD / 27 Januari 2016

Mesej yang digarap pada tarikh 27 Januari 2016 memeperkatakan berkaitan hiburan, iaitu hiburan yang sebenarnya dalam Islam. Hal ini dapat dilihat melalui ayat “berhibur dan terhibur cara para sahabat, di bibir meniti ayat Al-Quran”. Berhibur cara Islam dengan tidak mementingkan keseronokan dunia semata-mata sebaliknya turut mengingati akhirat selaras dengan panduan yang telah ditetapkan dalam Islam seperti yang telah ditunjukkan oleh Rasulullah S.A.W dan para sahabat. Pendakwah ini juga menyertakan gambar bagi melengkapkan teks yang dipaparkan.

Secara kesimpulannya, halaman Facebook Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani memaparkan empat fungsi mesej. Majoriti entri dalam halaman Facebook pendakwah ini ialah fungsi membersihkan jiwa. Fungsi lain yang terdapat dalam entri milik pendakwah ini ialah fungsi menggalakkan amal, fungsi membina perpaduan dan kesatuan serta fungsi menangkis budaya yang merosakkan seperti yang ditunjukkan dalam Rajah 5.11.



Rajah 5.1.1. Fungsi Mesej Dakwah Islamiah Dalam Halaman Facebook Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani

5.2.2 Ustaz Sharhan Shafie

Ustaz Sharhan Shafie juga merupakan salah seorang pendakwah yang aktif menggunakan Facebook sebagai media untuk menyampaikan dakwah Islamiah. Mesej dakwah Islamiah yang dihasilkan oleh pendakwah ini mempunyai fungsi dan kecenderungannya yang tersendiri. Mencegah kemungkaran merujuk kepada suatu perkara yang dilarang dalam Islam. Fungsi tersebut merupakan antara fungsi mesej dakwah Islamiah yang dihasilkan dalam entri halaman Facebook pendakwah ini. Antara entri tersebut ialah:



Rajah 5.12. Entri USS / 09 Januari 2016



Rajah 5.13. Entri USS / 14 Januari 2016

Halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie memperkatakan berkaitan mencegah kemungkaran melalui lisan dalam entri bertarikh 09 Januari 2016. Makan dan minum sambil berdiri merupakan salah satu perkara yang dilarang dalam Islam dan perkara ini diperkukuhkan melalui infografik yang disertakan dalam entri di atas. Infografik disertakan oleh pendakwah ini bagi melengkapkan teks yang dipaparkan. Manakala hal berkaitan larangan terhadap wanita pula dibangkitkan dalam entri pada tarikh 14 Januari 2016 yang disertakan dengan pautan secara terus. Mesej tersebut berkaitan wanita memakai minyak wangi terutamanya ketika berada dalam kalangan bukan mahram. Perbuatan ini merupakan *tabarruj* yang dilarang dalam Islam. Minyak wangi merupakan salah satu alat yang dikategorikan sebagai solekan, yang mana ia dilarang digunakan secara berlebihan oleh wanita dalam Islam (Shafiza & Fadlan, 2015). Pautan terus ke laman web yang berkaitan disertakan oleh pendakwah ini bagi memberi perincian terhadap teks yang dihasilkan.

Di samping itu, fungsi membersihkan jiwa turut ditemui dalam mesej yang dihasilkan oleh Ustaz Sharhan Shafie. Antara entri yang mempunyai fungsi tersebut ialah:

“Pendinding Di Hutan”.

Berikut adalah bacaan ketika kita hendak masuk ke hutan atau sekiranya kita membuat khemah di dalam hutan, kita ‘pagarkan’ khemah tersebut dengan ayat-ayat suci di bawah:

- 1) Al-Fatihah
- 2) Ayatul Qursi
- 3) Basmala S.
- 4) 3 Qul (niat pendinding)

- Surah Al-Khulas
- Surah Al-Falaq
- Surah An-Nass

بِسْمِ اللَّهِ الَّذِي لَا يَضُرُّ مَعَ اسْمِهِ شَيْءٌ فِي الْأَرْضِ وَلَا فِي السَّمَاءِ وَهُوَ السَّمِيعُ الْعَلِيمُ

Maksudnya : Dengan Nama Allah yang dengan namanya tidak akan memberi mudharat apa pun yang ada di bumi dan di langit dan Dialah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui (Eswagal Tirmidzi & Abu Daud)
Ehlan Sunan at-Tirmidzi dikatakan : ‘Setiap yang pada waktu pagi dan petang membaca doa ini sebanyak tiga kali, maka ia tidak akan ditimpa keburukan pada hari itu.

أَعُوذُ بِكَلِمَاتِ اللَّهِ التَّامَّاتِ مِنْ شَرِّ مَا خَلَقَ

Maksudnya : Aku berlindung dengan kalimat-kalimah Allah yang sempurna daripada keburukan makhluk. (Riwayat Muslim)

Rajah 5.14. Entri USS / 13 Januari 2016

Kisah Benar: Mimpi Bertemu Rasulullah SAW Ketika Koma



Kisah Benar: Mimpi Bertemu Rasulullah SAW Ketika Koma

Nota Editor: Artikel ini asalnya telah dikongsikan oleh Ustaz Abu Basyer di Facebook. Segala puji bagi Allah, Tuhan sekalian alam. Selawat serta salam

ISLAMITUINDAH.MY

Rajah 5.15. Entri USS / 28 Januari 2016 (2nd)

Entri bertarikh 13 Januari 2016 menyentuh hal berkaitan al-Quran dan zikir terpilih yang dipersembahkan dalam bentuk infografik. Pembersihan jiwa dapat dilakukan melalui bacaan al-Quran dan juga zikir seperti yang telah diterangkan dalam sorotan karya. Infografik turut disertakan oleh pendakwah bagi memberi perincian dan penjelasan terhadap teks yang digarap. Manakala entri pada tarikh 28 Januari 2016 (2nd) pula menandakan perkara yang lahir dari jiwa yang bersih. Pautan terus ke laman web berkaitan disertakan oleh pendakwah ini bagi menjelaskan teks yang dipaparkan.

Selain itu, halaman Facebook milik Ustaz Sharhan Shafie turut menghasilkan mesej yang berfungsi sebagai mengalakkan amal. Fungsi tersebut terdapat dalam entri berikut:

“Azab Wanita & Lelaki yang Meninggalkan Solat Fardhu”.



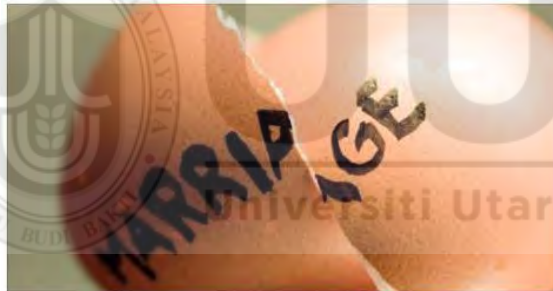
Azab Wanita & Lelaki yang Meninggalkan Solat Fardhu

Mari muhasabah diri, mari jadikan diri kita takut pada azab Allah. Apa akan terjadi bila kita meninggalkan solat fardhu yang wajib ke atas kita? Sabda

ISLAMITUINDAH.MY

Rajah 5.16. Entri USS / 27 Januari 2016 (1st)

“Tatkala perceraian, ramai yang kembali kepada agama asal”



Tatkala perceraian, ramai yang kembali kepada agama asal

Islam itu agama yang indah. Tiada siapa yang mampu menyangkal akan kebenarannya. Kali ini saya akan berkongsi satu isu kekeluargaan iaitu Tatkala

ISLAMITUINDAH.MY

Rajah 5.17. Entri USS / 01 Januari 2016 (1st)

Hal berkaitan amal ibadah merupakan antara mesej yang dihasilkan oleh pendakwah ini dengan memerihalkan aspek berkaitan solat, iaitu dalam mesej bertarikh 27 Januari 2016 (1st) yang jelas terdapat perkataan “solat”. Pautan terus ke laman web berkaitan disertakan oleh pendakwah ini bagi menjelaskan teks yang dipaparkan. Manakala hal

berkaitan syahadah pula dapat dilihat dalam mesej bertarikh 1 Januari 2016(1st) yang mana ayat “...kembali kepada agama asal.”, merujuk kepada murtad. Apabila orang yang telah murtad atau orang kafir baru hendak memeluk Islam, individu tersebut perlu melafazkan syahadah terlebih dahulu. Syahadah merupakan perkara yang penting dalam Islam kerana ia merupakan rukun Islam yang pertama. Pendakwah ini turut menyertakan pautan terus ke laman web berkaitan teks yang dipaparkan bagi memberi penjelasan dan perincian kepada audiens.

Dalam pada itu, mesej berkaitan amal saleh juga dibangkitkan dalam entri di halaman Facebook milik Ustaz Sharhan Shafie. Antara entri halaman Facebook tersebut ialah:



Rajah 5.18. Entri USS / 04 Januari 2016 (1st)

“PENTING SANGAT2 BAGI YANG SUKA MAKAN DILUAR”....

Santau... (pengenalan siri 1) mungkin ada tanda2 yg mencurigakan pd bahan makanan anda kebiasaannya bahan kotor seperti rambut dan kuku... apabila terjumpa dan terlihat bahan tersebut baca surah Al Furqan ayat 23 lalu dibuang bahan tersebut.. InshaAllah..

Antara tanda2 Santau terkena pd makanan

- Pening dan mengantuk menjelang mahgrib
- Kuku dan bawah mata menjadi hitam dalam masa yg singkat
- kurang selera makan dan muntah walaupun hospital xdpt kesan pnyakit tersebut
- Sakit perut tanpa sebab
- Hilang fokus
- Mimpi bahan2 tajam seperti sembilu, buluh, ranting2 yg tajam tulang...

Berusahalah dan amalkan lah AlQuran dalam kehidupan harian anda "AYAT NI PENDEK JE"...

Kongsikan kepada org yg anda sayangi Jom SHARE kan....”

Jika terdapat pada makanan anda (bahan mencurigakan)
Bacalah surah Al Furqan ayat 23
وَقَدْ مَنَّآ اِلٰى مَا عَمِلُوْا مِنْ عَمَلٍ فَجَعَلْنٰهُ هَبٰٓءَ مِّنْثُوْرًا
Sahih International
And We will regard what they have done of deeds and make them as dust dispersed
Maksud
Dan Kami tujukan percaraan kepada apa yang mereka telah kerjakan dari jenis amal (yang mereka pandang baik), lalu Kami jadikan dia terbuang sebagai debu yang berterbangan.



Rajah 5.19. Entri USS / 25 Januari 2016

Entri berkaitan doa merupakan perkara amal saleh yang menjadi tumpuan Ustaz Sharhan Shafie dalam halaman Facebook miliknya. Hal ini dapat dilihat seperti dalam entri bertarikh 4 Januari 2016 (1st) yang jelas terdapat perkataan “doa”. Doa merupakan suatu permintaan atau permohonan manusia kepada Allah S.W.T terhadap apa sahaja perkara yang digalakkan dalam Islam terutamanya untuk kebaikan seperti dalam entri pada 4 Januari 2016 (1st). Pendakwah ini turut menyertakan infografik untuk memberi penjelasan terhadap teks yang dipaparkan. Selain itu, entri bertarikh 25 Januari 2016 menunjukkan saranan Ustaz Sharhan Shafie menggalakkan orang ramai agar membaca al-Quran. Pautan terus ke laman web disertakan oleh pendakwah ini bagi menjelaskan teks yang dipaparkan.

Selanjutnya, mesej yang dihasilkan oleh halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie turut mempunyai fungsi membina perpaduan dan kesatuan. Antara entri yang mempunyai fungsi tersebut ialah:

“Tatkala perceraian, ramai yang kembali kepada agama asal”



Tatkala perceraian, ramai yang kembali kepada agama asal

Islam itu agama yang indah. Tiada siapa yang mampu menyangkal akan kebenarannya. Kali ini saya akan berkongsi satu isu kekeluargaan iaitu Tatkala
ISLAMITUINDAH.MY

Rajah 5.20. Entri USS / 01 Januari 2016 (1st)

“Satu agenda yang besar dalam kitaran hidup manusia. Jodoh juga adalah pelengkap untuk kesejahteraan dan tuntutan fitrah manusia normal yang dicipta oleh Allah. Indahnya Islam yang mensyariatkan perkahwinan yakni ikatan dan persetujuan antara dua makhluk, iaitu wanita dan lelaki secara sah di sisi syarak dan undang-undang yang memang secara azalnya saling memerlukan. Tatkala terciptanya Adam arakian juga diciptakan Allah akan Hawa.

Baca lagi -> <http://www.islamituindah.my/doa-bertemu-jodoh-untuk-wanita>”.

Rajah 5.21. Entri USS / 24 Januari 2016 (1st)

Mesej yang memperkatakan hal membina perpaduan dan kesatuan dalam keluarga dapat dilihat pada tarikh 1 Januari 2016 (1st). Mesej ini memerihalkan perkara berkaitan perceraian yang mana ia merupakan perkara yang perlu dielakkan dalam sesebuah institusi kekeluargaan bagi membentuk sebuah keluarga yang bahagia seterusnya mampu membina perpaduan dan kesatuan. Pendakwah ini juga menyertakan pautan terus ke laman web berkaitan teks yang dipaparkan bagi memberi penjelasan. Di samping itu, Ustaz Sharhan Shafie juga membangkitkan mesej berkaitan perpaduan dalam kalangan masyarakat yang melibatkan ikatan dua buah keluarga melalui perkahwinan seperti kiriman yang dibuat pada 24 Januari 2016 (1st) yang jelas terdapat perkataan “perkahwinan”. Perkahwinan yang berlaku akan mengikat hubungan dua buah keluarga untuk membentuk sebuah masyarakat yang lebih erat dan bersatu padu.

Seterusnya, Ustaz Sharhan Shafie melalui halaman Facebook miliknya turut menghasilkan mesej dakwah Islamiah yang berfungsi menangkis budaya yang merosakkan. Fungsi ini dapat dilihat dalam entri berikut:

“Trend Buka Tutup Jilbab”.



Trend Buka Tutup Jilbab

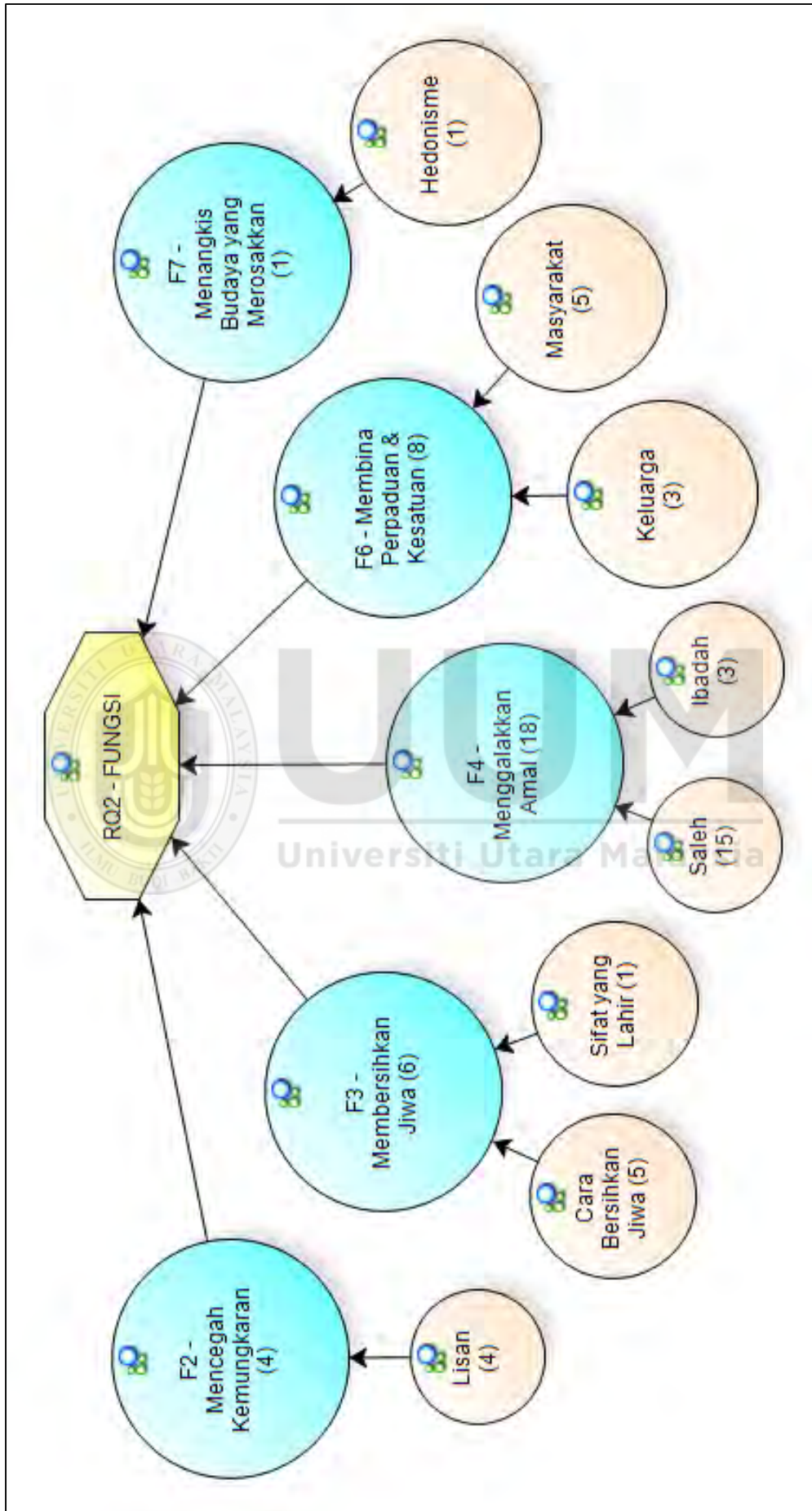
[caption id=attachment_270 align=aligncenter width=499 caption=Buat apa sebenarnya memakai jilbab? Apa yang menjadi dasar ketika mereka memutuskan untuk

ISLAMITUINDAH.MY

Rajah 5.22. Entri USS / 08 Januari 2016

Kiriman yang dibuat pada tarikh 8 Januari 2016 memperkatakan hal berkaitan aurat wanita yang sentiasa wajib ditutup dengan sempurna dan bukannya sekali sekala. “Trend Buka Tutup Jilbab” yang jelas memisahkan ajaran agama dan mementingkan keseronokan serta ikutan dari Barat merupakan satu pengaruh merosakkan yang perlu dijauhi oleh setiap wanita muslim. Bagi menjelaskan dan memperincikan berkaitan teks yang dipaparkan, pendakwah ini juga menyertakan pautan terus ke laman web yang berkaitan.

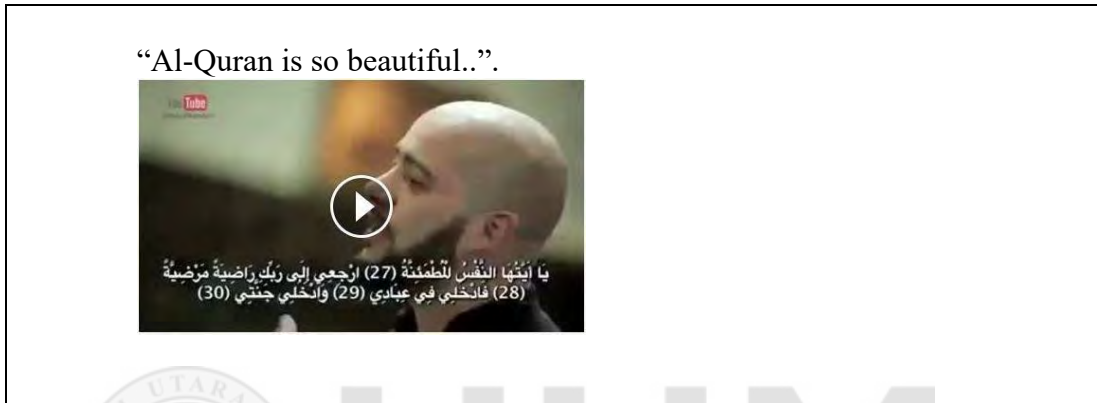
Secara kesimpulannya, lima fungsi mesej ditemui dalam kiriman yang dibuat di halaman Facebook milik Ustaz Sharhan Shafie. Lima fungsi tersebut ialah mencegah kemungkar, membersihkan jiwa, menggalakkan amal, membina perpaduan dan kesatuan serta menangkis budaya yang merosakkan. Halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie lebih memberi perhatian terhadap fungsi menggalakkan amal dengan menekankan terhadap amal saleh seperti yang ditunjukkan dalam Rajah 5.23.



Rajah 5.23. Fungsi Mesej Dakwah Islamiah Dalam Halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie

5.2.3 Dr. Mohd Asri Zainul Abidin

Halaman Facebook Dr. Mohd Asri Zainul Abidin juga mengirim mesej dakwah Islamiah. Setiap mesej yang dihasilkan dalam halaman Facebook milik pendakwah ini turut mempunyai fungsinya yang tersendiri. Antara fungsi tersebut ialah membersihkan jiwa seperti dalam entri berikut:



Rajah 5.24. Entri Dr.MAZA / 01 Januari 2016 (1st)



Rajah 5.25. Entri Dr.MAZA / 04 Januari 2016

Entri yang dihasilkan pada tarikh 1 Januari 2016 (1st) memaparkan berkaitan dengan al-Quran. Mesej yang digarap tersebut ialah “Al-Quran is so beautiful.”, al-Quran merupakan salah satu cara dalam pembersihan jiwa. Video disertakan oleh pendakwah ini bagi melengkapi teks yang dipaparkan. Pembersihan jiwa juga dapat dilakukan melalui infaq atau sedekah dan perkara ini turut dibangkitkan oleh halaman Facebook Dr. Mohd Asri Zainul Abidin dalam entri yang bertarikh 4 Januari 2016. Hal ini dapat dilihat dalam ayat “Sesiapa yang mempunyai wang tidak patuh Syariah, bolehlah menyalurkan ke tabung ini...”. Ayat tersebut membawa maksud sesiapa yang mempunyai wang tidak patuh syariah boleh disedekahkan ke tabung yang disediakan melalui nombor akaun yang dipaparkan dalam infografik yang disertakan dalam entri tersebut. Dr. Mohd Asri Zainul Abidin turut menyertakan infografik untuk memberi perincian terhadap teks yang dipaparkan.

Selain itu, fungsi menggalakkan amal juga merupakan mesej yang digarap dalam laman Facebook milik Dr. Mohd Asri Zainul Abidin. Antara entri yang memaparkan berkaitan fungsi ini ialah:



Rajah 5.26. Entri Dr.MAZA / 09 Januari 2016

“Sesiapa yang memiliki wang tidak patuh Syariah, bolehlah menyalurkan ke tabung ini. Ia akan diuruskan ke saluran yang sewajarnya, in sha Allah.”.



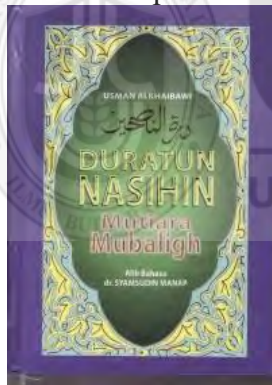
Rajah 5.27. Entri Dr.MAZA / 04 Januari 2016

Amal ibadah berkaitan solat dipaparkan dalam entri yang bertarikh 9 Januari 2016 yang jelas menyebut perkataan solat, iaitu “Solat”. Solat merupakan amal ibadah bagi setiap umat Islam. Bagi menjelaskan dan memperincikan teks yang dipaparkan, pendakwah ini turut menyertakan video yang berkaitan. Mesej yang dihasilkan pada 4 Januari 2016 pula memerihalkan berkaitan amal jariah dengan terarah kepada wakaf khairi. Antara petikan dalam entri tersebut yang dapat dirujuk sebagai wakaf ialah “Sesiapa yang mempunyai wang tidak patuh Syariah, bolehlah menyalurkan ke tabung ini...” merupakan rujukan bagi wakaf khairi. Wang yang hendak disalurkan dapat dirujuk sebagai suatu sedekah atau wakaf. Namun, dalam masa yang sama, wang yang disalurkan tersebut tidak dinyatakan pengkhususannya terhadap individu tertentu sebaliknya dimasukkan ke dalam tabung untuk kegunaan umum. Maka, wakaf ini

dikenali sebagai wakaf khairi. Pendakwah ini juga menyertakan infografik untuk melengkapkan teks yang dipaparkan.

Seterusnya, fungsi menggalakkan amal saleh juga turut dipaparkan dalam entri halaman Facebook Dr. Mohd Asri Zainul Abidin. Antara entri tersebut ialah:

“Kitab Duratun Nasihin sering digunakan oleh sebahagian penceramah. Di dalam kitab ini banyak hadis-hadis palsu lagi batil yang merosakkan imej agama. Ini seperti riwayat palsu kononnya daripada 'Ali bin Abi Talib bahawa malaikat yang menanggung 'Arasy itu ada 4 wajah dan kaki mereka di atas batu di bumi yang ke tujuh. Ini semua batil dan tiada munasabah. Tiada asas sanad yang sahih dan rekaan orang-orang yang tidak jelas akal fikirannya. Hendaklah pembaca dan penceramah berhati-hati dengan kitab ini.”.



Rajah 5.28. Entri Dr.MAZA / 05 Januari 2016

“Apapun masalah yang ada, menziarahi orang sakit dan berhubungan baik sesama muslim dan insan adalah sesuatu yang terpuji. Kita memuji perkara yang baik dan kita menyatakan perbezaan kepada yang sebaliknya. Urusan yang lain itu terserah kepada Allah. DIA lebih tahu hakikat hamba-hambaNYA. Kita memohon hidayah untuk diri kita dan untuk semua.”



Rajah 5.29. Entri Dr.MAZA / 13 Januari 2016

Entri pada 5 Januari 2016 memperkatakan hal amal saleh berkaitan dengan ilmu. Hal ini dapat dilihat melalui ayat “Hendaklah pembaca dan penceramah berhati-hati dengan kitab ini...” yang merujuk kepada ayat awal dalam entri tersebut yang memperkatakan berkaitan hadis palsu dalam kitab. Oleh itu, penggunaanya perlu belajar dan mempunyai ilmu bagi membezakan antara hadis benar dan palsu. Gambar turut disertakan oleh pendakwah ini bagi melengkapkan teks yang dipaparkan. Halaman Facebook ini juga turut memerihalkan perkara berkaitan doa pada 13 Januari 2016. Hal ini dapat dilihat melalui ayat “memohon hidayah” yang merujuk kepada suatu permohonan manusia kepada Allah S.W.T. melalui doa. Pendakwah ini juga menyertakan gambar bagi melengkapkan teks yang dihasilkan.

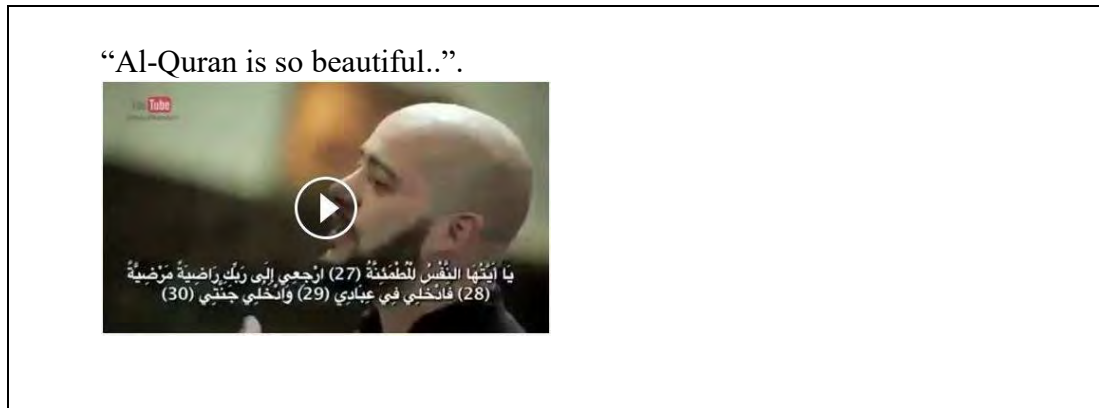
Di samping itu, mesej yang digarap oleh halaman Facebook Dr. Mohd Asri Zainul Abidin juga mengandungi fungsi membina perpaduan dan kesatuan. Hal ini dapat ditemui dalam entri berikut:

“Seorang remaja 14 tahun dilaporkan telah berbohong bahawa dia telah diculik padahal itu perancangannya dengan teman lelakinya. Dia dikatakan hanya ingin mengelirukan ibubapanya. Rakaman suara dia diculik telah menjadi viral dan menarik simpati ramai pihak. Perasaan takut, bimbang dan simpati mengiringi cerita tipu itu. Teknik berbohong dan menipu untuk mengelirukan pihak lain nampaknya telah dikuasai oleh rakyat semuda itu. Siapakah yang mengajar teknik pembohongan dan penipuan sebegini?”.

Rajah 5.30. Entri Dr.MAZA / 01 Januari 2016 (2nd)

Fungsi membina perpaduan dan kesatuan dalam keluarga dapat dilihat dalam mesej bertarikh 1 Januari 2016 (2nd). Mesej yang digarap pada tarikh ini melibatkan hubungan antara anak dengan ibu bapa, pendakwah ini membangkitkan hal yang perlu dielakkan bagi membina perpaduan dalam keluarga. Hal ini dapat dilihat dalam ayat “...Dia dikatakan hanya ingin mengelirukan ibubapanya...” membawa maksud anak sanggup berbohong kepada ibu bapa. Hal ini menunjukkan hilangnya sikap saling mempercayai antara anak dan ibu bapa yang menjurus kepada perpecahan dalam keluarga. Dalam pada masa yang sama, entri tersebut juga dapat dikaitkan dengan fungsi membina perpaduan dan kesatuan dalam masyarakat. Hal ini dapat dilihat melalui ayat “...menarik simpati ramai pihak...”, yang menunjukkan masyarakat masih lagi mengambil tahu hal sekeliling dan sikap sebegini perlu bagi membina perpaduan dan kesatuan dalam kalangan masyarakat.

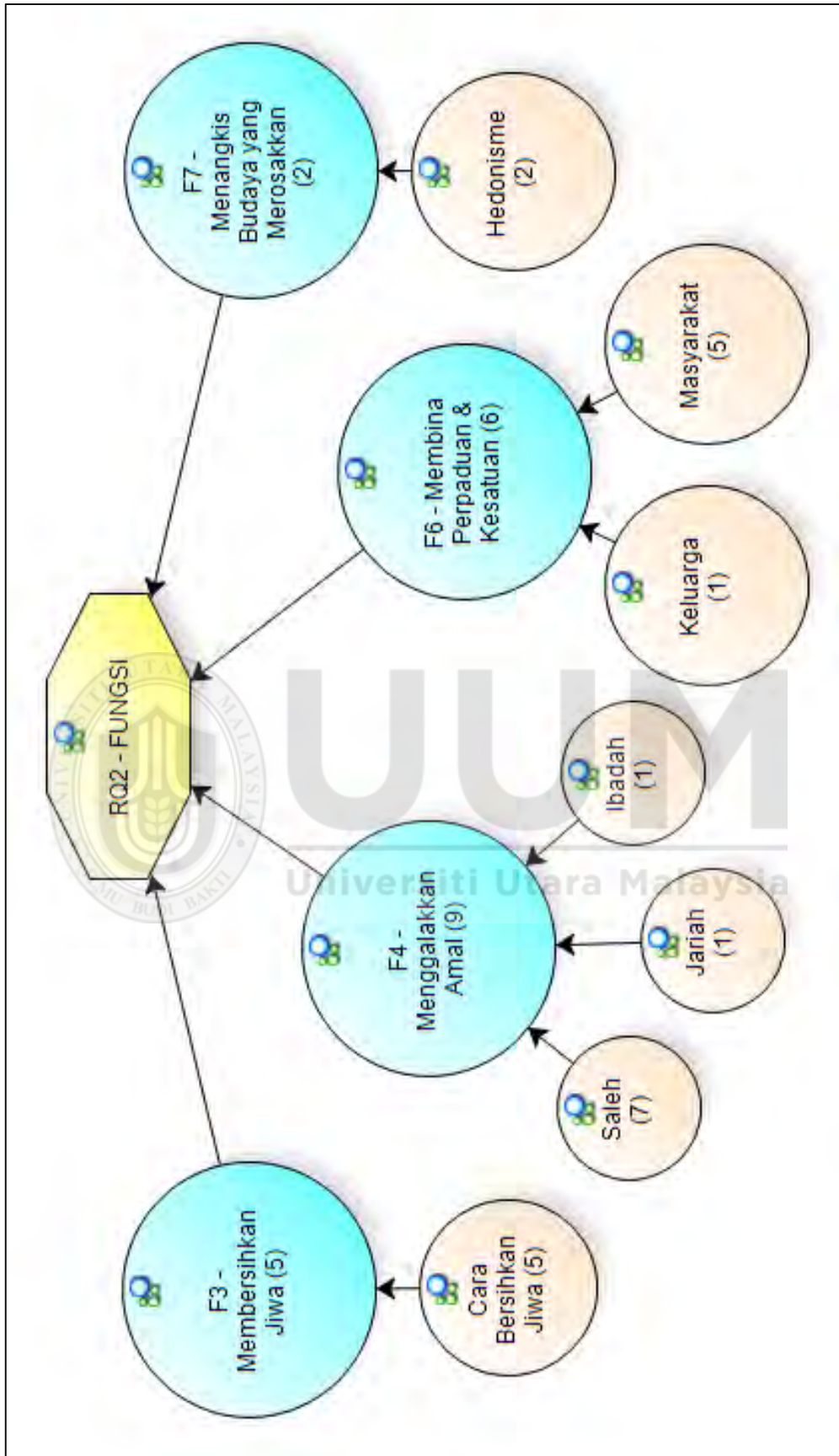
Selanjutnya, halaman Facebook Dr. Mohd Asri Zainul Abidin juga menggarap mesej yang mempunyai fungsi menangkis budaya yang merosakkan. Antara entri yang mempunyai fungsi tersebut ialah:



Rajah 5.31. Entri Dr.MAZA / 01 Januari 2016 (1st)

Fungsi menangkis budaya yang merosakkan dapat dilihat dalam entri bertarikh 1 Januari 2016 (1st) yang disertakan dengan video bacaan al-Quran. Entri tersebut bertujuan menggalakkan orang ramai agar mendengar dan mendekati al-Quran dengan keindahan yang ada padanya melalui ayat “*Al-Quran is so beautiful.*”. Seterusnya, keadaan ini dapat mengelakkan masyarakat daripada mencari hiburan yang bukan sahaja melalaikan malah merosakkan keperibadian Islam. Video juga disertakan oleh pendakwah bagi menjelaskan teks yang dipaparkan.

Secara kesimpulannya, terdapat empat fungsi mesej yang ditemui dalam entri halaman Facebook Dr. Mohd Asri Zainul Abidin, iaitu membersihkan jiwa, menggalakkan amal, membina perpaduan dan kesatuan serta menangkis budaya yang merosakkan seperti dalam Rajah 5.32. Fungsi mesej yang menjadi tumpuan pendakwah ini ialah menggalakkan amal dengan menekankan hal berkaitan amal saleh.



Rajah 5.32. Fungsi Mesej Dakwah Islamiah Dalam Halaman Facebook Dr. Mohd Asri Zainul Abidin

5.2.4 Dr. Zaharuddin Abd Rahman

Dr. Zaharuddin Abd Rahman ialah antara pendakwah yang aktif mengirim mesej dakwah Islamiah berbentuk penulisan teks dalam halaman Facebook miliknya. Setiap entri mesej dakwah Islamiah yang dipaparkan mempunyai fungsi yang tersendiri seperti fungsi membersihkan jiwa. Antara entri yang mempunyai fungsi tersebut ialah seperti berikut:

“Di akhirat kelak, terdapat mereka yang dikumpulkan di padang mahsyar untuk pengadilan dalam keadaan BUTA & DIAZAB, lalu mereka bertanya :

"wahai Tuhan, mengapa kami dikumpul dalam buta sedang kami dahulunya (di dunia) celik mata?.

Lalu Allah swt menjawab :

"KERANA DAHULU telah sampai kepadamu ayat-ayat kami TETAPI engkau telah ABAI dan lupakannya. nescaya kini engkau akan DIABAIKAN". (Surah Toha : 125-126)

Justeru, masih lagikah kita secara malas atau sengaja atau ingkar mahu mengabaikan kandungan ayat-ayat Allah swt dan RasulNya dalam seluruh aspek kehidupan kita?. Semoga beroleh hidayah taufiq.

Muhasabah diri”.

Rajah 5.33. Entri UZAR / 02 Januari 2016

“Penceraian yang terhasil akibat perkara remeh biasanya lahir dari perkara yang besar iaitu, suami isteri tidak solat dan TIDAK mencantikkan amalan FARDHU, GERSANG PULA DARI AMALAN SUNAT, akhirnya

Hati seperti kosong,

Nafsu kuasai diri,

Minda hanya pentingkan dan fikir tentang diri,

Apa yang baik terhibat yang buruk terzahir,

Nafsu amarah meningkat sukar dikawal,

Emosi tenggelami rasional,

Hati hilang rasa puas,

Tiada syukuri nikmat hanya kufuri,

Kehidupan hilang berkat lalu hal remeh terlihat besar sehingga memutuskan ikatan pernikahan.

Ditambah pula lagi dengan KURANG ilmu komunikasi sama ada pada salah seorang pasangan atau keduanya, juga KURANG MENJAGA ELEMEN kufu' dan lain-lain lagi. Akhirnya penceraian berlaku sama ada dari sebab hati yang sakit kerohaniannya atau sakit mentaliti dan fizikal yang majoritinya berpunca dari hati bermasalah. Nauzubillah min zalik..moga sakinah, mawaddah dan rahmah mampu dimiliki kita semua. Namun ia perlukan ilmu, amal, ikhlas dan terus usaha.”.



Rajah 5.34. Entri UZAR / 13 Januari 2016 (2nd)

Entri yang bertarikh 2 Januari 2016 memaparkan mesej berkaitan membersihkan jiwa melalui al-Quran dan muhasabah diri. Al-Quran dalam entri tersebut dapat dirujuk melalui ayat “(Surah Toha: 125-126)” dan “kandungan ayat-ayat Allah swt”.

Muhasabah diri pula secara jelas dinyatakan dalam entri tersebut. Al-Quran dan muhasabah diri merupakan antara cara yang boleh dilakukan bagi tujuan pembersihan jiwa. Manakala, entri pada 13 Januari 2016 (1st) pula memaparkan hal berkaitan solat bagi tujuan pembersihan jiwa melalui perkataan “solat” yang terdapat dalam entri tersebut. Dalam pada masa yang sama, entri tersebut memerihalkan sifat yang akan lahir hasil daripada pembersihan jiwa, iaitu ikhlas. Sifat ini dinyatakan secara jelas melalui perkataan “ikhlas” dalam entri tersebut. Entri pada 13 Januari 2016 turut memerihalkan sifat-sifat yang dapat dihindarkan melalui pembersihan jiwa seperti “nafsu amarah meningkat sukar dikawal” dan “tiada syukuri nikmat kufur”. Kedua-dua sifat yang dinyatakan ini dapat dihindarkan dengan pembersihan jiwa seperti yang telah dihuraikan dalam sorotan karya. Pendakwah ini juga menyertakan gambar keratan akhbar bagi melengkapkan teks yang dipaparkan.

Selain itu, Dr. Zaharuddin Abd Rahman turut membuat kiriman mesej dakwah Islamiah dalam entri halaman Facebook miliknya yang mempunyai fungsi menggalakkan amal. Antara entri tersebut ialah:

“SEDIKIT YANG BANYAK

Derma yang sedikit dari seorang yang sedikit harta BOLEH JADI lebih besar ganjarannya dari derma individu yang kaya?. Sebuah hadis Riwayat at-tabarani dan Ahmad menyebut :-

أي الصدقة أفضل؟ قال: سرّ إلى فقير أو جُهد من مُقل

Ertinya : Sedeqah yang paling utama adalah menggembirakan fakir dan dikeluarkan dalam keadaan sedikit harta. (Hadis Dhoif)

Hadis ini tidak menafikan keutamaan orang kaya bersedeqah, itu juga hebat namun ia dalam konteks hebatnya mereka yang punyai sedikit tapi masih memberi dan juga memberi motivasi kepada orang yang kurang berharta yang kerap ditekan perasaan tidak mampu sedeqah kerana diri sendiri kurang harta.

Adapun orang kaya, teruskan sedqah kalian. Yang sedikit kurang, jangan beralasan, baginda nabi memberi motivasi khas untuk kalian. Takwilan di atas hadir dengan kefahaman dari hadis sahih Muslim di bawah, Rasulullah bersabda

سبق درهم مائة ألف درهم فقال رجل : وكيف ذلك يا رسول الله قال : رجل له مال كثير أخذ من عرضه مائة ألف درهم فتصدق بها ورجل ليس له إلا درهمان فأخذ أحدهما فتصدق به فهذا تصدق بنصف مال

Ertinya : Satu dirham boleh mendahului seratus ribu dirham. Lalu bertanya seorang lelaki kepada Nabi, “Bagaimana boleh jadi sedemikian? “Jawab baginda : Seorang lelaki yang harta yang banyak, mengeluarkan sebahagian darinya bernilai 100,000 dirham dan bersedeqah dengannya, manakala ada lelaki yang tiada kecuali dua dirham, lalu diambilnya satu dirham dan disedeqahkan, maka ini dikira sedeqah dengan separuh miliknya.”.

Universiti Utara Malaysia

Rajah 5.35. Entri UZAR / 23 Januari 2016

“Doa seseorang itu BOLEH sahaja dimaqlulkan oleh Allah swt dalam bentuk yang TIDAK disukainya, contohnya berdoa agar hati lebih tenang dan khusyu’ solat, lalu Allah swt merugikan bisnesnya sehingga bankrupt kerana tidak disedari bisnesnya itulah penghalang hati tenang dan khusyu’, tanpanya (atau dengan bisnes lain yang lebih baik) apa yang dipohonnya boleh diperolehi.

Begitulah seterusnya, sebahagian musibah dan bala yang datang adalah untuk memaqlulkan doa kita sendiri.

Justeru sama-sama kita usaha bersabar dan tidak cepat putus asa, terlalu bersedih dengan apa yang hilang atau melenting membenci taqldir. Carilah positif darinya nescaya hidup lebih tenang. Itulah sifat

Rajah 5.36. Entri UZAR / 07 Januari 2016

Mukmin sejati sabdaan Nabi salla allahu ‘alaihi wasaalam:-

عَلِمَا لِأَمْرِ الْمُؤْمِنِ إِنَّ أَمْرَهُ كُلَّهُ خَيْرٌ وَلَيْسَ ذَلِكَ لِأَحَدٍ إِلَّا لِلْمُؤْمِنِ إِنْ أَصَابَتْهُ سُرَّاءٌ شَكَرَ فَكَانَ خَيْرًا لَهُ وَإِنْ أَصَابَتْهُ ضُرٌّ صَبَرَ فَكَانَ خَيْرًا لَهُ

Ertinya : Ajaib urusan orang mukmin itu, apa yang berlaku semua baginya kebaikan, tiada seorang kecuali mukmin yang apabila ditimpa kebaikan lalu bersyukur maka kebaikan baginya, apabila ditimpa keburukan bersabar, maka kebaikan baginya juga (Hadis sohih Muslim)”).

Rajah 5.36. (Sambungan)

Entri yang dikirim pada 23 Januari 2016 merupakan satu-satunya mesej dakwah Islamiah berkaitan amal jariah yang digarap oleh Dr. Zaharuddin Abd Rahman. Entri tersebut dikatakan sebagai mesej yang mempunyai fungsi menggalakkan amal jariah kerana terdapat perkataan “derma” dan “sedeqah” yang sama maksud dengan jariah. Entri tersebut dikategorikan sebagai amal jariah khairi kerana ia tidak menyatakan secara khusus pihak yang menerima derma atau sedekah tersebut. Manakala, pada 7 Januari 2016, Dr. Zaharuddin Abd Rahman menggarap mesej dakwah Islamiah yang mempunyai fungsi menggalakkan amal ibadah. Hal ini dapat dilihat melalui terdapatnya perkataan “solat” yang merupakan amal ibadah yang wajib ditunaikan oleh setiap orang Islam. Dalam pada masa yang sama, entri tersebut turut memaparkan fungsi menggalakkan amal saleh berkaitan doa yang secara jelas dinyatakan dalam entri tersebut melalui perkataan “doa”. Doa ialah suatu permintaan hamba kepada Allah S.W.T. dan ia merupakan suatu perbuatan baik yang digalakkan dalam Islam.

Di samping itu, entri yang mempunyai fungsi membina perpaduan dan kesatuan turut dikirim oleh pendakwah ini. Berikut merupakan antara entri yang mempunyai fungsi tersebut:

“Setelah melihat statistik masalah rumahtangga di Malaysia yang mendukacitakan & membimbangkan, kepada semua yang telah dan belum berumahtangga, bersama-sama luangkan sedikit masa untuk mendengar perkongsian ini bagi mengekalkan barakah dalam keluarga..dengarkan video ini . Semoga bermanfaat.

<https://www.youtube.com/watch?v=PPEgiDO789s>”.



Rajah 5.37. Entri UZAR / 13 Januari 2016 (3rd)

“SEMINAR FIQH ISLAM DAN MASYARAKAT CINA

OBJEKTIF

- ✓ Pelajari teknik terbaik dalam berdakwah
- ✓ Memberi pendedahan fiqh muallaf semasa
- ✓ Memahami sosiabudaya masyarakat cina
- ✓ Mempelajari akhlaq para rasul & para sahabat dalam berdakwah
- ✓ Mengetahui erti kerjasama antara muslim dan non muslim
- ✓ Membantu meningkatkan keyakinan diri untuk berdakwah
- ✓ Membetulkan salah faham non Muslims terhadap Islam
- ✓ Membetulkan salah faham Muslim terhadap masyarakat Cina

PANELIS

- ✓ Ustaz Dr Zaharuddin Bin Abdul Rahman
- ✓ Ustaz Dr Maszlee Malik
- ✓ Prof Dr Taufiq Yap Yun HIn
- ✓ Xifu Naser Abdul Rahman
- ✓ Dr Poey Tiang Peow
- ✓ Ustaz Dr Muhd Nidzam Abdul Kadir
- ✓ Dr Nur Athiroh Masyaail Tan Ai Pao

TARIKH

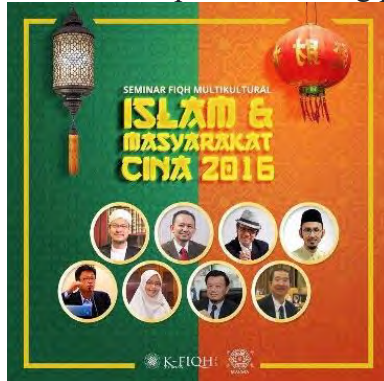
- ▼ 30 Januari 2016
 - ▼ UTM, Jalan Semarak (Kuala Lumpur)
- Jangan lepaskan peluang ini! Sila daftar segera.

Rajah 5.38. Entri UZAR / 05 Januari 2016 (2nd)

DAFTAR Klik multikultural.kfiqh.com

* Harga early bird tamat 7 Januari 2016 *

TERHAD kepada 500 orang peserta sahaja!”.



Rajah 5.38. (Sambungan)

Fungsi membina perpaduan dan kesatuan berkaitan keluarga dipaparkan dalam entri bertarih 13 Januari 2016 (2nd). Entri tersebut diletakkan sebagai mesej yang mempunyai fungsi membina perpaduan dan kesatuan dalam keluarga kerana terdapat perkataan “rumah tangga”. Pendakwah menyatakan masalah rumah tangga di Malaysia membimbangkan dan mengajak khalayak untuk mendengar video bagi mengekalkan barakah dalam keluarga bertujuan membina perpaduan dan kesatuan dalam keluarga. Video yang disertakan oleh pendakwah ini bertujuan melengkapkan teks yang dipaparkan. Manakala entri, entri pada 5 Januari 2016 (2nd) pula memaparkan mesej yang mempunyai fungsi membina perpaduan dan kesatuan dalam masyarakat. Hal ini dapat dilihat melalui beberapa ayat dalam entri tersebut seperti “mengetahui erti kerjasama antara muslim dan non muslim”, “membetulkan salah faham non muslims terhadap Islam” dan “membetulkan salah faham Muslim terhadap masyarakat Cina”. Ayat-ayat tersebut membawa maksud untuk memupuk kerjasama serta mengelak

daripada berlakunya perpecahan. Pendakwah ini turut menyertakan infografik bagi memperincikan teks yang dihasilkan.

Seterusnya, halaman Facebook Dr. Zaharuddin Abd Rahman turut membuat kiriman mesej dakwah Islamiah yang berfungsi sebagai menangkis budaya yang merosakkan. Fungsi tersebut terdapat dapat ditemui dalam entri.

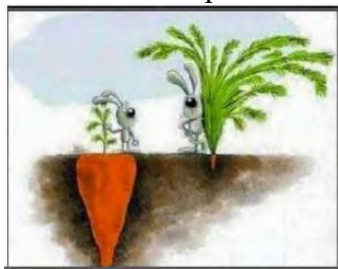
“Ramai manusia mengukur kejayaan dengan banyaknya harta dan kekayaan yang terzahir, namun kejayaan sebenar adalah meninggalkan dunia ini dengan kemampuan mengucapkan kalimah La Ilaha Illa Allah & banyaknya ‘simpanan akhirat’.

Kemampuan & simpanan akhirat itu bakal diperolehi dengan berterusannya amal dan ikhlas. Sama-sama kita bermujahadah setiap detik dan hari kerana penamat umur tidak dikatahui bila dan dimana.

Nabi bersabda :

لَقِيُوا مَوْتَكُمْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ . فَمَنْ كَانَ آخِرَ كَلِمَتِهِ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ عِنْدَ الْمَوْتِ دَخَلَ الْجَنَّةَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ . وَإِنْ أَصَابَهُ قَلْبٌ ذَلِكَ مَا أَصَابَهُ

Ertinya : Ajarkan orang nazak di antara kamu akan kalimah La Ilaha Illa Allah, kerana sesungguhnya sesiapa yang akhir kalamnya La Ilaha Illa Allah pasti akan masuk syurga.”.

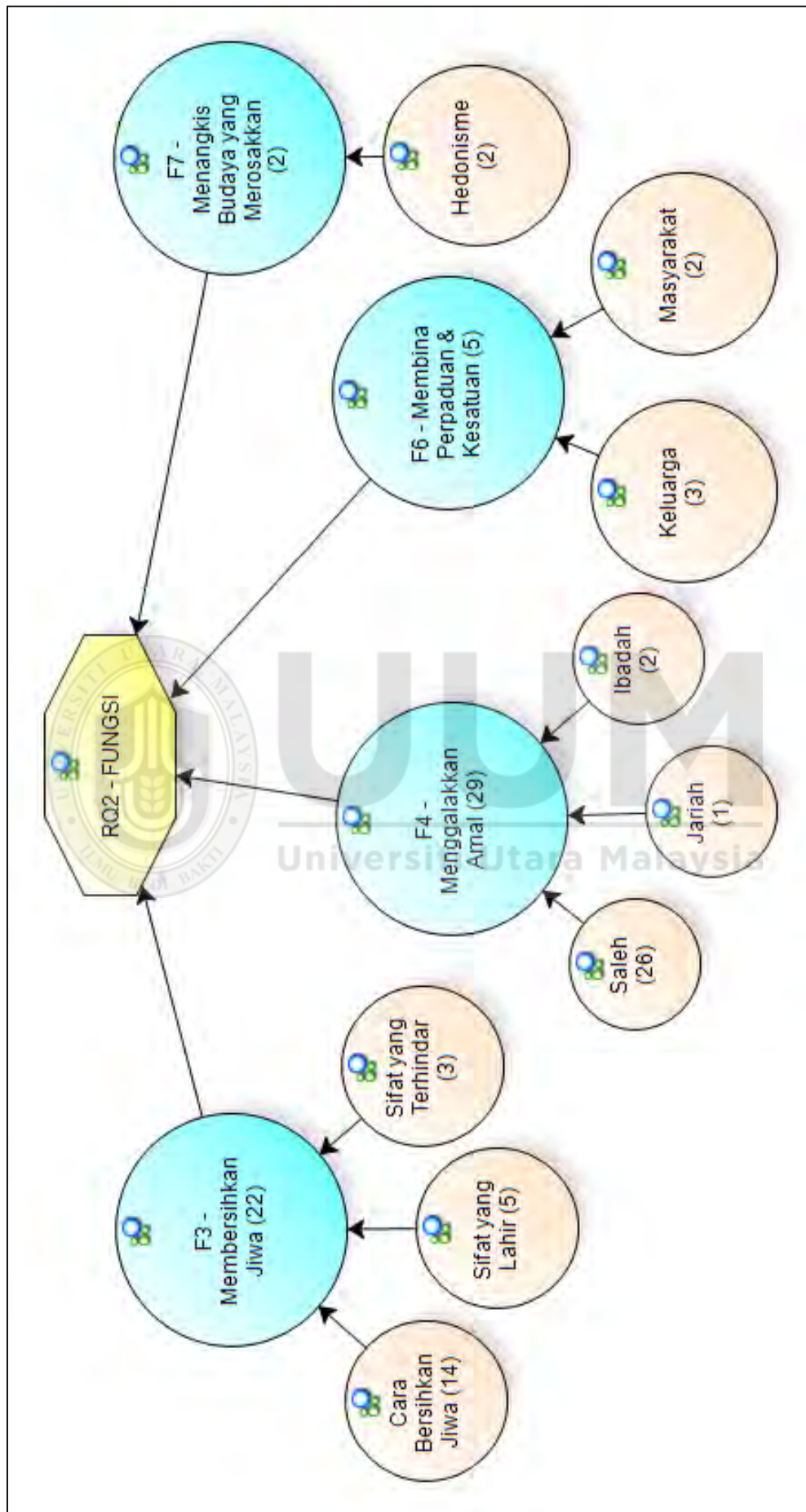


Rajah 5.39. Entri UZAR / 05 Januari 2016 (1st)

Entri di atas diletakkan sebagai entri yang mempunyai fungsi menangkis budaya yang merosakkan melalui ayat “Ramai manusia mengukur kejayaan dengan banyaknya

harta dan kekayaan yang terzahir, namun kejayaan sebenar adalah meninggalkan dunia ini dengan kemampuan mengucapkan kalimah La Ilaha Illa Allah & banyaknya 'simpanan akhirat'.". Manusia yang hidup dengan mementingkan kemahiran kemewahan dunia semata-mata merupakan satu budaya hedonisme yang perlu dielakkan oleh umat Islam. Hal ini kerana, bagi umat Islam, dunia bukanlah tempat untuk mencari keseronok dan mengumpul kekayaan semata-mata, sebaliknya tempat untuk beramal ibadat buat bekalan di akhirat kelak. Gambar juga disertakan oleh pendakwah bagi melengkapkan teks yang dipaparkan.

Secara kesimpulannya, Dr. Zaharuddin Abd Rahman mengaplikasikan empat fungsi mesej dakwah Islamiah dalam entri halaman Facebook miliknya. Empat fungsi tersebut ialah membersihkan jiwa, menggalakkan amal, membina perpaduan dan kesatuan serta menangkis budaya yang merosakkan. Rajah 5.40 menunjukkan pemetaan fungsi mesej dakwah Islamiah yang dihasilkan oleh Dr. Zaharuddin Abd Rahman dalam halaman Facebook miliknya.



Rajah 5.40. Fungsi Mesej Dakwah Islamiah Dalam Halaman Facebook Dr. Zaharuddin Abd Rahman

Entri bertarikh 1 Januari 2016 (2nd) mempunyai fungsi membersihkan jiwa. Hal ini dapat dilihat melalui ayat “Menziarahi Perkuburan” yang secara tidak langsung mengingat kematian. Mengingat kematian merupakan antara perkara yang dilakukan bagi membersihkan jiwa. Bagi melengkapkan teks yang dihasilkan, Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff turut menyertakan gambar dalam entri tersebut. Manakala, entri pada 15 Januari 2016 pula memaparkan sifat-sifat yang dapat dihindarkan melalui pembersihan jiwa seperti “dengki”, “sombong” dan “lupa bersyukur”. Pendakwah ini turut menyertakan gambar untuk melengkapkan teks yang dipaparkan.

Di samping itu, halaman Facebook Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff turut mengaplikasikan fungsi menggalakkan amal dalam entri yang dipaparkan. Antara entri tersebut ialah:

“Masya-Allah... Pelakon terkenal Salman Khan arah org diam ketika azan waktu solat berkumandang dalam satu majlis rasmi... Semoga Allah bagi hidayah utk semua ...”.



Rajah 5.43. Entri Dr.MIA / 24 Januari 2016 (2nd)

Fungsi menggalakkan amal ibadah ditemui dalam entri pada 24 Januari 2016 (2nd) berkaitan dengan solat. Hal ini jelas dapat dirujuk melalui perkataan “solat” yang terdapat dalam entri tersebut. Video turut disertakan oleh pendakwah ini bagi

memperincikan teks yang dipaparkan. Manakala, pada 3 Januari 2016 (1st) pula, entri yang dihasilkan mempunyai fungsi menggalakkan amal saleh. Amal saleh yang dipaparkan dalam entri tersebut ialah berkaitan dengan umrah dan doa yang jelas terdapat kedua-dua perkataan tersebut dalam entri bertarikh 3 Januari 2016 (1st).

Selain itu, fungsi membina perpaduan dan kesatuan juga turut diaplikasikan dalam penghasilan mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff. Antara entri halaman Facebook yang mempunyai fungsi tersebut ialah seperti berikut:

“AMALAN UNTUK PARA ISTERI
TIPS INGIN MEMASTIKAN HARTA SUAMI SEMAKIN
BERTAMBAH DAN BARAKAH?

1. Belanjakan sedikit harta yg dimiliki utk menggembirakan orang lain seperti memberinya kpd ibu bapa sendiri atau mertua. Pemberian tidak terhad, berilah mengikut kemampuan... Gembirakan jiran tetangga dll...
2. Selalu mengingatkan suami supaya mencari rejeki yg halal kerana ia akan dimakan oleh isteri dan anak-anak.
3. Tinggalkan style hidup yg boros. Jika mampu, masak dan makanlah di rumah. Berbelanja dengan berhemah.
4. Lakukan ibadah bersama apabila terdapat kelapangan. Keluarga yg kuat ibadah akan diberkati Allah dlm kehidupannya.
5. Penenang kepada suami di kala dia keletihan mencari nafkah. Jangan dibebani para suami dgn sesuatu yg remeh kerana mereka mempunyai tanggungjawab yg lebih besar dr itu. Kecualilah suami yg sedia ada itu pemalas dan DAYUS.
Gambar hanya sekadar hiasan...”



Rajah 5.44. Entri Dr.MIA / 14 Januari 2016 (2nd)

“..Selesai sesi kuliah di Surau Al-Firdaus, Desa Saujana Kajang dapat berkongsi-kongsi dan berbincang dengan jemaah..Inilah masa saya untuk bersama dengan para jemaah dengan masa yang padat di siang hari urusan akademik UKM, Program dan Rakaman TV. Alhamdulillah

Doakan semuanya”.



Rajah 5.45. Entri Dr.MIA / 14 Januari 2016 (1st)

Entri pada 14 Januari 2016 (2nd) mempunyai fungsi membina perpaduan dan kesatuan dalam keluarga. Ayat yang dirujuk sebagai membina perpaduan dan kesatuan dalam keluarga ialah “AMALAN UNTUK PARA ISTERI TIPS INGIN MEMASTIKAN HARTA SUAMI SEMAKIN BERTAMBAH DAN BARAKAH?”. Pendakwah ini memberikan tips yang boleh dilaksanakan oleh para isteri bagi menambahkan harta dan keberkatannya. Pertambahan harta yang barakah akan membawa kepada keharmonian dalam rumahtangga seterusnya dapat membina perpaduan dan kesatuan dalam keluarga. Ayat “Lakukan ibadah bersama apabila terdapat kelapangan. Keluarga yg kuat ibadah akan diberkati Allah dlm kehidupannya.” juga dapat dirujuk sebagai fungsi membina perpaduan dan kesatuan dalam keluarga. Keluarga yang diberkati Allah akan menjadi sebuah keluarga yang hidup bersatu padu dan jauh dari perpecahan. Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff juga menyertakan gambar untuk melengkapkan teks yang dihasilkan. Manakala, pada 14 Januari 2016 (1st) pula, entri yang dipaparkan mempunyai fungsi membina perpaduan dan kesatuan dalam masyarakat. Hal ini dapat dirujuk melalui ayat “berkongsi-kongsi dan berbincang

dengan Jemaah”. Perkara tersebut dapat mengeratkan hubungan sesama masyarakat seterusnya membina perpaduan dan kesatuan. Bagi melengkapkan teks yang digarap, pendakwah turut menyertakan gambar yang berkaitan.

Selanjutnya, Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff turut menggarap mesej dakwah Islamiah yang mempunyai fungsi menangkis budaya yang merosakkan dalam halaman Facebook miliknya. Berikut merupakan entri yang mempunyai fungsi tersebut:



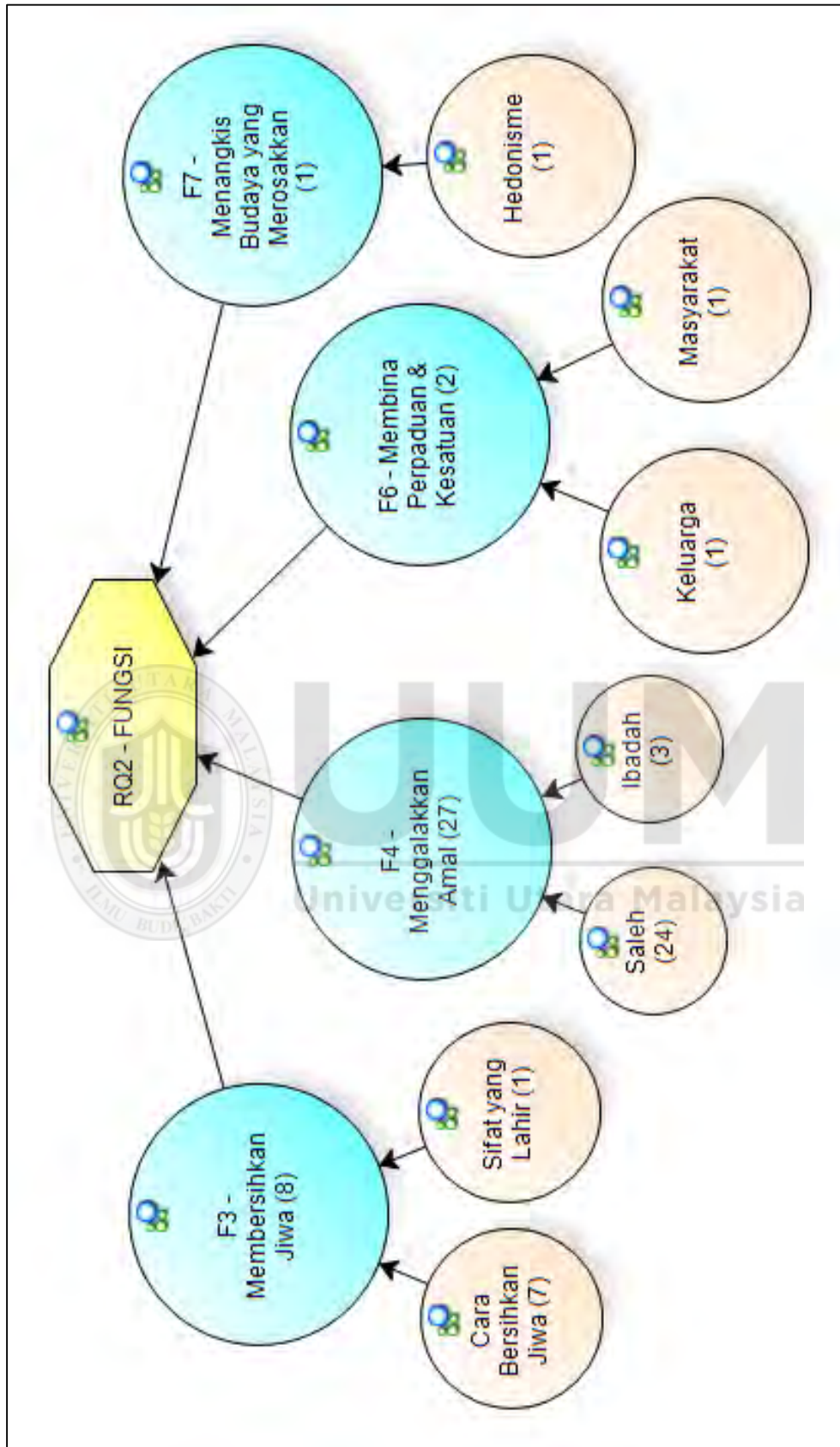
Rajah 5.46. Entri Dr.MIA / 30 Januari 2016

Entri di atas merupakan entri tunggal yang mempunyai fungsi menangkis budaya yang merosakkan. Hal ini dapat dirujuk melalui ayat “menimbunkan harta”. Budaya mengumpul harta merupakan merupakan suatu budaya yang merosakkan seperti yang dijelaskan dalam sorotan karya. Perkara ini diperkukuhkan lagi melalui entri dakwah di atas yang menyatakan bahawa menimbunkan harta dapat merosakkan manusia.

Infografik juga disertakan oleh pendakwah ini bagi memberi perincian terhadap teks yang dipaparkan.

Secara kesimpulannya, halaman Facebook Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff memaparkan mesej dakwah Islamiah yang mempunyai beberapa fungsi tertentu. Antara fungsi mesej dakwah Islamiah yang ditemui dalam halaman Facebook pendakwah ini ialah fungsi membersihkan jiwa, fungsi menggalakkan amal, fungsi membina perpaduan dan kesatuan serta fungsi mencegah budaya yang merosakkan. Rajah 5.47 menunjukkan pemetaan fungsi mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook pendakwah ini.

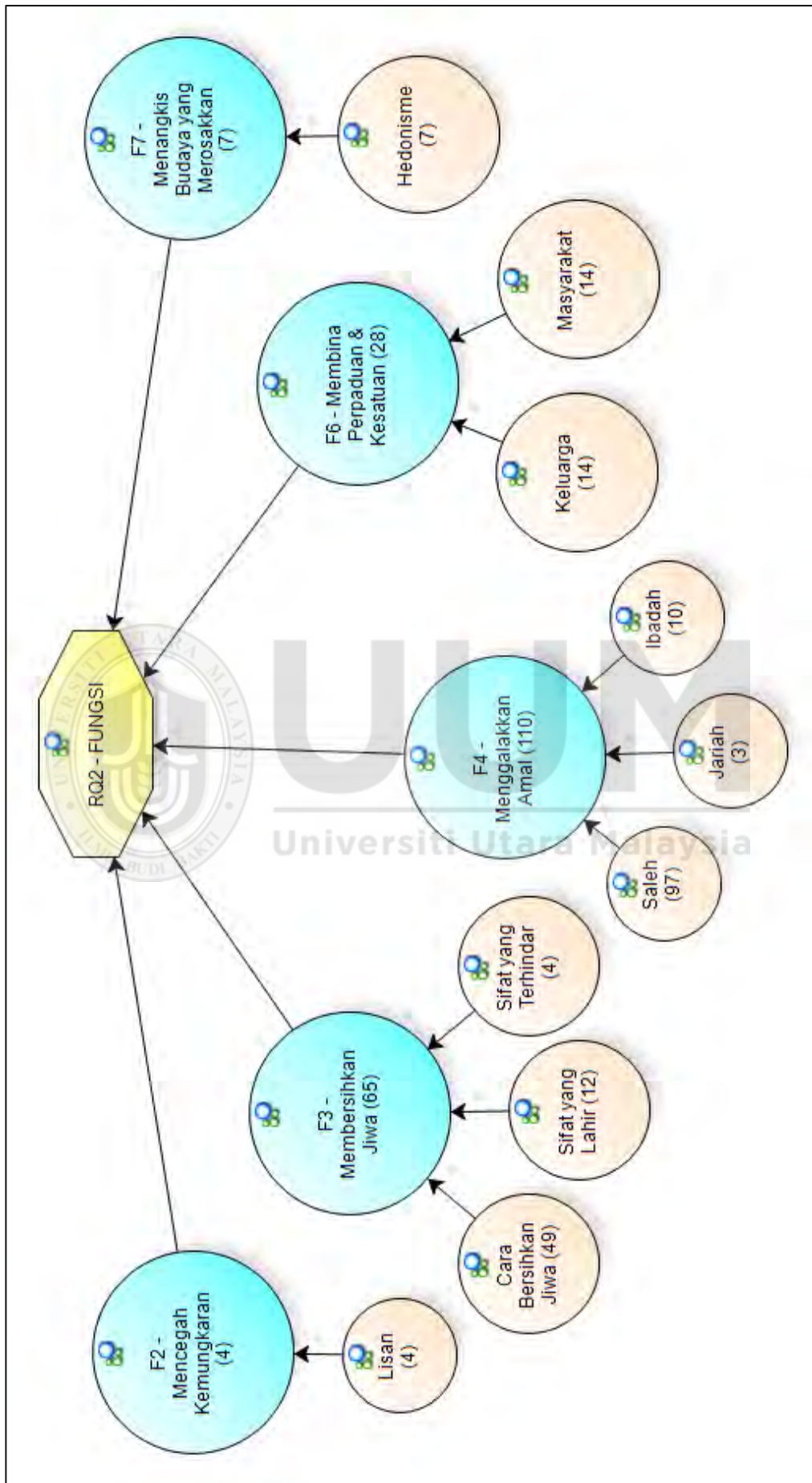




Rajah 5.47. Fungsi Mesej Dakwah Islamiah Dalam Halaman Facebook Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff

5.3 Analisis Fungsi Mesej dalam Halaman Facebook Pendakwah Terpilih

Hasil analisis menunjukkan setiap pendakwah mengaplikasikan fungsi yang berbeza dalam setiap entri halaman Facebook masing-masing. Hasil analisis juga mendapati halaman Facebook Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani, Dr. Mohd Asri Zainul Abidin, Dr. Zaharuddin Abd Rahman dan Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff mengaplikasikan fungsi mesej dakwah Islamiah yang sama. Antara fungsi mesej dakwah Islamiah yang diterapkan dalam entri halaman Facebook milik pendakwah-pendakwah ini ialah fungsi membersihkan jiwa, fungsi menggalakkan amal, fungsi membina perpaduan dan kesatuan serta fungsi menangkis budaya yang merosakkan. Halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie turut mengaplikasikan keempat-empat fungsi mesej dakwah Islamiah tersebut juga. Namun, Ustaz Sharhan Shafie turut menerapkan fungsi mencegah kemungkaran dalam mesej dakwah Islamiah yang dihasilkannya. Manakala, fungsi membetulkan i'tiqad dan fungsi mengukuhkan peribadi tidak diaplikasikan oleh mana-mana pendakwah terpilih. Rajah 5.48 menunjukkan pemetaan fungsi mesej dakwah Islamiah yang dipaparkan dalam halaman Facebook pendakwah terpilih.



Rajah 5.48. Pemetaan Fungsi Mesej Dakwah Islamiah Dalam Halaman Facebook Pendakwah Terpilih

5.4 Perbincangan Fungsi Mesej Dakwah Islamiah

Komunikasi secara umumnya mempunyai pelbagai fungsi seperti menyampaikan, mendidik, membujuk dan menghibur (Effendy, 1981; & Schramm & Porter, 1973). Fungsi komunikasi ini juga secara tidak langsung akan berubah mengikut konteks perbincangan semasa. Antaranya, konteks perbincangan komunikasi keluarga (Asiah, Irkhaniza & Mohamed Sharif, 2008), komunikasi teater tradisional (Rahmah, 2007) dan juga komunikasi Islam (R. Agus, 1990 & Nasruddin, 2002). Sesuai dengan kajian ini yang cuba merungkai mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook, maka penyelidik mengaplikasikan fungsi komunikasi Islam yang disarankan oleh R. Agus (1990) dan Nasruddin (2002).

Terdapat tujuh fungsi komunikasi Islam yang diketengahkan oleh R. Agus (1990) dan Nasruddin (2002). Namun, berdasarkan kepada dapatan yang diperoleh, hanya terdapat lima fungsi sahaja yang diaplikasikan oleh kesemua pendakwah terpilih dalam halaman Facebook masing-masing. Lima fungsi tersebut ialah mencegah kemungkaran, membersihkan jiwa, menggalakkan amal, membina perpaduan dan kesatuan serta menangkis budaya yang merosakkan. Manakala, fungsi membetulkan i'tiqad dan mengukuhkan peribadi tidak ditemui dalam halaman Facebook pendakwah terpilih (rujuk Rajah 5.48). Penemuan ini menunjukkan mesej dakwah Islamiah yang digarap oleh para pendakwah mempunyai kepelbagaian fungsi dan tidak berfokus terhadap satu fungsi sahaja.

Membersihkan jiwa, menggalakkan amal serta membina perpaduan dan kesatuan adalah fungsi yang kerap digunakan oleh para pendakwah ketika menyampaikan mesej

dakwah Islamiah dalam halaman Facebook masing-masing (rujuk Rajah 5.48). Fungsi-fungsi tersebut bertujuan mengajak khalayak untuk melakukan sesuatu perkara yang baik selaras dengan syariat Islam. Jika dilihat dalam konteks komunikasi secara umum, fungsi-fungsi tersebut dapat dikelaskan kepada pemujukan, iaitu bertujuan menyeru khalayak untuk turut sama terlibat dalam sesuatu perkara yang disampaikan oleh sumber. Hal ini dapat dilihat dalam dapatan analisis. Antara perkara yang dibangkitkan berkaitan mengajak masyarakat untuk berbuat sesuatu kebaikan adalah seperti mengajak khalayak untuk turut serta dalam majlis ilmu, membaca al-Quran dan bertolak ansur antara suami isteri.

Kaedah pemujukan konvensional (Mohd Helmi, 2004) mempunyai persamaan dengan dakwah, iaitu bertujuan menyampaikan mesej, malah dakwah itu sendiri merupakan suatu proses pemujukan (Mohd Khairie, 2011). Hal ini diperkukuhkan lagi melalui penyelidikan berkaitan dakwah berdasarkan konsep 4P dalam pemasaran yang telah dilaksanakan oleh Mariam (2014).

Pemujukan moral yang banyak digunakan dalam iklan sosial menjadi pemangkin kepada perubahan persepsi dan sikap masyarakat ke arah lebih baik (Nor Shahila, *et al.* 2014). Konsep pemujukan moral ini sama dengan dakwah yang menekankan bahawa setiap mesej yang disampaikan perlulah lahir dari hati pendakwah berpandukan syariat Islam yang bersifat positif (Alpha, 2005). Hasil analisis mendapati para pendakwah sememangnya menggunakan kaedah ini dalam menyampaikan dakwah Islamiah dengan menggunakan perkataan yang positif. Hal ini selaras dengan komunikasi Islam dan dakwah Islamiah khususnya yang menekankan

sesuatu perkataan itu perlulah berbentuk positif berbanding negatif bagi menarik minat *mad'u* terhadap mesej yang disampaikan (Norlain & Dindang, 1998; & Jawiah & Ibrahim, 2005).

Kaedah pemujukan secara lemah lembut yang digunakan oleh para pendakwah lebih mendapat perhatian golongan ini berbanding dengan kaedah tegas yang bersifat menghukum. Hal ini selaras dengan kaedah dakwah seperti dinyatakan dalam al-Quran (rujuk bab 2.3.3) yang menekankan penyampaian dakwah perlulah dilaksanakan dengan cara yang bersifat memujuk berbanding menghukum. Garis panduan ini telah dinyatakan secara jelas oleh Allah S.W.T. dalam surah al-Nahl ayat 125. Kaedah ini sememangnya terbukti berkesan melalui penyelidikan yang dilaksanakan oleh Fariza *et al.* (2016). Kaedah ini secara tidak langsung dapat mendidik masyarakat untuk melaksanakan sesuatu perkara itu berdasarkan syariat Islam dengan ikhlas tanpa sebarang paksaan. Keadaan ini selaras dengan tujuan dakwah yang bermatlamat untuk melahirkan individu muslim sejati yang mengamalkan syariat Islam bukan sahaja dalam hal-hal berkaitan ibadah tetapi juga dalam semua urusan kehidupan seharian. Malah, kaedah pemujukan ini juga bertepatan dengan makna dakwah yang bertujuan menyeru masyarakat melaksanakan *amar makruf nahi mungkar* (rujuk bab 2.3).

Selanjutnya, fungsi mencegah kemungkaran dan menangkis budaya yang merosakkan boleh berada dalam satu skop perbincangan yang sama. Hal ini adalah kerana kedua-dua fungsi ini bertujuan untuk mencegah dan menolak budaya yang bersifat negatif, iaitu bertentangan dengan syariat Islam. Fungsi ini bertindak menyeru masyarakat untuk menjauhi setiap perbuatan yang boleh menjeruskan mereka ke arah perkara yang

bertentangan dengan syariat Islam. Jika dilihat dalam konteks asas komunikasi secara umum, mesej-mesej dalam halaman Facebook yang mempunyai fungsi ini dapat dikelaskan kepada menyampaikan, iaitu bertujuan menyatakan sesuatu perkara. Hal ini dapat dilihat melalui mesej-mesej yang digarap oleh para pendakwah berbentuk pernyataan, iaitu menyatakan sesuatu perkara itu sama ada bertentangan atau selaras dengan syariat Islam.

Secara umumnya, tugas pendakwah sememangnya untuk menyampaikan mesej Islam kepada setiap individu sama ada Islam ataupun tidak. Namun begitu, dalam konteks perbincangan ini, skop penyampaian mesej ini dilihat dari sudut yang lebih khusus melibatkan setiap mesej yang digarap berdasarkan kategori mesej, fungsi mesej dan strategi penyampaian mesej. Tugas berdakwah ini terletak di bahu setiap mukallaf sesuai dengan kemampuan masing-masing (Zulkiple, 2001 & Nik Roskiman, 2013). Ini bermaksud bahawa setiap muslim perlu menyampaikan mesej Islam mengikut ilmu pengetahuan yang dimiliki, tidak kiralah sama ada mesej tersebut diterima atau tidak oleh khalayak. Hal ini kerana, tujuan utama dakwah adalah untuk menyampaikan mesej Islam berteraskan *amar makruf nahi mungkar*.

Proses menyampaikan dalam konteks dakwah adalah berbeza dengan penyampaian dalam berita. Hal ini kerana konsep berita adalah lebih terarah kepada untuk menyampaikan maklumat atau melaporkan sesuatu perkara yang telah berlaku (Blake & Haroldsen, 1979). Sebaliknya penyampaian dalam dakwah lebih terarah kepada menyampaikan sesuatu ilmu berkaitan Islam yang telah ditetapkan syarak untuk dilaksanakan oleh khalayak. Selain itu, penyampaian dalam dakwah juga bertujuan

untuk memberi penerangan dan penyebaran yang jelas berkaitan Islam (Md Rozalafri & Rosmawati, 2011). Hal ini jelas menunjukkan bahawa penyampaian dalam dakwah bukan sahaja bertujuan untuk menyampaikan sesuatu maklumat sahaja tetapi dalam masa yang sama untuk mendidik masyarakat berkaitan syariat Islam yang sebenar untuk diaplikasikan dalam kehidupan seharian.

Seterusnya, membetulkan i'tiqad dan mengukuhkan peribadi merupakan dua fungsi yang tidak ditemui setelah analisis dilaksanakan. Secara tidak langsung, sebenarnya kedua-dua fungsi ini saling berkaitan kerana ia melibatkan pegangan agama seseorang individu. Hal ini adalah kerana peribadi muslim yang kukuh akan membawa kepada pengukuhan pegangan akidahnya. Secara ringkasnya, pegangan akidah atau i'tiqad seseorang individu bergantung kepada keperibadian muslim tersebut. Bagi mengatakan kedua-dua perkara ini tidak menjadi isu yang besar di Malaysia adalah suatu perkara yang sukar untuk diterima. Contohnya berkaitan dengan i'tiqad atau turut dikenali dengan pegangan akidah.

Perkara berkaitan i'tiqad yang melibatkan akidah umat Islam di Malaysia merupakan suatu isu yang kerap dibincangkan dalam media massa konvensional. Antara perkara yang sering dibangkitkan adalah berkaitan dengan ajaran sesat dan murtad. Malah, terdapat pelbagai kajian ilmiah yang telah dilaksanakan oleh para sarjana terdahulu berkaitan murtad dan ajaran sesat (rujuk bab 2.4.2 - Membetulkan i'tiqad). Hal ini dibuktikan lagi dengan beberapa kajian ilmiah yang menjurus kepada permasalahan akidah mula mendapat tempat perhatian para sarjana seperti Hiasan, Ahmad Farhan, Muhammad Zainal dan Ahmad Kilani (2015), Muhammad Irfan, Muhammad

Aminuddin dan Ahmad Marzuki (2015), Muhammad Qutaibah, Muhammad Inamul dan Sulaiman (2015), Nurul Hidayah, Nor Kamilah dan Kamarul Azmi (2015), Saiyidatul Mahirah, Faezah dan Mohd Ismail (2015) serta Siti Norain, Siti Hawa dan Kamarul Azmi (2015).

Oleh itu, pengetahuan dan kemahiran para pendakwah adalah hujah yang terbaik bagi ketiadaan kedua-dua fungsi ini (membetulkan i'tiqad dan mengukuhkan peribadi) dalam mesej yang dihasilkan di halaman Facebook para pendakwah. Perkara ini kerana kemahiran setiap individu adalah berbeza dan setiap perkara yang ingin disampaikan perlulah dalam konteks kemahiran masing-masing. Perkara berkaitan kepakaran masing-masing ini turut dibincangkan dalam perbincangan terdahulu (rujuk bab 4.5). Malah, dalam Islam, setiap individu memikul amanahnya yang tersendiri. Penulis memikul amanah melalui penanya (*qalam*) dan akan dipertanggungjawabkan dengan setiap apa yang ditulis (Rahmah & Mohd Shahrizal, 2011). Oleh sebab itu, para pendakwah berhati-hati dalam memilih sesuatu perkara untuk disampaikan kepada masyarakat agar mesej yang disampaikan itu berada dalam lingkungan ilmu kemahirannya.

Selain itu, medium yang tidak sesuai juga merupakan hujah yang boleh digunakan bagi menjawab permasalahan ini. Halaman Facebook yang mempunyai ruang penulisan teks yang terhad menyebabkan para pendakwah tidak membangkitkan topik ini dalam halaman Facebook. Hal ini adalah kerana kedua-dua fungsi ini memerlukan perbincangan yang panjang dan mendalam. Menurut laman web Jeff Bullas (2012), Buffer Social (2013) dan Kissmetrics Blog (2016), entri yang mempunyai 80

perkataan dan ke bawah mampu menarik perhatian sehingga 66% pengunjung halaman Facebook untuk turut terlibat dengan entri tersebut. Jika suatu kiriman itu mempunyai jumlah perkataan yang banyak, maka ia akan mengurangkan tarikan khalayak terhadap mesej tersebut. Malah, tidak semua aspek berkaitan pengajian Islam boleh dijawab dengan menggunakan kaedah pembelajaran melalui internet (Fadzli *et al.*, 2015). Oleh itu, ia lebih sesuai untuk dibincangkan di ruang yang membolehkan para pendakwah untuk menyampaikan idea dan mesej dengan lebih terperinci seperti ceramah dan kuliah bagi mengelakkan daripada berlakunya salah faham terhadap mesej yang disampaikan.

Secara rumusannya, mesej dakwah yang dihasilkan dalam halaman Facebook para pendakwah bertujuan mengajak masyarakat melaksanakan perkara yang mampu mendekatkan diri kepada Allah S.W.T. dan menjauhi larangan-NYA. Berbalik kepada tujuan utama dakwah, iaitu untuk melaksanakan *amar makruf nahi mungkar*, konsep ini sememangnya telah diaplikasikan dalam mesej yang digarap oleh para pendakwah dalam halaman Facebook mereka. Keadaan ini menunjukkan bahawa setiap mesej terutamanya berkaitan dengan Islam perlu mempunyai fungsi tersendiri yang mampu memberi kebaikan kepada khalayak selaras dengan tuntutan syariat Islam. Hal ini kerana mesej dalam media sosial bukan sahaja menentukan agenda sumber tetapi juga mampu mempengaruhi agenda penerima (Chaffe & Metzger, 2001; & Nagwa, 2010). Malah, menurut Mohd Khairie (2011), hasil kajiannya mendapati para pendakwah seperti ulama dan ustaz mempunyai tarikan yang kuat dalam mempengaruhi masyarakat.

Oleh itu, para pendakwah perlu menghasilkan mesej dakwah yang berteraskan syariat Islam sebenar. Ia bertujuan mendidik dan menggerakkan masyarakat untuk mempraktikkan Islam yang sebenar dalam setiap aspek kehidupan. Perkara ini selaras dengan pendapat Khalib (2002) yang mengatakan antara elemen penting dalam mesej pendidikan ialah mempunyai unsur yang mampu menggerakkan khalayak berubah menjadi lebih baik. Jadual 5.1 menunjukkan fungsi mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook pendakwah terpilih.

Jadual 5.1

Fungsi Mesej Dakwah Islamiah

| Pendakwah / Fungsi | UAD | USS | Dr.MAZA | UZAR | Dr.MIA | JUMLAH |
|----------------------------------|-----|-----|---------|------|--------|--------|
| MENCEGAH KEMUNGKARAN | 0 | 4 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| MEMBERSIHKAN JIWA | 24 | 6 | 5 | 22 | 8 | 65 |
| MENGGALAKKAN AMAL | 27 | 18 | 9 | 29 | 27 | 110 |
| MEMBINA PERPADUAN & KESATUAN | 7 | 8 | 6 | 5 | 2 | 28 |
| MENANGKIS BUDAYA YANG MEROSAKKAN | 1 | 1 | 2 | 2 | 1 | 7 |

5.5 Rumusan

Secara kesimpulannya, hasil yang diperoleh setelah analisis dan perbincangan dilakukan mendapati fungsi mesej dakwah Islamiah adalah berbeza dengan fungsi mesej yang tidak mempunyai elemen dakwah. Hal ini kerana, seperti yang telah

dibincangkan dalam sorotan karya, fungsi mesej dalam komunikasi berubah mengikut konteks perbincangan. Malah, fungsi utama mesej dakwah Islamiah adalah untuk menegakkan syariat Islam yang berteraskan *amar makruf nahi mungkar*. Tetapi, mesej-mesej yang tidak mempunyai elemen dakwah mempunyai pelbagai fungsinya yang tersendiri. Namun demikian, jika ia dilihat dari sudut fungsi asas komunikasi, fungsi mesej dakwah Islamiah juga dapat diterapkan dalam fungsi asas komunikasi. Perkara ini dapat dilihat dalam perbincangan sub topik terdahulu. Antara fungsi asas komunikasi yang dapat dikesan dalam penyelidikan ini adalah seperti pemujukan dan penyampaian.



BAB ENAM

ANALISIS STRATEGI PENULISAN MESEJ

DAKWAH ISLAMIAH

6.1 Pendahuluan

Tujuan utama dakwah Islamiah dilaksanakan adalah untuk menyampaikan mesej kepada *mad'u*. Perkara ini termasuklah bagi aktiviti dakwah secara atas talian seperti menggunakan media sosial sebagai medium perantaraan. Strategi penyampaian khususnya dalam bentuk penulisan yang tepat perlu dilaksanakan bagi menarik minat khalayak terhadap mesej tersebut. Pengaplikasian strategi penulisan yang tepat oleh pendakwah juga penting bagi memastikan khalayak faham maksud mesej yang disampaikan. Antara strategi penulisan yang disarankan oleh Ahmad Zahiruddin (2014) ialah penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat, penulisan yang mempunyai pengaruh rujukan, penulisan yang mempunyai pengaruh kepakaran, penulisan yang mempunyai pengaruh kuasa sah, penulisan yang mempunyai pengaruh ganjaran dan ancaman, penulisan yang mempunyai pengaruh maklum balas dan penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan.

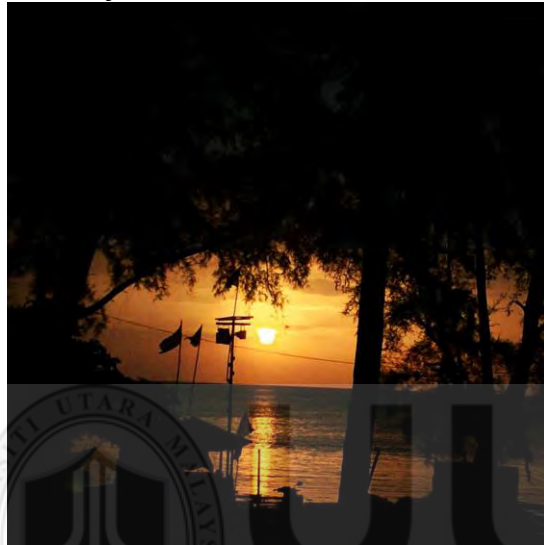
6.2 Halaman Facebook

6.2.1 Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani

Setiap pendakwah mempunyai strategi penulisannya yang tersendiri dalam usaha menyampaikan dakwah Islamiah. Hal ini bukan sahaja untuk menarik minat para *mad'u* terhadap mesej tersebut malah bagi memastikan mereka memahaminya. Justeru, Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani juga mempunyai strategi penulisan yang

tersendiri dalam halaman Facebooknya. Antara strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat dalam entri halaman Facebook milik pendakwah ini ialah seperti berikut:

“Menjelang maghrib di Port Dickson, bergegas ke surau Taman Desa untuk ceramah maulid malam ini, teman teman yang berada di sekitar, jom kita disini.. Rumah Allah..”



Rajah 6.1. Entri UAD / 02 Januari 2016 (3rd)

“Masa di pagi Jumaat, bersimpuh di rumahNya, menadah kitab bersama, jika kalian tidak kemana, jom kita bersama..”.



Rajah 6.2. Entri UAD / 01 Januari 2016 (1st)

Penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat menjadi pilihan utama Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani dalam menggarap mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook miliknya. Mesej yang digarap di halaman Facebook milik pendakwah ini mempunyai maklumat-maklumat yang diperlukan oleh *mad'u* terutamanya bagi menarik minat mereka terhadap sesuatu mesej yang disampaikan. Strategi penulisan ini digunakan apabila Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani ingin mengajak khalayak untuk turut serta dalam sesuatu majlis ilmu, iaitu dengan memberikan maklumat seperti tempat dan masa. Selain mesej yang bertarikh 2 Januari 2016 (2nd) di atas, entri juga disertakan dengan maklumat tambahan melalui penggunaan infografik dapat dilihat melalui kiriman yang dibuat pada 1 Januari 2016 (1st). Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani turut menyertakan gambar dan infografik untuk memberi penjelasan dan perincian terhadap teks yang dipaparkan. Seterusnya, Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani turut menghasilkan mesej dakwah Islamiah yang mengandungi maklumat ayat al-Quran seperti mesej yang digarap pada tarikh 1 Januari 2016 (2nd) berikut:

“Diantara sebab di turunkan bala Ummah ini, disebabkan lupanya manusia terhadap tuhanNya, lalu di turunkan bala dengan tujuan agar manusia kembali kepadaNya, tapi sayangnya manusia tetap kerasnya hati mereka sehinggakan..

لَسْأَلُ ثَلَاثَةً تَعْلَمُهُنَّ عَمِّي نَزُوقًا مَّيِّتِي مِنْ نَعْلِي وَرُبَّمَا لَسْتُ وَتَلَّ دَالِمٌ

Maka alangkah eloknya kalau mereka berdoa kepada Kami dengan merendah diri (serta insaf dan bertaubat) ketika mereka ditimpa azab Kami? Tetapi yang sebenarnya hati mereka keras (tidak mahu menerima kebenaran), dan Syaitan pula memperelokkan pada (pandangan) mereka apa yang mereka telah lakukan.”

Rajah 6.3. Entri UAD / 01 Januari 2016 (2nd)



Rajah 6.3. (Sambungan)

Penulisan yang mempunyai ayat al-Quran ini jelas kelihatan dalam entri bertarikh 01 Januari 2016 (2nd) yang terdapat ayat al-Quran dan maknanya sekali. Namun, ia tidak disertakan dengan nombor ayat dan nama surah dalam entri tersebut. Gambar turut disertakan bagi melengkapkan teks yang dipaparkan. Manakala, mesej yang dihasilkan pada tarikh 8 Januari 2016 (1st) pula turut disertakan dengan video sebagai maklumat tambahan seperti entri berikut:



Rajah 6.4. Entri UAD / 08 Januari 2016(1st)

Paparan skrin video di atas merupakan rakaman ceramah atau tazkirah oleh Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani sendiri. Rakaman video tersebut dijadikan sebagai maklumat tambahan berkaitan dengan mesej yang dihasilkan melalui penulisan teks dalam halaman Facebook miliknya. Video juga disertakan oleh pendakwah ini bagi menjelaskan dan memperincikan teks yang dipaparkan.

Selain itu, strategi penulisan yang mempunyai pengaruh ganjaran dan ancaman juga diaplikasikan oleh Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani dalam penyampaian mesej dakwah Islamiah. Antara entri dalam halaman Facebook miliknya yang mengaplikasikan strategi penulisan ini ialah:

“Kehidupan ini ceritanya terlalu ringkas, dari tanah, hidup diatas tanah, lalu kembali kepada tanah, kemudian di hisab amalan, dibalas ganjaran atau diazab (nauzubillah)... maka hiduplah hidup ini kerana Allah kita kan menjadi sebahagia bahagia makhluk dibumi Allah ini..”.



Rajah 6.5. Entri UAD / 03 Januari 2016

“Ibu bapa kita,redhaNya dari keredhaan ibubapa kita, murkaNya dari kemurkaan kedua ibubapa kita, untuk apa anak anak menengking dan meninggikan diri dihadapan mereka? jika hilang segala keredhaan mereka?.. anak anak.. kalian sedang membesar.. pohonlah..”.



Rajah 6.6. Entri UAD / 11 Januari 2016

Entri yang bertarikh 3 Januari 2016 di atas dapat dirujuk sebagai penulisan yang mempunyai pengaruh ganjaran dan ancaman melalui ayat “...dibalas ganjaran atau diazab (nauzubillah)..”. Perkataan “ganjaran” jelas merujuk kepada ganjaran manakala perkataan “diazab” dalam ayat tersebut pula merujuk kepada ancaman Allah S.W.T. Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani turut menyertakan gambar bagi melengkapkan teks yang dihasilkan. Manakala, entri yang bertarikh 11 Januari 2016 pula menyebut berkaitan keredhaan dan kemurkaan Allah S.W.T. Keredhaan ialah suatu perkara yang akan dibalas dengan pahala merupakan suatu ganjaran. Manakala, kemurkaan pula akan dibalas dengan dosa merupakan suatu ancaman. Infografik turut disertakan oleh pendakwah ini bagi menjelaskan teks yang dipaparkan.

Di samping itu, halaman Facebook Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani turut menghasilkan mesej dakwah Islamiah dengan mengaplikasikan strategi penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan. Antara entri yang menggunakan strategi ini ialah:

“Saya jarang bertazkirah di tengah mall atau pasaraya yang terbuka sebegini, namun kali ini saya dijemput untuk berbicara soal perjalanan hidup yang perlu di rebut di Kompleks PKNS shah alam, teruja juga, melihat pengunjung terdiam kaku saat butir bicara saya berkumandang di ruang legar itu, melihat anak anak gadis yang ‘freehair’ tertunduk lesu, anak anak muda yang sasa itu menguis kuis jari di lantai sambil mengesat air mata!!.. rupa rupanya Allah masih menyayangi mereka!!.. hati masih lembut untuk di masukkan agama.. beruntunglah kalian..”.



Rajah 6.7. Entri UAD / 02 Januari 2016 (1st)

Kehidupan ini di warnai dengan pelbagai wajah, kitalah mencorakkan warna indah di perjalanan kehidupan kita, tiada yang lebih indah dari wajah beragama, Agama tidak mendatangi kita secara semulajadi kecuali di pelajari.. berlumbalah belajar tentang agama ini agar kita tidak keliru di perjalanan kehidupan mendatang.. suasana indah bumi Kedah yang mendamaikan..

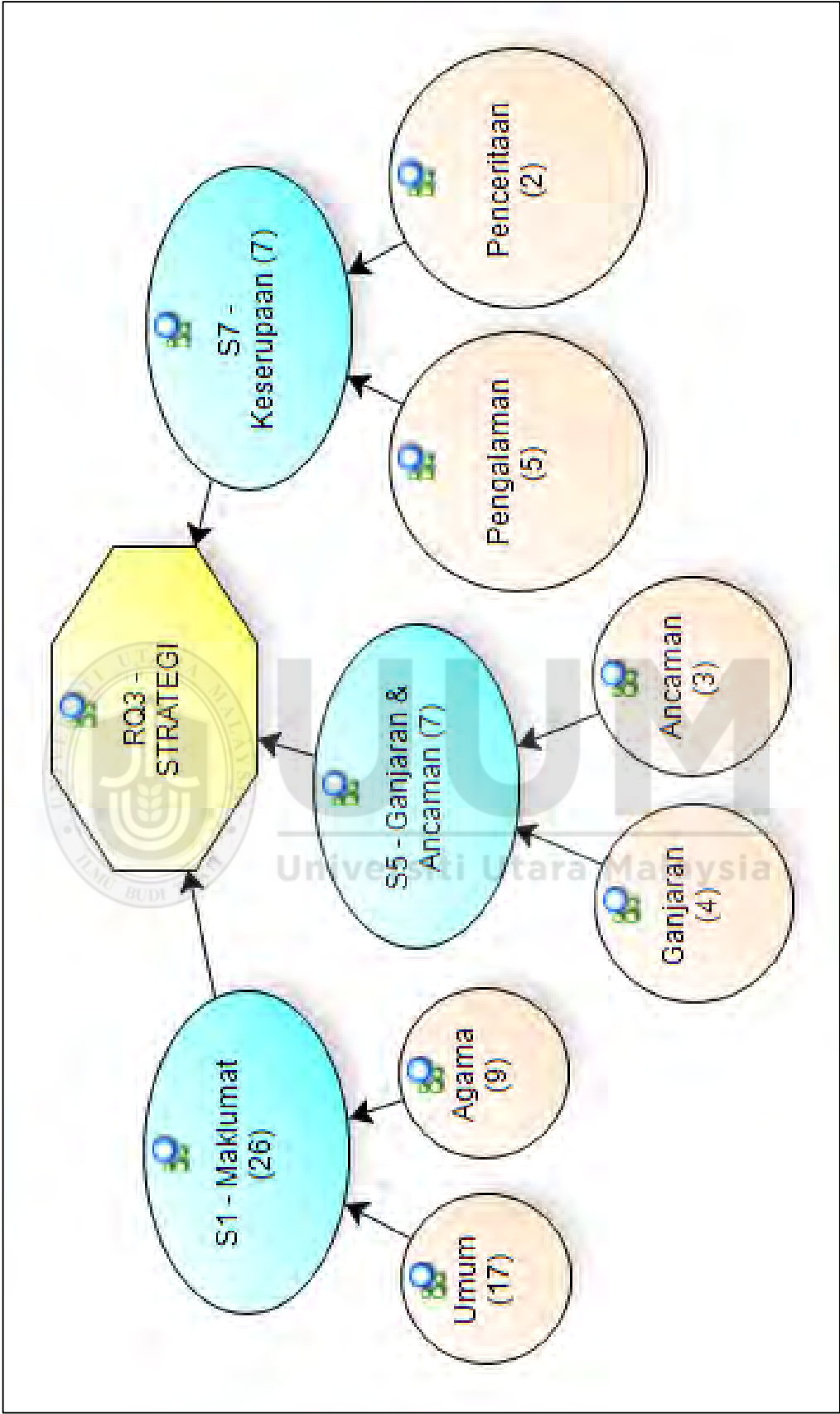


Rajah 6.8. Entri UAD / 16 Januari 2016

Melalui pengaplikasian strategi penulisan ini, Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani menghasilkan mesej dalam bentuk penceritaan dan pengalaman yang dialami sendiri

olehnya. Penulisan berbentuk pengalaman sendiri dilihat melalui penemuan penggunaan perkataan “saya” seperti dalam entri yang bertarikh 2 Januari 2016 (1st). Antara ayat yang dapat dirujuk dalam entri tersebut ialah, “...melihat pengunjung terdiam kaku saat butir bicara saya berkumandang di ruang legar itu...”, iaitu penggunaan perkataan “saya” yang merujuk diri pendakwah itu sendiri. Perkara ini dapat dirujuk sebagai pengalaman pendakwah itu sendiri melihat suatu perkara dan kemudiannya menceritakan kembali peristiwa tersebut dalam entri halaman Facebook miliknya. Manakala penulisan melalui teknik penceritaan pula dapat dilihat dalam entri pada tarikh 16 Januari 2016. Gambar juga disertakan oleh pendakwah ini bagi melengkapkan teks yang dihasilkan dalam kedua-dua entri tersebut.

Secara kesimpulannya, halaman Facebook milik Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani mengaplikasikan tiga strategi penulisan dalam usaha menyampaikan dakwah Islamiah. Tiga strategi penulisan tersebut ialah penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat, penulisan yang mempunyai pengaruh ganjaran dan ancaman dan penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan. Penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat merupakan strategi penulisan yang menjadi fokus oleh pendakwah ini. Rajah 6.9 menunjukkan pemetaan strategi penyampaian mesej dakwah Islamiah yang dihasilkan oleh Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani dalam halaman Facebook miliknya.



Rajah 6.9. Pemetaan Strategi Penulisan Mesej Dakwah Islamiah Dalam Halaman Facebook Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani

6.2.2 Ustaz Sharhan Shafie

Halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie turut membuat kiriman mesej dakwah Islamiah dalam bentuk penulisan. Pemilik halaman Facebook ini mempunyai kecenderungannya yang tersendiri dalam memilih strategi untuk digunakan ketika menulis mesej dakwah Islamiah. Antara strategi penulisan yang diaplikasikan oleh Ustaz Sharhan Shafie ialah strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat seperti dalam entri berikut:

"PENTING SANGAT2 BAGI YANG SUKA MAKAN DILUAR"....

Santau... (pengenalan siri 1) mungkin ada tanda2 yg mencurigakan pd bahan makanan anda kebiasaannya bahan kotor seperti rambut dan kuku... apabila terjumpa dan terlihat bahan tersebut baca surah Al Furqan ayat 23 lalu dibuang bahan tersebut.. InshaAllah..

Antara tanda2 Santau terkena pd makanan

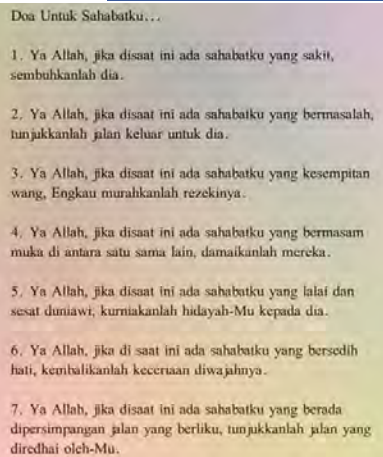
- Pening dan mengantuk menjelang mahgrib
- Kuku dan bawah mata menjadi hitam dalam masa yg singkat
- kurang selera makan dan muntah walaupun hospital xdpt kesan penyakit tersebut
- Sakit perut tanpa sebab
- Hilang fokus
- Mimpi bahan2 tajam seperti sembilu, buluh, ranting2 yg tajam tulang...

Berusahalah dan amalkan lah
AlQuran dalam kehidupan harian anda
"AYAT NI PENDEK JE"...
Kongsikan kepada org yg anda sayangi
Jom SHARE kan....".

Rajah 6.10. Entri USS / 25 Januari 2016

DOA UTK SAHABAT

Like → [Habbatus Sauda Pemakanan Sunnah](#)



Rajah 6.11. Entri USS / 28 Januari 2016 (1st)

Entri yang menggunakan strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat ini turut disertakan dengan infografik bagi menambah maklumat berkaitan dengan penulisan yang dihasilkan. Contoh yang dapat dilihat ialah dalam mesej yang bertarikh 25 Januari 2016 di atas. Mesej yang digarap pada tarikh tersebut turut disertakan dengan ayat al-Quran sebagai maklumat tambahan, iaitu ayat "...apabila terjumpa dan terlihat bahan tersebut baca surah Al Furqan ayat 23 lalu dibuang bahan tersebut...". Pendakwah bukan sahaja menyatakan nama surah dan nombor ayat al-Quran, malah menyertakan ayat tersebut dalam infografik yang disertakan dalam entri pada tarikh tersebut. Infografik juga disertakan oleh Ustaz Sharhan Shafie bagi menerangkan dan memperincikan berkaitan teks yang dipaparkan. Manakala, bagi maklumat umum pula dapat dilihat dalam entri bertarikh 28 Januari 2016 (1st). Perkara ini dapat ditemui dalam poster grafik yang disertakan, iaitu mengandungi doa-doa yang boleh dibaca untuk sahabat.

Seterusnya, entri halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie juga menggunakan strategi penulisan yang mempunyai pengaruh rujukan dalam usaha menyampaikan mesej dakwah Islamiah. Antara entri tersebut ialah seperti berikut:



Rajah 6.12. Entri USS / 01 Januari 2016 (1st)

Strategi penulisan ini kesemuanya disertakan pautan secara terus ke laman web berkaitan topik mesej yang dihasilkan pada tarikh tersebut. Antara contoh yang dapat dilihat ialah dalam mesej yang bertarikh 1 Januari 2016 (1st). Ustaz Sharhan Shafie menyertakan pautan secara terus ke laman web yang mempunyai penulisan berkaitan mesej yang disampaikan pada tarikh tersebut bagi memberi lebih pemahaman dan kesan kepada pembaca. Pendakwah ini turut menyertakan pautan secara terus ke laman web berkaitan teks yang dipaparkan bagi memberi penerangan dan perincian. Selain entri di atas, terdapat 18 entri lain yang turut menggunakan strategi penulisan yang mempunyai pengaruh rujukan oleh Ustaz Sharhan Shafie dalam menyampaikan mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook miliknya.

Selain itu, strategi penulisan yang mempunyai pengaruh ganjaran dan ancaman turut diaplikasikan oleh halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie dalam menyampaikan mesej dakwah Islamiah. Berikut merupakan entri yang menggunakan strategi tersebut:

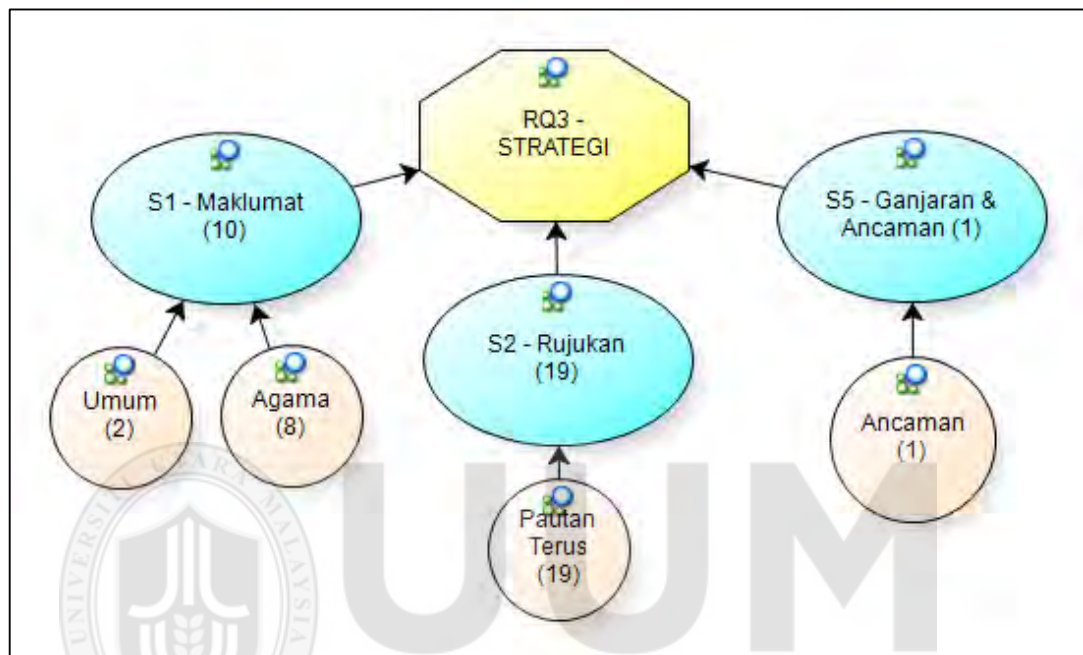


Rajah 6.13. Entri USS / 27 Januari 2016 (1st)

Mesej yang digarap pada 27 Januari 2016 (1st) merupakan satu-satunya mesej yang menggunakan strategi ancaman. Hal ini dapat dilihat melalui perkataan “Azab” yang bermaksud ancaman. Ancaman dalam entri di atas ditujukan kepada golongan yang meninggalkan solat fardhu melalui azab yang akan ditimpakan terhadap mereka. Pautan secara terus juga disertakan oleh pendakwah ini bagi memberi penerangan terhadap teks yang digarap.

Secara kesimpulannya, terdapat tiga strategi penulisan yang diaplikasikan oleh halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie dalam usaha menyampaikan dakwah Islamiah. Strategi penulisan yang mempunyai pengaruh rujukan merupakan strategi yang menjadi pilihan utama oleh pendakwah ini. Strategi penulisan yang mempunyai

pengaruh maklumat dan strategi penulisan yang mempunyai pengaruh ganjaran turut diaplikasikan oleh halaman Facebook milik Ustaz Sharhan Shafie seperti pemetaan di Rajah 6.14.



Rajah 6.14. Pemetaan Strategi Penulisan Mesej Dakwah Islamiah Dalam Halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie

6.2.3 Dr. Mohd Asri Zainul Abidin

Dr.MAZA.com juga merupakan halaman Facebook yang aktif membuat kiriman berbentuk penulisan berkaitan mesej dakwah Islamiah. Halaman Facebook ini turut mengaplikasikan strategi penulisan yang tersendiri bagi menarik minat dan memastikan setiap mesej dakwah Islamiah yang disampaikan difahami oleh para *mad'u*. Antara strategi penulisan yang digunakan ialah strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat seperti dalam entri berikut:

“Setiap sesuatu dalam urusan kehidupan dunia adalah dibolehkan sehingga ada dalil sebaliknya.”.



Rajah 6.15. Entri Dr.MAZA / 06 Januari 2016 (1st)

Strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat menjadi tumpuan utama halaman Facebook Dr. Mohd Asri. Penulisan berbentuk sebegini yang dihasilkan oleh halaman Facebook Dr. Mohd Asri kerap disertakan dengan video sebagai maklumat tambahan. Video tersebut yang merupakan rakaman ceramah atau tazkirah pendakwah itu sendiri dapat dilihat dalam entri yang dihasilkan pada tarikh 6 Januari 2016 (1st) selain terdapat tujuh lagi entri yang menggunakan strategi yang sama. Video turut disertakan oleh pendakwah ini bagi memberi penerangan dan perincian berkaitan teks yang dipaparkan. Pendakwah ini turut menyertakan penggunaan infografik sebagai maklumat tambahan seperti dalam entri bertarikh 4 Januari 2016 di bawah:

“Sesiapa yang memiliki wang tidak patuh Syariah, bolehlah menyalurkan ke tabung ini. Ia akan diuruskan ke saluran yang sewajarnya, in sha Allah.”.



Rajah 6.16. Entri Dr.MAZA / 04 Januari 2016

Infografik yang disertakan oleh pendakwah ini dalam entri pada 4 Januari 2016 mempunyai maklumat tambahan berkaitan dengan mesej berbentuk penulisan yang dipaparkan pada tarikh tersebut. Maklumat umum tersebut termasuklah nama bank berserta nombor akaun bagi memudahkan urusan khalayak yang ingin membuat saluran. Infografik yang disertakan oleh pendakwah ini bertujuan untuk menerangkan berkaitan teks yang dipaparkan.

Selain itu, penggunaan tambahan maklumat melalui video juga turut digunakan bagi menunjukkan contoh berkaitan mesej yang dihasilkan pada tarikh tersebut. Contohnya maklumat tambahan agama melalui video bacaan al-Quran pada tarikh 1 Januari 2016 (1st) di bawah:



Rajah 6.17. Entri Dr.MAZA / 01 Januari 2016 (1st)

Entri pada 01 Januari 2016 (1st) yang disertakan dengan video bacaan al-Quran menjadi maklumat tambahan kepada khalayak berkaitan dengan mesej berbentuk teks

dalam entri tersebut melalui paparan skrin video dalam entri di atas. Keindahan al-Quran dapat dilihat atau didengar melalui video yang disertakan dalam entri tersebut. Pendakwah ini turut menyertakan video untuk menjelaskan teks yang dipaparkan.

Di samping itu, halaman Facebook Dr. Mohd Asri Zainul Abidin turut mengaplikasikan strategi penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan. Antara entri yang menggunakan strategi ini ialah dalam entri berikut:

“Seorang remaja 14 tahun dilaporkan telah berbohong bahawa dia telah diculik padahal itu perancangannya dengan teman lelakinya. Dia dikatakan hanya ingin mengelirukan ibubapanya. Rakaman suara dia diculik telah menjadi viral dan menarik simpati ramai pihak. Perasaan takut, bimbang dan simpati mengiringi cerita tipu itu. Teknik berbohong dan menipu untuk mengelirukan pihak lain nampaknya telah dikuasai oleh rakyat semuda itu. Siapakah yang mengajar teknik pembohongan dan penipuan sebegini?”

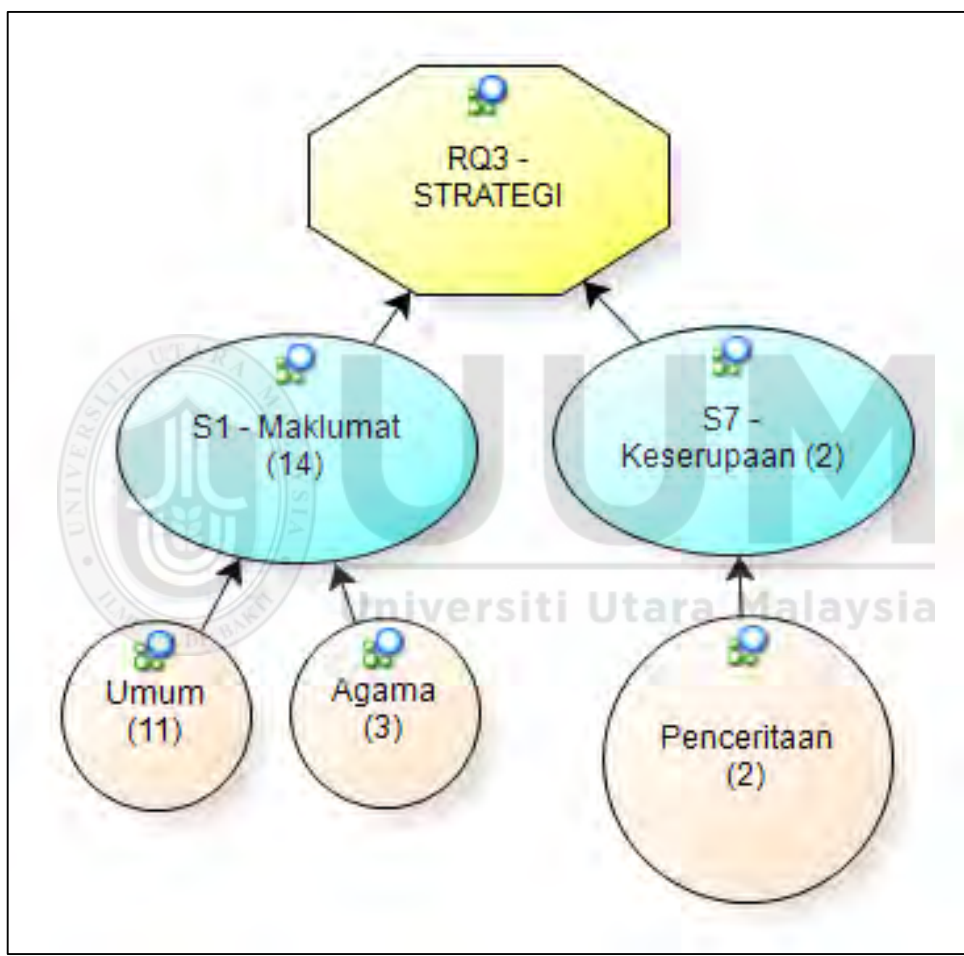
Universiti Utara Malaysia

Rajah 6.18. Entri Dr.MAZA / 01 Januari 2016 (2nd)

Mesej yang dihasilkan pada tarikh 01 Januari 2016 (2nd) berbentuk penceritaan, pendakwah menceritakan suatu kejadian penipuan penculikan yang tersebar di media sosial. Kejadian tersebut merupakan suatu peristiwa yang diketahui umum.

Secara kesimpulannya, halaman Facebook Dr. Mohd Asri Zainul Abidin hanya mengaplikasikan dua strategi penulisan sahaja dalam penyampaian dakwah Islamiah yang dilaksanakannya. Strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat

menjadi strategi pilihan pendakwah ini dengan melibatkan hampir kesemua mesej yang digarap. Manakala, hanya terdapat satu mesej sahaja yang menggunakan strategi penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan. Rajah 6.17 menunjukkan pemetaan strategi penyampaian mesej dakwah Islamiah yang dihasilkan oleh halaman Facebook Dr. Mohd Asri Zainul Abidin.



Rajah 6.19. Pemetaan Strategi Penulisan Mesej Dakwah Islamiah Dalam Halaman Facebook Dr. Mohd Asri Zainul Abidin

6.2.4 Dr. Zaharuddin Abd Rahman

Dr. Zaharuddin Abd Rahman melalui halaman Facebook miliknya turut giat menghasilkan mesej dakwah Islamiah. Pelbagai strategi digunakan oleh pendakwah ini bagi menarik perhatian dan meningkatkan pemahaman *mad'u* terhadap mesej yang disampaikan. Antara strategi yang digunakan ialah penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat seperti dalam entri berikut:

“Di akhirat kelak, terdapat mereka yang dikumpulkan di padang mahsyar untuk pengadilan dalam keadaan BUTA & DIAZAB, lalu mereka bertanya :

"wahai Tuhan, mengapa kami dikumpul dalam buta sedang kami dahulunya (di dunia) celik mata?.

Lalu Allah swt menjawab :

"KERANA DAHULU telah sampai kepadamu ayat-ayat kami TETAPI engkau telah ABAI dan lupakannya. nescaya kini engkau akan DIABAIKAN". (Surah Toha : 125-126)

Justeru, masih lagikah kita secara malas atau sengaja atau ingkar mahu mengabaikan kandungan ayat-ayat Allah swt dan RasulNya dalam seluruh aspek kehidupan kita?. Semoga beroleh hidayah taufiq.

Muhasabah diri”.

Rajah 6.20. Entri UZAR / 02 Januari 2016

“Penceraian yang terhasil akibat perkara remeh biasanya lahir dari perkara yang besar iaitu, suami isteri tidak solat dan TIDAK mencantikkan amalan FARDHU, GERSANG PULA DARI AMALAN SUNAT, akhirnya

Hati seperti kosong,

Nafsu kuasai diri,

Minda hanya pentingkan dan fikir tentang diri,

Apa yang baik terhijab yang buruk terzahir,

Rajah 6.21. Entri UZAR / 13 Januari 2016 (2nd)

Nafsu amarah meningkat sukar dikawal,
 Emosi tenggelami rasional,
 Hati hilang rasa puas,
 Tiada syukuri nikmat hanya kufuri,
 Kehidupan hilang berkat lalu hal remeh terlihat besar sehingga memutuskan ikatan pernikahan.
 Ditambah pula lagi dengan KURANG ilmu komunikasi sama ada pada salah seorang pasangan atau keduanya, juga KURANG MENJAGA ELEMEN kufu' dan lain-lain lagi. Akhirnya penceraian berlaku sama ada dari sebab hati yang sakit kerohaniannya atau sakit mentaliti dan fizikal yang majoritinya berpunca dari hati bermasalah. Nauzubillah min zalik..moga sakinah, mawaddah dan rahmah mampu dimiliki kita semua. Namun ia perlukan ilmu, amal, ikhlas dan terus usaha.”.



Rajah 6.21. (Sambungan)

Maklumat agama, iaitu melalui penggunaan ayat al-Quran antara maklumat yang disertakan dalam mesej dakwah Islamiah milik pendakwah ini seperti dalam entri pada 2 Januari 2016. Hal ini dapat dilihat melalui terjemahan ayat al-Quran yang disertakan dengan nama surah dan nombor ayat, iaitu “(Surah Toha: 125-126)”. Manakala, entri pada 13 Januari 2016 (1st) pula disertakan dengan maklumat umum, iaitu melalui paparan keratan akhbar bagi mengukuhkan mesej penulisan teks yang dihasilkan.

Di samping itu, strategi penulisan yang mempunyai pengaruh ganjaran dan ancaman turut diaplikasikan oleh Dr. Zaharuddin Abd Rahman dalam melaksanakan aktiviti

dakwah Islamiah. Antara entri halaman Facebook yang mempunyai strategi tersebut ialah:

“Di akhirat kelak, terdapat mereka yang dikumpulkan di padang mahsyar untuk pengadilan dalam keadaan BUTA & DIAZAB, lalu mereka bertanya :
"wahai Tuhan, mengapa kami dikumpul dalam buta sedang kami dahulunya (di dunia) celik mata?.
Lalu Allah swt menjawab :
"KERANA DAHULU telah sampai kepadamu ayat-ayat kami TETAPI engkau telah ABAI dan lupakannya. nescaya kini engkau akan DIABAIKAN". (Surah Toha : 125-126)
Justeru, masih lagikah kita secara malas atau sengaja atau ingkar mahu mengabaikan kandungan ayat-ayat Allah swt dan RasulNya dalam seluruh aspek kehidupan kita?. Semoga beroleh hidayah taufiq.
Muhasabah diri”.

Rajah 6.22. Entri UZAR / 02 Januari 2016

“Percayalah, TIDAK RUGI menjadi orang baik. Kalaupun ia tidak berbalas wang & penghargaan di dunia, ia berbalas ketenangan jiwa di dunia dan ganjaran terbaik di akhirat

Bagi mereka yang berpangkat, kaya berkedudukan tetapi MASIH MAMPU jadi baiklagi soleh, Masha Allah, kedudukan mereka diangkat sejak di dunai lagi.

JANGAN PERCAYA dakyah Syaitan jin dan manusia yang mendakwa jadi baik merugikan, terlepas macam-macam sedang orang lain mendapatnya. Yang terlepas itu hanyalah peluang ke neraka sebenarnya.”.

Rajah 6.23. Entri UZAR / 11 Januari 2016 (3rd)

Mesej yang dihasilkan pada 2 Januari 2016 dikategorikan sebagai mesej yang menggunakan strategi penulisan yang mempunyai pengaruh ganjaran dan ancaman kerana terdapat ayat “dikumpulkan di padang mahsyar untuk pengadilan”. Ayat tersebut merujuk kepada setiap perbuatan manusia akan dibalas dengan ganjaran atau ancaman sesuai dengan perbuatan baik atau buruk yang dilakukan semasa di dunia. Manakala, pada 11 Januari 2016 (3rd) pula, pendakwah ini hanya mengaitkan ganjaran sahaja, iaitu melalui ayat “ganjaran terbaik di akhirat”.

Seterusnya, halaman Facebook Dr. Zaharuddin Abd Rahman juga menggunakan strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklum balas dalam entri yang dihasilkannya. Entri yang mempunyai strategi tersebut ialah:

“Ada yang bertanya “Manakah lebih afdhal, apabila ke masjid, azan sedang berkumandang, perlu Solat tahiyatul masjid dahulu atau jawab azan dulu?”

Jawapan saya, dapatkan semua sekali fadhilat lebih afdhal iaitu dengan cara :-

Jangan duduk dahulu sebaliknya

Menjawab lafaz Azan

Berselawat sunnah khas lepas azan

Berdo'a wasilah selepas Azan iaitu

اللَّهُمَّ رَبِّ هَذِهِ الدَّعْوَةِ الدَّامَةِ، وَالصَّلَاةِ الْقَائِمَةِ، أَنْتَ مُحَمَّدٌ الْوَسِيْلَةُ وَالْفَضِيْلَةُ، وَإِلَيْهِ مَقَامٌ مَحْمُودٌ الَّذِي وَعِنْدَهُ

Melakukan Solat Tahiyatul masjid (atau digabungkan niatnya dengan solat wudhu, dan/atau digabungkan niatnya dengan solat qabliyah)

Adapun jika masuk masjid pada hari JUMAAT pada Azan KEDUA, para ulama' mengatakan tidak perlu jawab Azan tersebut, tetapi bersegera menunaikan solat Tahiyatul Masjid, supaya dapat segera bersiap-siap untuk mendengar khutbah Jumaat.”.

Rajah 6.24. Entri UZAR / 26 Januari 2016 (2nd)

Entri pada 26 Januari 2016 (2nd) ialah satu-satunya entri yang menggunakan strategi penulisan yang mempunyai maklum balas. Entri ini dirujuk sebagai menggunakan strategi tersebut kerana terdapat ayat “Ada yang bertanya” yang membawa maksud terdapat seseorang bertanya kepada beliau. Lalu, Dr. Zaharuddin Abd Rahman memberi maklum balas tersebut dalam halaman Facebook miliknya sebagai perkongsian kepada orang ramai.

Selain itu, mesej dakwah Islamiah yang dipaparkan dalam halaman Facebook Dr. Zaharuddin Abd Rahman turut mempunyai strategi penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan. Antara entri halaman Facebooknya yang menggunakan strategi tersebut ialah:

“FESYEN KERANA ALLAH ATAU?

Imam Ibn Jawzi menceritakan kisah lelaki soleh yang ingin memotong pokok yang disembah masyarakatnya bagi mengelak syirik, namun Berjaya dipujuk syaitan (dalam rupa manusia) agar tidak menebangnya dengan menjanjikan 2 dinar setiap pagi sebagai balasan.

Namun apabila di satu pagi, lelaki soleh mendapati tiada dua dinar lagi, dia bergegas ingin menebang pokok. Tatkala itu, syaitan memukulnya dan mengalahkannya dengan mudah.

Syaitan mengatakan jika dahulu dia gagal menewaskan pemuda tersebut kerana niat ikhlas pemuda untuk menebang pokok syirik itu hanya kerana Allah, namun kini niat TELAH terpesong KERANA MARAHKAN TIADA DUA DINAR. atas sebab itu, dia mudah dikalahkan Syaitan.

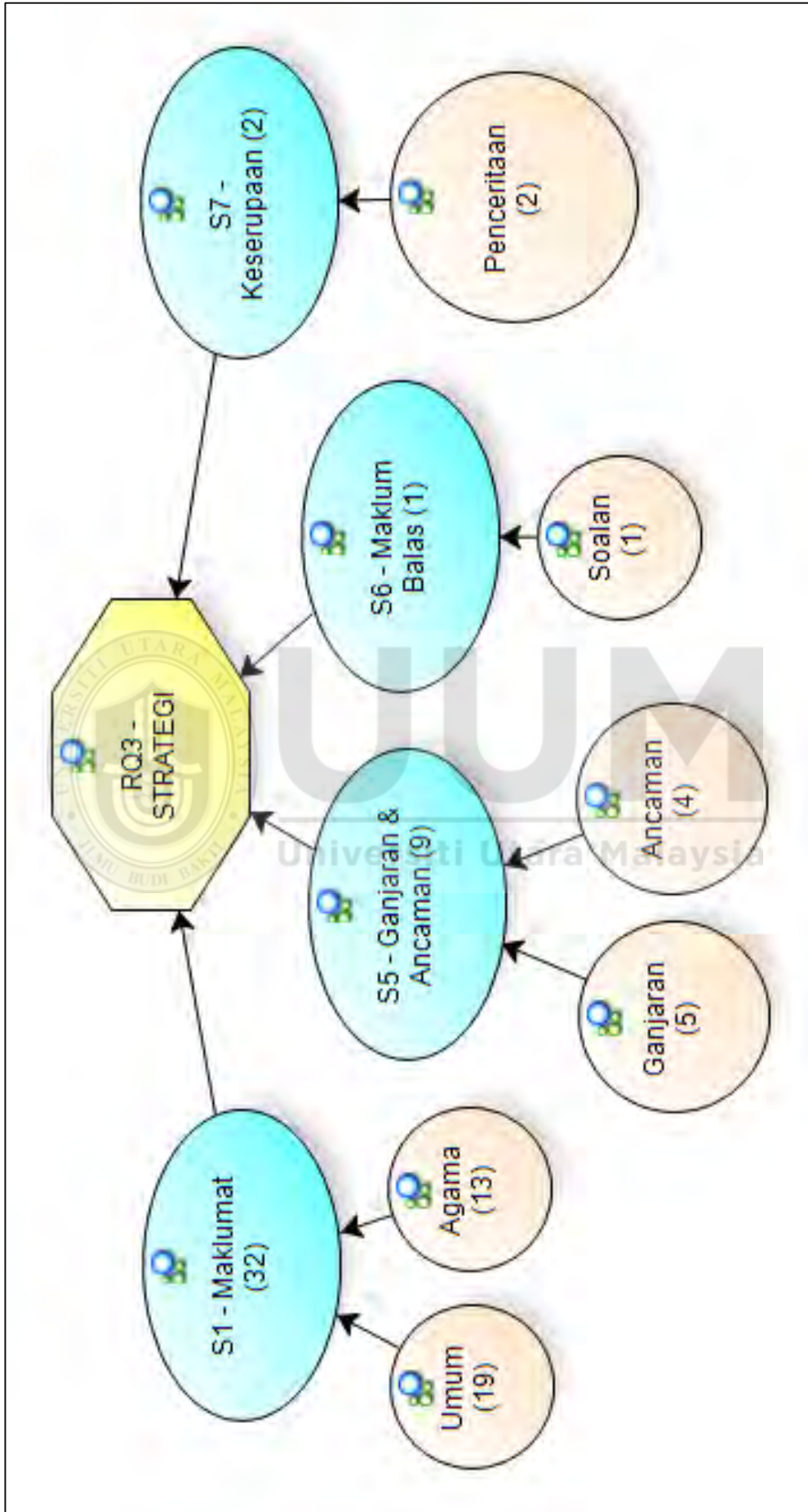
Begitu juga Fesyen dan PENUTUPAN AURAT. Barangsiapa yang BERHABIS WANG DAN FIKIRAN bagi mencari jalan menutup aurat kerana ALLAH swt, maka syaitan tiada dapat menguasainya dan menipunya.

Barangsiapa menurut aurat HANYA kerana ingin dilihat cantik menawan, lebih ayu, mengikut aliran fesyen dan lain-lain. Wanita sebegini BAKAL dikuasai dan ditewaskan leh Syaitan. Moga diselamatkan oleh Allah swt. (Petikan ceramah Dr Zaharuddin A Rahman “fesyen & Aurat, Masjid Rahimah, 21 Dis 14”).

Rajah 6.25. Entri UZAR / 26 Januari 2016 (1st)

Entri bertarikh 26 Januari 2016 (1st) dirujuk sebagai mesej yang menggunakan strategi penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan melalui penceritaan. Perkara ini dapat dilihat melalui ayat “Imam Ibn Jawzi menceritakan kisah lelaki”. Ayat tersebut merupakan suatu kisah yang diceritakan oleh orang lain, tetapi ia diceritakan kembali oleh Dr. Zaharuddin Abd Rahman dalam bentuk penulisan dalam halaman Facebook miliknya.

Secara kesimpulannya, Dr. Zaharuddin Abd Rahman mengaplikasikan beberapa strategi dalam menggarap mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook miliknya. Antara strategi penulisan yang digunakan ialah strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat, strategi penulisan yang mempunyai pengaruh ganjaran dan ancaman, strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklum balas dan strategi penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan. Rajah 6.24 menunjukkan pemetaan strategi penyampaian mesej dakwah Islamiah yang dihasilkan oleh halaman Facebook Dr. Zaharuddin Abd Rahman.



Rajah 6.26. Pemetaan Strategi Penulisan Mesej Dakwah Islamiah Dalam Halaman Facebook Dr. Zaharuddin Abd Rahman

6.2.5 Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff

Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff merupakan salah seorang pendakwah yang aktif membuat kiriman mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook miliknya. Beberapa strategi penulisan dalam media sosial diaplikasikan oleh pendakwah ini. Antaranya ialah strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat seperti dalam entri berikut:

“Ceramah Perdana Surau Ar-Raudhah Taman Pantai Sepang Putra Sungai Pelek Semua sahabat dijemput hadir insyaallah”.




Rajah 6.27. Entri Dr.MIA / 09 Januari 2016

Petang ni sempat gi basuh kereta setelah hampir 3 minggu ia tak mandi.... Kebetulan depan saya ni ada kereta mewah milik ORANG MELAYU ISLAM... Bangga saya tengok org Islam kita kaya... Nabi ajar kita supaya JANGAN:

- Dengki dgn nikmat yg org lain miliki tetapi doakan yg terbaik utk nya.
- Sombong dgn nikmat yg dimiliki kerana ia milik Allah Pemberi pinjam.
- Lupa bersyukur kpd Yg Esa.

Oleh itu, Jom kita sama-sama berdoa agar setiap kita memperoleh rezeki yg berkat, kaya dunia dan kaya akhirat... نل اترق بنتع لىي

تالي


Rajah 6.28. Entri Dr.MIA / 15 Januari 2016

Entri pada 9 Januari 2016 mempunyai maklumat umum berkaitan tempat yang akan pendakwah ini menyampaikan ceramahnya. Perkara ini ditemui dalam ayat “Ceramah Perdana Surau Ar-Raudhah Taman Pantai Sepang Putra Sungai Pelek”. Dalam pada masa yang sama, infografik turut disertakan dalam entri tersebut. Maklumat yang disertakan bertujuan memudahkan khalayak untuk membuat rujukan berkaitan mesej yang disampaikan dalam entri tersebut. Pendakwah ini turut menyertakan infografik untuk memberi penjelasan terhadap teks yang dipaparkan. Manakala entri pada 15 Januari 2016 pula disertakan dengan maklumat agama melalui hadis yang disertakan. Gambar turut disertakan oleh pendakwah ini bagi melengkapi teks yang dihasilkan.

Seterusnya, strategi penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan turut diaplikasikan oleh pendakwah ini dalam halaman Facebook miliknya. Antara entri yang menggunakan strategi tersebut ialah:

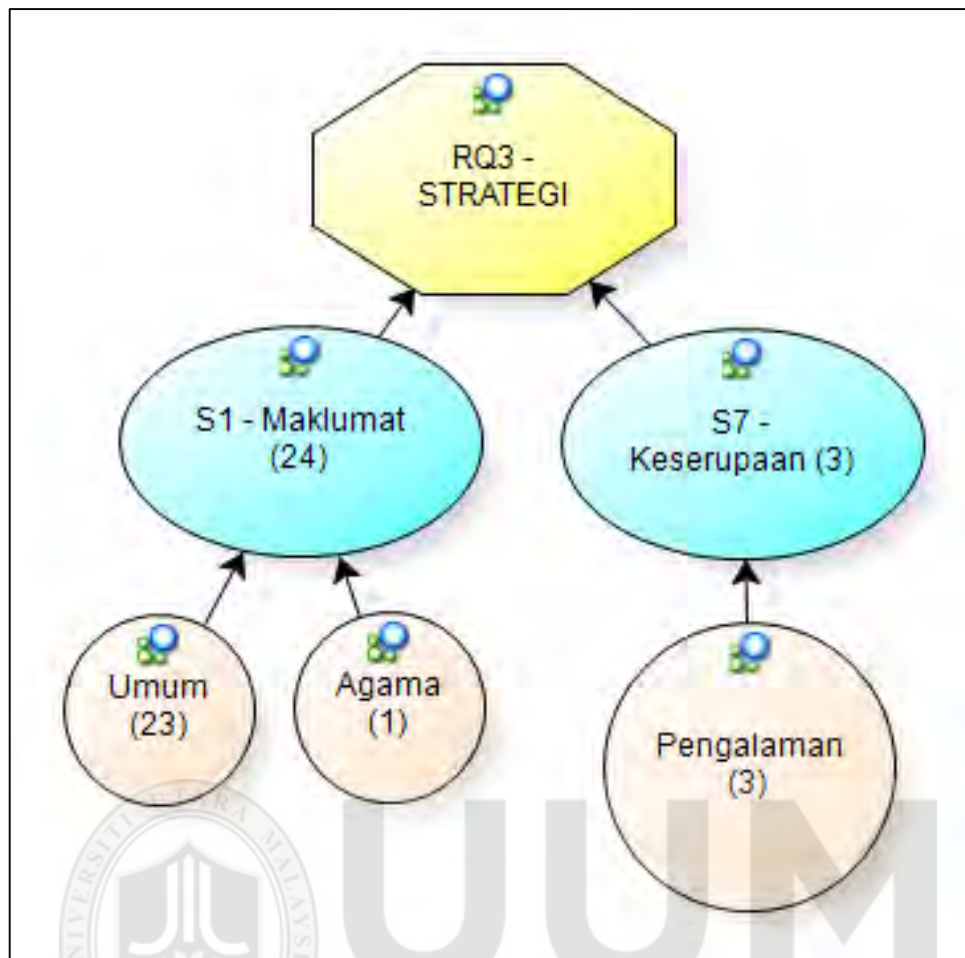
“Terserempak dengan kekanda dan mentor dakwah di kota Makah...”.



Rajah 6.29. Entri Dr.MIA / 08 Januari 2016

Mesej yang dipaparkan dalam halaman Facebook Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff pada 8 Januari 2016 menggunakan strategi penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan dalam bentuk penceritaan pengalaman pendakwah itu sendiri. Hal ini dapat dirujuk melalui ayat melalui ayat “Terserempak dengan kekanda dan mentor dakwah di Makah...” yang bermaksud, beliau sendiri terserempak dengan individu yang dimaksudkan. Pendakwah ini juga menyertakan gambar sebagai penjelasan terhadap teks yang dihasilkan.

Secara kesimpulannya, halaman Facebook Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff mengaplikasikan dua strategi penulisan dalam menyampaikan mesej dakwah Islamiah. Antara strategi yang digunakan ialah strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat dan strategi penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan. Rajah 6.28 menunjukkan pemetaan strategi penyampaian mesej dakwah Islamiah yang dihasilkan oleh halaman Facebook pendakwah ini.

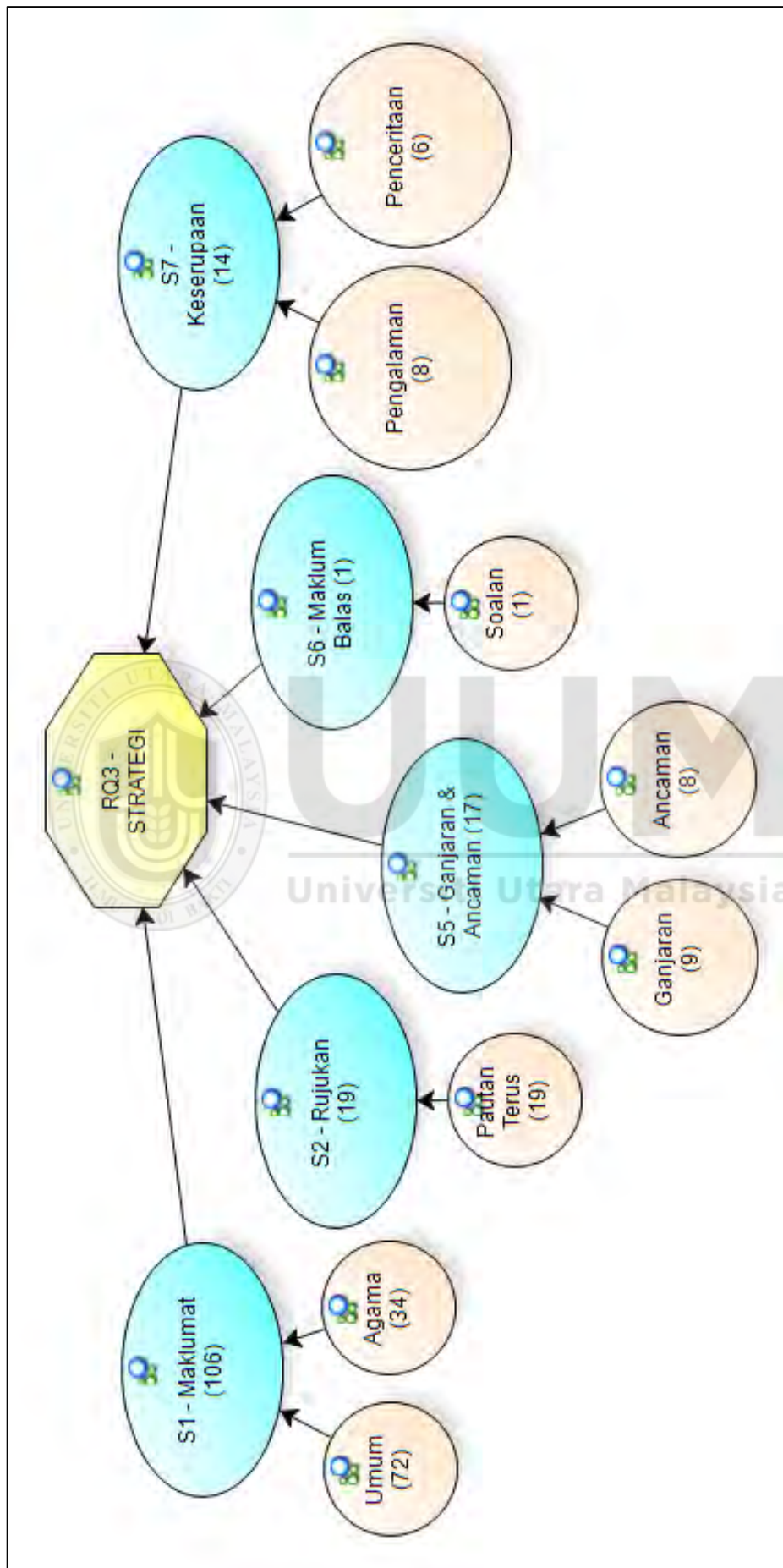


Rajah 6.30. Pemetaan Strategi Penulisan Mesej Dakwah Islamiah Dalam Halaman Facebook Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff

6.3 Analisis Strategi Penulisan dalam Halaman Facebook Pendakwah Terpilih

Hasil analisis mendapati setiap pendakwah mempunyai kecenderungan yang tersendiri dalam menggunakan strategi penyampaian mesej dakwah Islamiah. Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani menggunakan tiga strategi penyampaian dalam halaman Facebook miliknya. Antaranya ialah strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat, strategi penulisan yang mempunyai pengaruh ganjaran dan ancaman serta strategi penulisan yang mempunyai pengaruh kekerupaan. Walaupun halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie turut mengaplikasikan tiga strategi penyampaian juga, namun pemilihan strategi tersebut adalah berbeza. Strategi penyampaian yang menjadi pilihan

pendakwah ini ialah strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat, strategi penulisan yang mempunyai pengaruh rujukan serta strategi penulisan yang mempunyai pengaruh ganjaran dan ancaman. Manakala Dr. Zaharuddin Abd Rahman, pula menerapkan empat strategi penyampaian dalam halaman Facebook miliknya. Strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat, strategi penulisan yang mempunyai pengaruh ganjaran dan ancaman, strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklum balas dan strategi penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan antara strategi penyampaian yang menjadi pilihan pendakwah tersebut. Berbeza pula dengan halaman Facebook Dr. Mohd Asri Zainul Abidin dan Ustaz Dr. Mohd Izhar Ariff, kedua-dua pendakwah ini hanya mengaplikasikan dua strategi penyampaian mesej dakwah Islamiah yang sama dalam halaman Facebook masing-masing. Strategi penyampaian yang didapati dalam halaman Facebook kedua-dua pendakwah ini ialah strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat dan strategi penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan. Pemetaan strategi penyampaian mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook pendakwah terpilih dipaparkan dalam Rajah 6.31.



Rajah 6.31. Pemetaan Strategi Penulisan Mesej Dakwah Islamiah Dalam Halaman Facebook Pendakwah Terpilih

6.4 Perbincangan Strategi Penulisan Mesej Dakwah Islamiah

Secara umumnya, kajian ini mengkaji strategi yang diaplikasikan oleh para pendakwah terpilih dalam halaman Facebook masing-masing. Terdapat lima strategi (penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat, penulisan yang mempunyai pengaruh rujukan, penulisan yang mempunyai pengaruh ganjaran dan ancaman, penulisan yang mempunyai pengaruh maklum balas serta penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan) yang diaplikasikan oleh para pendakwah berdasarkan hasil dapatan kajian. Dapatan daripada lima strategi tersebut menunjukkan hanya satu strategi sahaja yang diaplikasikan oleh semua pendakwah dan empat strategi lagi diaplikasikan oleh pendakwah tertentu sahaja (rujuk rajah 6.31). Manakala, dua strategi lagi tidak diaplikasikan oleh mana-mana pendakwah. Keadaan ini secara tidak langsung menggambarkan bahawa setiap pendakwah mempunyai kecenderungan masing-masing untuk menggunakan strategi tertentu dalam menyampaikan mesej dakwah Islamiah.

Penggunaan strategi yang tepat penting dalam memastikan sesuatu proses komunikasi itu berjaya. Perkara ini selaras dengan kenyataan Hazlina *et al.* (2015) yang berpendapat strategi komunikasi perlu digunakan bagi memastikan mesej yang disampaikan oleh sumber dapat difahami oleh penerima. Hal ini kerana, setiap strategi yang digunakan mempunyai tujuannya yang berbeza. Perbezaan khalayak sasaran juga memerlukan penggunaan strategi penyampaian yang berbeza (Md Abul Kalam, 2015). Namun, dalam Islam, perkara utama yang ditekankan ketika menyampaikan mesej adalah isi kandungannya yang melibatkan kebolehpercayaan terhadap mesej tersebut. Bertitik tolak daripada perkara tersebut, maka para pendakwah kerap memilih untuk

menggunakan strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat dalam halaman Facebook masing-masing.

Strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat dan strategi penulisan yang mempunyai pengaruh rujukan boleh berada di bawah satu skop perbincangan yang sama. Hal ini kerana, kedua-dua strategi ini menggunakan kaedah membekalkan informasi dan maklumat tambahan yang lengkap berkaitan dengan sesuatu topik yang dibangkitkan. Ia bukan sahaja bagi menarik minat khalayak terhadap mesej tersebut, tetapi juga bagi menambahkan keyakinan khalayak terhadap kebenaran mesej yang disampaikan oleh sumber. Strategi ini sememangnya ditekankan oleh Islam terhadap sumber (pendakwah), iaitu perlu menyertakan seberapa banyak mungkin maklumat dan rujukan kukuh seperti rujukan al-Quran dan hadis ketika menyampaikan sesuatu mesej. Malah, dakwah itu sendiri adalah bersumberkan al-Quran dan hadis (Fariza *et al.*, 2016). Perkara ini turut dipersetujui oleh Cekerevac dan Ristic (2006) yang berpendapat sumber perlu mengemukakan mesej yang sebenar, jelas, konkrit dan mempunyai objektif yang jelas.

Selain itu, bagi menarik minat dan meningkatkan kefahaman penerima terhadap mesej yang disampaikan, kedua-dua strategi ini sememangnya pilihan yang tepat. Jika dilihat dari segi kaedah atau cara penyampaian, sebenarnya strategi penyampaian dakwah ini hampir sama dengan kajian berkaitan pemindahan maklumat saintifik kepada maklumat pendidikan (Khalib, 2002). Mesej dakwah yang bersumberkan al-Quran dan sunnah bersifat formal dan saintifik sukar untuk difahami dengan baik oleh masyarakat biasa. Ia memerlukan bimbingan dan penjelasan lanjut daripada pendakwah untuk

membantu masyarakat awam memahaminya dengan lebih baik. Oleh itu, para pendakwah yang mempunyai ilmu pengetahuan tinggi berkaitan agama Islam perlu bertindak sebagai pemudah cara dengan menggunakan strategi penyampaian yang tepat ketika menyampaikan dakwah. Mesej yang mempunyai maklumat terperinci seperti maklumat rujukan, fakta, bukti dan kejelasan penting bagi memudahkan penerima membuat rujukan untuk meningkatkan kefahaman. Perkara ini turut diakui oleh Paimah (2004) dalam kajiannya berkaitan kemahiran penulisan yang menyatakan bahawa kepekaan penulis menekankan aspek tersebut dalam penulisan mampu menarik minat pembaca jika dihasilkan dengan betul.

Selain strategi penulisan yang mempunyai pengaruh rujukan, strategi penulisan yang mempunyai pengaruh ganjaran dan ancaman, strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklum balas serta strategi penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan turut diaplikasikan oleh para pendakwah dalam halaman Facebook masing-masing. Walaupun tidak semua pendakwah menggunakan strategi ini seperti strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat, namun keempat-empat strategi ini hanya digunakan oleh pendakwah tertentu. Keadaan ini memberikan gambaran bahawa setiap pendakwah mempunyai pendekatannya yang tersendiri ketika melaksanakan dakwah melalui halaman Facebook.

Secara umumnya, jika dilihat bagi penggunaan strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklum balas, hanya satu kiriman yang dibuat oleh halaman Facebook Dr. Zaharuddin Abd Rahman (rujuk Rajah 6.31) sahaja yang menggunakan strategi ini. Bagi mengatakan strategi ini kurang berkesan adalah suatu perkara yang sukar

diterima. Hal ini kerana, dalam al-Quran banyak menggunakan kaedah soal jawab. Justeru itu, kaedah ini penting serta memberi saranan agar bertanya kepada orang yang pakar dan berilmu dalam sesuatu bidang (Mohd Anuar, 2014). Oleh itu, antara sebab yang boleh diberikan berkaitan kurangnya pengaplikasian strategi ini adalah kerana para pendakwah melalui halaman Facebook tersebut menjawab secara terus berkaitan persoalan yang dikemukakan oleh khalayak. Persoalan tersebut tidak diangkat dalam entri secara khusus bagi memudahkan individu yang bertanya mendapat jawapan yang diperlukan secara terus. Perkara ini terbukti melalui pemerhatian yang dilakukan oleh penyelidik terhadap halaman Facebook terpilih. Malah, perkara ini diperkukuhkan lagi melalui hasil dapatan oleh Jauhariatul dan Jamilah (2011) yang mendapati pemilik akaun Facebook akan memberikan maklum balas kepada setiap persoalan yang diajukan oleh khalayak secara terus kepada individu berkenaan. Walaupun terdapat sebahagian persoalan dan jawapan tersebut dikongsikan di dinding Facebook, namun kaedah menjawab secara terus kepada individu yang bertanya lebih menjadi keutamaan.

Seterusnya, strategi penulisan yang mempunyai pengaruh ganjaran dan ancaman adalah salah satu strategi yang berkesan untuk diaplikasikan dalam dakwah. Walaupun tidak semua pendakwah mengaplikasikan strategi ini, namun kelebihan penggunaan strategi ini dapat dilihat apabila tiga daripada lima pendakwah menggunakan strategi ini dalam penulisan mesej dakwah. Strategi ini turut diakui keberkesanannya oleh Kamarul Azmi *et al.* (2003) dalam kajiannya yang mendapati kaedah ini digunakan secara meluas dalam kitab Riyadh al-Solihin karangan Al-Imam Al-Nawawi.

Namun demikian, terdapat perbezaan berkaitan mesej ganjaran dan ancaman yang mana dalam kitab ‘Riyadh al-Solihin’ lebih menekankan berkaitan ganjaran. Manakala, hasil dapatan dalam kajian ini mendapati para pendakwah lebih memberi tumpuan terhadap mesej berbentuk ancaman. Walau bagaimanapun, Al-Imam Al-Nawawi memperuntukkan satu bab khusus dalam kitab karangan beliau berkaitan ancaman bagi menghalang manusia melakukan kejahatan (Kamarul Azmi, Ahmad Kilani & Azhar, 2003). Sesuai dengan kepincangan berkaitan agama melalui kajian yang dilaksanakan oleh Muhammad Raqib dan Adnan (2014) serta masalah sosial sekarang melalui kajian oleh Nurzatil, Nazneen, Sahlawati, Zanariah dan Asma’ (2015). Maka, para pendakwah mengambil pendekatan menggunakan kaedah ancaman bagi menyedarkan masyarakat muslim agar kembali mengamalkan syariat Islam yang sebenar dalam kehidupan.

Selanjutnya, strategi penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan turut digunakan oleh empat daripada lima orang pendakwah dalam halaman Facebook masing-masing. Pengaruh keserupaan dalam perbincangan ini terarah kepada bentuk penceritaan atau naratif yang melibatkan kejadian serta pengalaman pendakwah dan juga orang lain. Strategi ini dipilih kerana ia mampu memberi kesan yang positif terhadap mesej yang disampaikan terutamanya apabila melibatkan pembelajaran. Perkara ini diakui oleh McDrury dan Alterio (2002) yang mengatakan bercerita merupakan salah satu cara yang berkesan untuk menyampaikan sesuatu idea serta untuk pembelajaran. Hal ini bersesuaian dengan dakwah yang bertujuan mendidik masyarakat mengenai syariat Islam. Malah, menurut laman web muslim.or.id (2013), kelebihan penceritaan dalam dakwah ini sememangnya turut dinyatakan dalam al-Quran melalui surah al-A’raf ayat 176 yang bermaksud:

“Maka ceritakanlah (kepada mereka) kisah-kisah itu agar mereka berfikir”.

(Al-A’raf 7: 176).

Kelebihan penceritaan ini mampu merangsang emosi dan jiwa khalayak dengan lebih berkesan serta membuatkan mereka berfikir mengenai mesej yang disampaikan oleh sumber. Keadaan ini seterusnya mampu membuatkan sesuatu mesej dakwah itu berjaya dicerap dengan berkesan oleh penerima. Walau bagaimanapun, kaedah penceritaan ini memerlukan kemahiran penulisan yang baik oleh sumber bagi menarik minat khalayak terhadap mesej yang disampaikan. Sekiranya sesuatu penulisan itu gagal menarik minat khalayak, maka mesej yang cuba disampaikan juga tidak akan diterima oleh khalayak. Perkara ini turut diakui oleh Paimah (2004) yang mengatakan dalam sesuatu penulisan, aspek gaya dan kemahiran juga perlu ditekankan selain isi kandungan. Kekurangan kemahiran untuk menghasilkan penulisan naratif yang baik menjadi faktor kurangnya pengaplikasian strategi ini dalam kalangan pendakwah. Hal ini bukan sahaja bagi mengelakkan daripada berlakunya salah faham terhadap mesej yang disampaikan, malah bagi menghindari daripada kegagalan untuk menarik minat khalayak terhadap mesej tersebut.

Dalam pada masa yang sama, hasil analisis mendapati dua strategi tidak diaplikasikan oleh mana-mana pendakwah, iaitu strategi penulisan yang mempunyai pengaruh kepakaran dan strategi penulisan yang mempunyai pengaruh kuasa sah (rujuk Rajah 6.31). Namun, sebenarnya kedua-dua strategi ini telah digunakan secara tidak langsung oleh kesemua pendakwah. Hal ini kerana, kesemua pendakwah terpilih mempunyai pengalaman yang luas dan menguasai ilmu dalam bidang keagamaan.

Oleh itu, setiap penulisan yang dihasilkan oleh para pendakwah ini turut merangkumi kepakaran mereka. Cuma, penulisan yang dihasilkan tidak menjurus kepada bidang kepakaran mereka secara khusus. Disebabkan itu, entri yang dihasilkan tidak dapat dikelaskan dalam strategi penulisan yang mempunyai pengaruh kepakaran. Selain itu, para pendakwah ini juga tidak dikelaskan sebagai golongan pakar dalam konteks penyelidikan ini seperti yang diterangkan dalam sorotan karya (rujuk bab 2.4.3 - Penulisan yang mempunyai pengaruh kepakaran).

Manakala, bagi strategi penulisan yang mempunyai pengaruh kuasa sah pula melibatkan kuasa yang dimiliki oleh sumber terhadap penerima (rujuk bab 2.4.3 - Penulisan yang mempunyai pengaruh kuasa sah). Merujuk kepada sorotan karya, dalam konteks kajian ini, hanya Dr. Mohd Asri Zainul Abidin sahaja yang boleh menggunakan strategi ini kerana beliau merupakan seorang mufti negeri. Namun demikian, hasil penelitian yang dilaksanakan terhadap entri dalam halaman Facebook beliau, mesej yang digarap tidak dapat dikelaskan kepada strategi penulisan yang mempunyai pengaruh kuasa sah. Hal ini kerana, mesej yang dihasilkan adalah dalam bentuk penyampaian mesej dakwah secara umum dan tidak mengkhususkan terhadap sesuatu isu, iaitu melibatkan pengeluaran fatwa (rujuk bab 2.4.3 - Penulisan yang mempunyai pengaruh kuasa sah). Hal ini kerana penyaluran fatwa melalui internet lebih sesuai dilaksanakan melalui laman web rasmi jabatan agama Islam yang berkaitan. Perkara ini bagi mengesahkan keabsahan sesuatu maklumat (fatwa) tersebut serta pertanyaan lanjut boleh dikemukakan secara terus kepada laman web rasmi berkaitan (Wan Mohamad, 2010).

Secara kesimpulannya, para pendakwah telah memilih strategi yang sesuai berdasarkan tujuan mesej yang hendak disampaikan. Hal ini dapat dilihat apabila para pendakwah tidak memberikan tumpuan terhadap satu-satu strategi sahaja, tetapi turut menggunakan beberapa strategi lain bagi menarik perhatian khalayak. Pemilihan strategi penyampaian yang tepat penting dalam sesuatu proses komunikasi terutamanya berkaitan dengan mesej agama Islam. Hal ini kerana, pengabaian pendekatan dan tatacara yang betul bukan sahaja akan memberi kesan kepada khalayak malah terhadap agama Islam sendiri (Syahrudin & Mohd Shaukhi, 2016).

Oleh itu, pemilihan strategi yang sesuai penting dalam proses penyampaian mesej dakwah Islamiah terutamanya apabila melibatkan medium internet seperti media sosial. Bagi mengelakkan daripada berlakunya salah faham, kekeliruan dan penyebaran maklumat palsu, sesuatu mesej dakwah Islamiah perlulah diperkukuhkan dengan sumber dari al-Quran dan sunnah. Percampuran kod komunikasi, iaitu dengan terdapatnya sumber dari al-Quran dan hadis bukan sahaja dapat mengelakkan daripada berlakunya perkara negatif, malah dapat membantu khalayak untuk lebih mengingati mesej tersebut. Percampuran kod yang dimaksudkan adalah dengan turut terdapat bahasa lain dalam sesuatu pertuturan atau penulisan yang dibuat (Haugen, 1972). Kelebihan percampuran kod komunikasi ini terbukti berkesan melalui kajian terhadap pengaruh pengiklanan yang dilakukan oleh Nor Shahila *et al.* (2016). Jadual 6.1 menunjukkan strategi mesej dakwah Islamiah dalam halaman Facebook pendakwah terpilih.

Jadual 6.1

Strategi Penulisan Mesej Dakwah Islamiah

| Pendakwah Strategi | UAD | USS | Dr.MAZA | UZAR | Dr.MIA | JUMLAH |
|-----------------------|-----|-----|---------|------|--------|--------|
| MAKLUMAT | 26 | 10 | 14 | 32 | 24 | 106 |
| RUJUKAN | 0 | 19 | 0 | 0 | 0 | 19 |
| GANJARAN & ANCAMAN | 7 | 1 | 0 | 9 | 0 | 17 |
| MAKLUM BALAS | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| KESERUPAAN | 7 | 0 | 2 | 2 | 3 | 14 |

6.5 Rumusan

Secara kesimpulannya, strategi penulisan mesej dakwah Islamiah adalah berbeza dengan penulisan mesej biasa. Hal ini kerana, mesej dakwah Islamiah mempunyai satu matlamat yang utama, iaitu untuk menegakkan *amar makruf nahi mungkar* berlandaskan syariat Islam. Dalam dakwah Islamiah, asas utama dalam pengaplikasian sesuatu strategi mestilah berteraskan syariat Islam. Tetapi, strategi penulisan biasa tidak perlu berteraskan sumber ini. Dalam pada masa yang sama, terdapat juga beberapa persamaan antara strategi penulisan dakwah Islamiah dengan penulisan yang tidak berpaksikan dakwah Islamiah. Antara contoh yang dapat diberikan adalah berkaitan penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat. Strategi penulisan ini merupakan antara strategi terbaik untuk mempengaruhi pembaca terhadap sesuatu mesej yang disampaikan tidak kira mesej dakwah Islamiah ataupun tidak. Keberkesanan strategi ini telah dibincangkan secara terperinci dalam sorotan karya dan sub topik terdahulu. Namun demikian, maklumat yang dikemukakan dalam mesej dakwah Islamiah perlulah berasaskan dari sumber Islam.

BAB TUJUH

KESIMPULAN DAN CADANGAN

7.1 Pendahuluan

Bab ini membincangkan berkaitan signifikan kajian, implikasi terhadap teori yang digunakan dan limitasi kajian. Pembentukan Model Mesej Dakwah Islamiah yang menjadi salah satu matlamat dalam penyelidikan ini juga turut dibincangkan secara terperinci. Perbincangan dalam bab ini juga meliputi cadangan kajian, kesimpulan dan implikasi kajian.

7.2 Signifikan Kajian

Kajian ini memberikan sumbangan baru berkaitan dakwah Islamiah dalam media baharu yang memfokuskan terhadap mesej. Hal ini kerana, kajian-kajian terdahulu berkaitan dakwah Islamiah lebih memberi tumpuan terhadap penerimaan media baharu oleh khalayak seperti kajian yang dilakukan oleh Nur Zahidah dan Raihanah (2011), Fatimah (2013) serta Faradillah (2014). Penyelidikan berkaitan mesej dakwah Islamiah dalam Facebook yang memfokuskan '*group page*' dilakukan oleh Syahrudin dan Mohd Shaukhi (2016). Keadaan ini menunjukkan kajian yang memberi tumpuan terhadap mesej dakwah Islamiah dalam media baharu adalah suatu perkara yang harus diberi perhatian oleh para penyelidik lain.

Hasil penyelidikan ini membawa kepada terhasilnya Model Mesej Dakwah Islamiah (rujuk rajah 7.1) yang diasimilasikan dari Model Komunikasi yang dibangunkan oleh Laswell (1948). Model ini memberi penekanan terhadap pembentukan mesej dakwah

Islamiah yang menjadi penentu kepada pencapaian matlamat dakwah Islamiah dilaksanakan. Hal ini kerana, proses penyampaian maklumat bukan sahaja dilihat dari segi penerimaan khalayak terhadap mesej tersebut sahaja, tetapi ia bermula dari peringkat pembentukan idea atau mesej lagi (Gloria, Daniel & Everett, 1992). Perkara ini bersesuaian dengan dakwah Islamiah yang memberi penekanan terhadap keperluan isi kandungan dakwah diambil dari al-Quran dan hadis sebagai asas sumber utama selain *al-Qiyas* dan *al-Ijma'* ulama.

Model S-M-C-R yang dibangunkan oleh Laswell (1948) dipilih sebagai kerangka asas kepada Model Mesej Dakwah Islamiah disebabkan oleh beberapa faktor. Antaranya ialah kerana model ini merupakan antara model komunikasi yang lama dan telah diterima oleh ahli akademik dalam bidang komunikasi di seluruh dunia. Kesesuaian model ini terhadap dakwah Islamiah juga telah terbukti melalui penyelidikan yang dilaksanakan oleh Rosmawati (2015). Cuma perbezaan dalam kajian ini adalah model S-M-C-R ini diaplikasikan terhadap mesej dalam media sosial manakala kajian oleh Rosmawati (2015) pula dilakukan terhadap mesej dalam filem. Selain itu, model ini juga dipilih kerana terdapat satu kelompongan yang menurut Littelejohm (2008) bahawa model Barat hanya menekankan terhadap 'bagaimana' untuk enkod dan dikod mesej tetapi tidak menekankan terhadap 'apa' jenis mesej. Sebaliknya, Islam turut memberi penekanan terhadap jenis mesej yang disampaikan kerana sesuatu mesej itu perlu diberikan perhatian terhadap kebolehpercayaannya dan penggunaan kata-katanya (Sofia, 2016). Maka, Model Mesej Dakwah Islamiah diasimilasikan daripada model S-M-C-R bagi melengkapi kekurangan tersebut ('apa' jenis mesej).

Strategi penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat muncul sebagai strategi yang kerap digunakan oleh para pendakwah terpilih dalam kajian ini. Penemuan ini sejajar dengan pendapat Rawlins & Metzger (2009), penulis yang baik memberikan maklumat terperinci kepada khalayak. Malah, bagi umat Islam sendiri, kandungan maklumat berkaitan keagamaan disanjung tinggi sehingga berada pada tempat berintegriti (Fadzli, Ab Hamid, Marhana, Engku Muhammad Tajuddin, 2015). Hasil dapatan ini juga mengukuhkan lagi pendapat Mariam (2014) yang mengatakan bahawa Islam amat menekankan perancangan dan pengurusan dalam setiap aspek terutamanya berkaitan dakwah. Pemilihan maklumat atau mesej untuk disampaikan kepada khalayak memerlukan perancangan yang teliti bagi memastikan matlamat dakwah Islamiah tercapai.

Sehubungan dengan itu, Model Mesej Dakwah Islamiah yang dihasilkan melalui kajian ini dapat dijadikan sebagai asas dalam membentuk strategi mesej dakwah Islamiah. Kewajaran perancangan awal perlu dilakukan dalam menyampaikan mesej dakwah Islamiah kerana penerimaan mesej oleh khalayak bergantung kepada isi kandungan, fungsi dan cara pengaturan atau strategi (Cekerevac & Ristic, 2006). Sehubungan itu, model ini boleh dijadikan sebagai rangka rujuk dan garis panduan asas dalam menyampaikan mesej dakwah Islamiah oleh para pendakwah sama ada individu, kumpulan, agensi kerajaan mahupun badan NGO. Keadaan ini seterusnya akan mewujudkan corak atau gaya mesej dakwah Islamiah yang lebih jelas dan mempunyai identiti tersendiri. Perkara ini bukan sahaja memudahkan masyarakat untuk mengenali mesej dakwah Islamiah yang tulen, malah mampu membendung serta menangkis tersebarnya mesej dakwah Islamiah yang palsu dan diragui.

Di samping itu, kajian ini juga menyumbang kepada perlunya penggunaan media sosial dalam melaksanakan dakwah Islamiah pada masa kini. Para pendakwah digalakkan untuk lebih kerap dan mempertingkatkan penggunaan media sosial khususnya Facebook dalam usaha menyampaikan mesej dakwah Islamiah kepada masyarakat. Rasulullah S.A.W. turut menggunakan pelbagai saluran komunikasi yang ada pada zaman baginda dalam menyampaikan dakwah (Md Abul Kalam, 2015). Malah, kepentingan penggunaan media sosial dalam penyampaian dakwah Islamiah pada masa kini turut disokong dan disaran oleh Timbalan Menteri di Jabatan Perdana Menteri, Datuk Dr. Asyraf Wajdi Dusuki dalam Multaqa Pendakwah 2016, kerana ia lebih pantas dan sebarannya lebih meluas (Astro Awani, 2016). Tambahan lagi, populariti, keberkesanan dan penerimaan penggunaan media baharu dalam aktiviti penyebaran dakwah Islamiah tidak dapat disangkal lagi. Hal ini terbukti melalui penyelidikan yang telah dilaksanakan oleh para sarjana terdahulu seperti yang telah dibincangkan dalam sorotan karya.

7.3 Implikasi Terhadap Teori

Implikasi terhadap teori adalah salah satu aspek yang diberi perhatian dalam penyelidikan ini. Setelah analisis dan perbincangan dilakukan, penyelidik mendapati Teori Peningkatan sememangnya sesuai untuk diaplikasikan dalam kajian terhadap mesej dakwah Islamiah secara atas talian seperti Facebook. Teori peningkatan mengengahkan kerangka awal dalam sesuatu kajian. Perkara ini selaras dengan penyelidikan ini yang memfokuskan kajian berbentuk tematik dalam halaman Facebook. Tematik ini telah dibentuk terlebih dahulu atau dikenali juga sebagai *preset thematic*. Manakala, dalam penyelidikan kualitatif, kaedah ini dikenali sebagai

deduktif. Penggunaan teori pembingkai ini juga membuatkan penyelidikan ini lebih terfokus berdasarkan kerangka kajian yang telah dibina pada peringkat awal kajian (rujuk rajah 2.1). Hal ini sejajar dengan dakwah Islamiah kerana dalam Islam, setiap perkara itu telah ditetapkan asasnya dan ia tidak boleh diubah.

Di samping itu, hasil penemuan ini membawa satu kelainan terhadap pengaplikasian Teori Pembingkai. Kebanyakan kajian terdahulu yang menggunakan teori ini lebih memfokuskan terhadap pembingkai berita dan mesej politik (Cissel, 2012). Namun, pemberitaan berkaitan politik lebih banyak diberi tumpuan oleh akhbar-akhbar perdana di Malaysia berdasarkan kajian yang dilakukan oleh Yang dan Md Sidin (2011) serta Mohd Hilmi (2012). Malah, kajian oleh Muhammad Raqib dan Adnan (2014) berkaitan agama Islam juga turut disertakan dengan isu politik. Keadaan ini menunjukkan perbezaan dalam kajian ini. Dalam pemberitaan juga, tema lahir daripada data yang diperolehi. Tetapi, dalam penyelidikan berteraskan dakwah Islamiah ini, sesuatu tema itu telah ditetapkan terlebih dahulu berdasarkan syariat Islam dan ia tidak boleh diubah. Tema ini bermaksud bingkai yang telah ditetapkan oleh syariat Islam. Pendakwah hanya mengolah melalui gaya penyampaian yang berbeza sahaja, tetapi isinya adalah tetap sama dan tidak boleh diubah.

Selain itu, perbezaan pengaplikasian teori ini dalam mesej dakwah Islamiah dan pemberitaan dapat dilihat melalui proses pembinaan bingkai. Dalam pemberitaan, pembinaan dipengaruhi oleh wartawan. Berbeza dengan mesej dakwah Islamiah, pembinaan bingkai ditentukan ketetapanannya mengikut syariat Islam. Manakala proses penentuan bingkai pula mempunyai konsep yang sama (rujuk bab 2.7). Ini merujuk

kepada isi kandungan sesuatu penulisan yang bergantung kepada penulis atau penyampai seterusnya memberi kesan kepada khalayak atau penerima. Kesesuaian pengaplikasian teori ini terhadap mesej dalam talian pula dapat dilihat melalui kajian yang telah dilaksanakan oleh Rama (2014). Hasil dapatan sarjana tersebut dapat mengukuhkan lagi dapatan dalam kajian ini bahawa Teori Pembingkaiannya sesuai untuk diaplikasikan terhadap analisis kandungan dalam talian. Hasil kajian ini juga dapat memantapkan dan menambahkan lagi peranan Teori Pembingkaiannya dalam konteks pembentukan mesej dakwah Islamiah. Merujuk kepada kenyataan (Cissel, 2012), maka kajian ini dapat memberi perkembangan baru berkaitan pengaplikasian Teori Pembingkaiannya terhadap mesej dakwah Islamiah dalam talian.

7.4 Model Mesej Dakwah Islamiah

Pembinaan Model Mesej Dakwah Islamiah (Rajah 7.1) dalam penyelidikan ini diasimilasikan daripada Model Komunikasi yang dibangunkan oleh Laswell (1948). Model ini dipilih kerana ia memberi penekanan terhadap kesan dan impak kepada khalayak dari segi penggunaan media massa berbanding model komunikasi lain (Littlejohn, 2008). Hal ini bersesuaian dengan tujuan dakwah yang memberi penekanan terhadap kesan yang ditonjolkan oleh masyarakat setelah menerima mesej dakwah, iaitu melalui pengamalan cara hidup Islam yang sebenar berteraskan *amar makruf nahi mungkar*. Kesesuaian pemilihan model komunikasi ini dilakukan juga berdasarkan kajian yang telah dilaksanakan oleh Rosmawati (2015) terhadap mesej dakwah Islamiah dalam filem.

Al-Quran, al-Sunnah serta *al-Qiyas* dan *al-Ijma'* adalah sumber utama dalam komunikasi Islam (Nasruddin, 2002) (rujuk bab 1.2). Dalam konteks komunikasi, komunikator bertindak sebagai penyampai mesej kepada penerima memainkan peranan penting dalam memilih mesej yang sesuai untuk disampaikan. Ilmu fiqh dalam penyelidikan ini bertindak sebagai asas dalam penentuan kategori mesej yang disampaikan oleh komunikator. Pendekatan komunikasi yang ditekankan oleh sarjana barat menyatakan mesej adalah sesuatu yang ditentukan dan dihasilkan sepenuhnya oleh komunikator.

Namun, perkara ini berbeza dengan komunikasi Islam kerana isi kandungan mesej terutamanya yang melibatkan dakwah Islamiah telah ditentukan sepenuhnya oleh syariat agama. Manakala, komunikator pula hanyalah bertindak sebagai penyampai dengan memilih kategori mesej tertentu untuk disampaikan kepada khalayak. Pemilihan mesej untuk disampaikan ini perlulah berteraskan kepakaran yang dimiliki oleh pendakwah tersebut dalam bidang tertentu berdasarkan ilmu fiqh. Hal ini bertujuan agar mesej tersebut digarap dengan jelas dan terperinci supaya khalayak tidak keliru terhadap mesej tersebut. Kategori mesej dakwah Islamiah berdasarkan model yang dibangunkan ini dilihat dari sudut ilmu fiqh atas beberapa faktor seperti yang telah dibincangkan dalam sorotan karya.

Berkaitan fungsi mesej itu disampaikan oleh komunikator. Seperti yang telah dibincangkan dalam bab terdahulu, terdapat tujuh fungsi komunikasi Islam menurut R. Agus (1990) dan Nasruddin (2002) seperti yang telah dibincangkan dalam sorotan karya. Pemilihan fungsi yang tepat berdasarkan tujuan mesej itu disampaikan adalah

salah satu faktor penting kepada kejayaan sesuatu dakwah Islamiah. Pengaplikasian fungsi yang betul terhadap sesuatu mesej dakwah Islamiah bukan sahaja menjadi penentu kepada tarikan terhadap mesej tersebut, malah menjadikan mesej tersebut mudah diingati oleh khalayak.

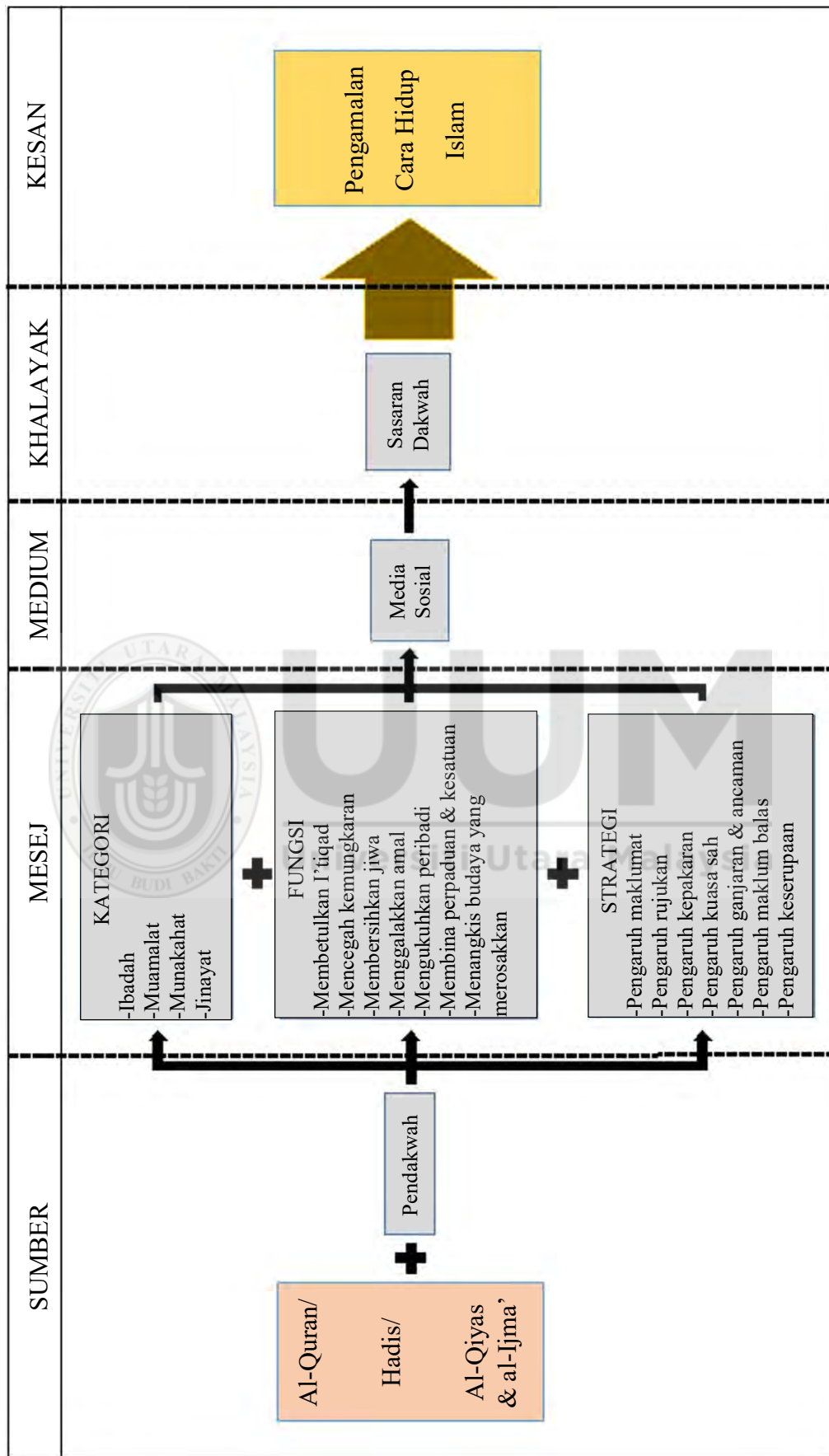
Pada peringkat pembentukan mesej ini, faktor strategi juga perlu diberikan penekanan. Dengan merujuk kepada dapatan kajian ini dan perbincangan kesusasteraan, terdapat tujuh strategi penulisan yang boleh diterapkan dalam penyampaian dakwah Islamiah (Ahmad Zahiruddin, 2014). Penggunaan strategi yang tepat ini bukan sahaja melibatkan kategori dan fungsi mesej, tetapi turut melibatkan khalayak. Oleh itu, pemilihan strategi penulisan yang tepat adalah antara faktor penting dalam mempengaruhi khalayak untuk mencerap mesej yang disampaikan.

Elemen ketiga dalam model ini adalah melibatkan penggunaan medium, iaitu saluran yang menjadi pilihan pendakwah untuk menyampaikan mesej dakwah Islamiah. Medium yang digunakan dalam konteks penyelidikan ini adalah media baharu, iaitu Facebook. Manakala, audien pula ialah khalayak sasaran pendakwah, iaitu sama ada melibatkan individu tertentu mahupun masyarakat umum sama ada melibatkan orang Islam mahupun orang bukan Islam.

Akhir sekali adalah komponen kesan yang didapati dalam proses komunikasi, iaitu kesan dakwah Islamiah. Kesan ini bukan sahaja melibatkan penghayatan terhadap mesej yang disampaikan, tetapi aspek utama yang diberi penekanan dalam dakwah Islamiah adalah pengamalan dan cara hidup yang ditonjolkan oleh khalayak dengan

berteraskan *amar makruf nahi mungkar*. Menurut Mohd Khairie (2011) dalam kajiannya berkaitan komunikasi kesihatan Islam, kegagalan menghasilkan mesej dan strategi yang mematuhi falsafah dan nilai-nilai Islam akan menyebabkan berlakunya penolakan terhadap promosi kesihatan. Hal ini bertepatan dengan Model Pembentukan Mesej Dakwah Islamiah ini yang memberi penekanan terhadap tiga elemen (kategori, fungsi dan strategi) utama terhadap mesej seperti yang dibincangkan berdasarkan ketetapan dalam syariat Islam. Rajah 7.1 menunjukkan Model Mesej Dakwah Islamiah.





Rajah 7.1. Model Mesej Dakwah Islamiah

Model yang dibangunkan ini boleh digunakan oleh para pendakwah sebagai panduan asas dalam pembentukan dakwah Islamiah. Hal ini bertujuan agar mesej dakwah Islamiah mempunyai identiti yang tersendiri agar ia bukan sahaja lebih mudah untuk menarik minat *mad'u* malah dapat membezakannya dengan mesej palsu serta dapat menangkis mesej negatif berkaitan Islam.

7.5 Limitasi Kajian

Skop kajian dalam penyelidikan ini memfokuskan terhadap lima halaman Facebook pendakwah terpilih sahaja berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Kajian ini hanya melibatkan media sosial Facebook tanpa melibatkan media sosial yang lain. Dalam kajian ini, penyelidik hanya memberi perhatian terhadap mesej dakwah Islamiah yang dikirim sebagai entri dalam halaman Facebook. Tambahan lagi, tempoh masa kiriman mesej yang dijadikan sampel dalam kajian ini hanya melibatkan tempoh satu bulan sahaja, iaitu sepanjang bulan Januari 2016. Oleh itu, keputusan kajian yang dilakukan ini hanya terbatas dalam skop kajian ini sahaja. Maka, penambahbaikan berkaitan penyelidikan ini boleh dilaksanakan pada masa akan datang.

7.6 Cadangan Kajian

Berdasarkan hasil dapatan kajian ini, terdapat beberapa saranan yang dikemukakan bagi dilakukan kajian lanjutan. Penyelidik menyarankan agar kajian seterusnya turut memberi tumpuan terhadap kiriman mesej dalam bentuk lain juga seperti video, audio dan infografik. Penggunaan kepelbagaian multi-media ini dapat memberikan perbandingan dari pelbagai sudut berkaitan dakwah Islamiah. Antaranya seperti

kategori multi-media yang menjadi pilihan pendakwah atau khalayak dan juga boleh dilihat dari segi fungsi sebenar setiap multi-media digunakan.

Selain itu, kajian pada masa hadapan juga boleh menggunakan konsep yang hampir sama dengan kajian yang telah dilaksanakan oleh Muhamad Faizal dan Nur Adhwa (2012), iaitu melibatkan mesej *newsworthiness* dalam Facebook. Cuma, pendekatan yang digunakan dalam kajian dakwah Islamiah adalah berkaitan dengan *trustworthiness*, iaitu mengkaji tahap kebolehpercayaan terhadap mesej dakwah Islamiah dalam Facebook. Ini disebabkan, kemungkinan berlakunya penyebaran maklumat palsu dan diragui berkaitan dakwah Islamiah dalam media sosial lebih mudah terjadi.

Di samping itu, penyelidik juga turut mencadangkan agar pendekatan yang sama boleh dilakukan terhadap media sosial yang berbeza. Antara media sosial yang mula mendapat tempat dalam kalangan pengguna selain Facebook adalah Instagram, Twitter dan Whatsapp. Hasil dapatan yang diperolehi dari kajian tersebut boleh dibuat perbandingan dengan kajian ini agar dapat dilihat corak pengaplikasian strategi penyampaian mesej dakwah Islamiah dalam media sosial yang berbeza. Penyelidik juga mencadangkan agar sampel dalam kajian seterusnya ditukar kepada pendakwah yang berada dalam kelompok tertentu seperti pendakwah selebriti atau pendakwah yang dilahirkan melalui rancangan realiti seperti rancangan Pencetus Ummah (Astro) dan Dai'e (TV3).

7.7 Kesimpulan

Perkembangan teknologi maklumat khususnya berkaitan komunikasi yang didominasi oleh Barat secara tidak langsung telah memberi impak kepada perbincangan dalam konteks komunikasi Islam. Namun demikian, dewasa ini kesedaran para sarjana terhadap isu ini telah meningkat. Hal ini dapat dilihat melalui pelbagai penyelidikan berkaitan komunikasi Islam telah dilaksanakan oleh para sarjana seperti yang telah dibincangkan dalam sorotan karya. Menyedari isu ini, maka penyelidik turut mengambil inisiatif dengan melaksanakan kajian dalam skop komunikasi Islam dengan memfokuskan terhadap media sosial.

Media sosial kini menjadi sebahagian daripada kehidupan manusia untuk mencurahkan idea, pengalaman dan kreativiti yang ada untuk disampaikan kepada orang lain. Maka, sebagai salah satu medium komunikasi massa yang popular dan mampu menjangkau sasaran yang jauh serta khalayak yang luas, kelebihan yang ada pada media sosial ini boleh dimanipulasi untuk kepentingan dakwah Islamiah. Oleh itu, para pendakwah bukan sahaja perlu menguasai ilmu Islam sebagai asas dalam penyampaian dakwah Islamiah, malah juga ilmu teknologi maklumat. Perkara ini diperkukuhkan lagi dengan pendapat Noor Shakirah (2006) yang mengatakan bahawa kejayaan media Islam terletak pada tahap penguasaan pengamalannya berkaitan medium penyebaran maklumat pada zaman tersebut. Menteri di Jabatan Perdana Menteri, Dr. Asyraf Wajdi Dusuki turut menegaskan supaya pendakwah menguasai teknologi terkini (Astro Awani, 2016). Hal ini agar mesej dakwah dapat disebarkan dengan berkesan serta memberi panduan kepada *mad'u* berkaitan tatacara penggunaan media sosial berlandaskan prinsip-prinsip Islam.

Selain itu, para dai'e juga perlu menguasai ilmu tambahan yang lain seperti pengucapan umum dan cara menghasilkan penulisan yang baik. Hal ini kerana, kaedah secara bersemuka dan melalui penulisan ini merupakan antara kaedah utama penyampaian dakwah Islamiah. Penguasaan ilmu ini bagi memberi lebih nilai tambah kepada para pendakwah dalam menyampaikan mesej dakwah Islamiah kepada masyarakat agar matlamat utama dakwah Islamiah mampu dicapai dengan sempurna.

Keberkesanan dakwah Islamiah tidak hanya diukur berdasarkan dengan kejayaan sesuatu mesej itu disampaikan dengan sempurna dan diterima oleh *mad'u*. Sebaliknya, kejayaan sebenar dakwah Islamiah adalah dengan terlahirnya masyarakat yang mengamalkan Islam sebenar dalam semua aspek kehidupan. Dengan tercapainya matlamat ini, maka masalah yang ditemui oleh Tamrin, Ainnur, Mohd Zulkifli dan Nasrul (2015) yang mendapati keimanan dan ketakwaan dalam diri individu muslim tidak menjamin sifat tersebut mampu membuatkan mereka mematuhi ajaran Islam semasa menggunakan internet dapat diatasi. Oleh itu, bagi mencapai aspirasi ini, para pendakwah perlulah bekerjasama menyebarkan dakwah Islamiah ke segenap lapisan masyarakat dengan menggunakan strategi yang terbaik berlandaskan syariat Islam yang sebenar. Model Mesej Dakwah Islamiah yang dibangunkan hasil daripada kajian ini dapat dijadikan sebagai rangka rujuk para pendakwah untuk membentuk mesej dakwah Islamiah yang lebih berkesan pada masa akan datang.

7.8 Rumusan

Bab ini membincangkan implikasi kajian, model, limitasi kajian dan signifikan kajian juga turut dikemukakan bagi menjelaskan lagi kesan, sumbangan, skop dan keperluan

penyelidikan ini. Di akhir bab, penyelidik mengemukakan cadangan dan kesimpulan keseluruhan kajian. Cadangan dan kesimpulan kajian dibuat berdasarkan hasil kajian yang diperoleh dalam kajian ini serta mengambil kira maklumat yang diperoleh dalam sorotan karya.



RUJUKAN

- A. Hasjmy. (1974). *Dustur dakwah menurut al-Quran*. Jakarta: Bulan Bintang.
- Ab. Aziz Yusof. (2010). *Pengurus bertakwa memakmurkan syarikat*. Sintok: Penerbit Universiti Utara Malaysia.
- Ab. Hamid Ali, Fadzli Adam & Wan Solihin Wong Abdullah. (2014). Penerimaan blog sebagai medium agama dalam kalangan pelajar IPTA di Malaysia. Kertas yang dibentangkan di Proceeding of the International Conference on Arabic Studies and Islamic Civilization (iCasic 2014), pada 4-5 Mac 2014, Kuala Lumpur.
- Abatasa. (2013). Pengertian dan ruang lingkup fiqh. <http://pustaka.abatasa.co.id/pustaka/detail/fiqih/ilmu-fiqih/117/>. Diakses pada (8 Oktober 2015).
- Abdul Ghafar Don. (2000). Budaya hedonisme: Corak dan kesannya terhadap pembinaan masyarakat dinamik di Malaysia. Dalam Fariza Md. Sham, Sulaiman Ibrahim & Ideris Endot. (2000). *Dakwah dan perubahan sosial*. Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distributors Sdn. Bhd.
- Abdul Latiff Abu Bakar. (2012). Peranan media dalam dakwah Islamiah. Kertas yang dibentangkan di Seminar Dakwah Nasional: Wacana pemikiran dan peradaban ummah ke-4, pada 8-9 Oktober 2012, Putra World Trade Centre (PWTC), Malaysia.
- Abdul Majid Omar. (2008). Ancaman ajaran sesat terhadap keharmonian rakyat Malaysia. Kertas yang dibentangkan di Seminar Penerangan Ajaran Salah dan

Isu Semasa, pada 29 Januari 2008, Dewan Annex, Dewan Undangan Negeri Selangor, Shah Alam.

Abdul Rahman Abdullah. (2005). *Wacana falsafah ilmu: Analisis konsep-konsep asas dan falsafah pendidikan negara*. Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distributors Sdn Bhd.

Abdullah Hassan. (2007). *Berdakwah dengan efektif: Teori dan dan teknik moden mendorong perubahan tingkah laku*. Batu Caves: PTS Islamika Sdn. Bhd.

Abdullah Muhammad Zin. (1997). Dakwah kepada masyarakat bukan muslim di Malaysia: Konsep dan metode. Dalam Abdullah Muhammad Zin, Che Yusoff Che Mamat & Ideris Endot. (1997). *Prinsip dan kaedah dakwah dalam arus pembangunan Malaysia*. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.

Abdullah Muhammad Zin. (2000). Dakwah dan perubahan sosial menuju alaf baru. Dalam Fariza Md. Sham, Sulaiman Ibrahim & Ideris Endot. (2000). *Dakwah dan perubahan sosial*. Kuala Lumpur: Utusan Publications & Distributors Sdn. Bhd.

Abu Bakar Jabir Al-Jazairiy. (2006). *Ensiklopedia fikah: Manhaj peribadi muslim*. (Jilid 3). (Fadhli Bahri Lc, Terj.). Shah Alam: Pustaka Dini Sdn. Bhd

Abu Shakir. (1999). *Ganjaran melaksanakan amal Islam*. Johor Bahru: Perniagaan Jahabersa.

Ahmad Zahiruddin Mohd Zabidi. (2014). Membina pengisian berpengaruh dalam media baharu melalui penulisan dakwah: *Al-Hikmah*, 6(2), 78-90.

Ahmad Zahiruddin Mohd Zabidi & Faisal @ Ahmad Faisal Abdul Hamid. (2014). Membina pengisian berpengaruh dalam media baharu melalui penulisan dakwah. *Jurnal al-Hikmah*, 6(2). 78-90.

Aerisuli Awang. (2011). Penghayatan ibadah dan kesannya terhadap hubungan sosial di kalangan pelajar Sekolah Menengah Kebangsaan Agama Tok Jiring, Kuala Terengganu. (Tesis Master). Universiti Malaya, Kuala Lumpur.

Al-Quran.

Alpha Mahmoud Bah. (2005). *Communicating with the Hearts: The ideal method*.

Dalam Alpha Mahmoud Bah. (2005). *Muslim Communication*. Kuala Lumpur: Percetakan Zafar Sdn. Bhd.

Aminudin Basir @ Ahmad & Akila Mamat. (2012). Dakwah kepada masyarakat bukan Islam menerusi interaksi. *Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporari*, 5, 77-89.

Arief Salleh Rosman & Salmiah Mohd Jupri. (2010). Kepentingan mempelajari dan menguasai ilmu fikah menurut Al-Hafiz Al-Khatib Al-Baghdadi dalam Kitab Al-Faqih Wa Al-Mutafaqqih. *Universiti Teknologi Malaysia Institutional Repository*, 1-6.

Asiah Ali, Irkhaniza Md Rahim & Mohamed Sharif Mustaffa. (2008). Peranan komunikasi dalam hubungan kekeluargaan. Kertas yang dibentangkan di Seminar Kaunseling Keluarga, pada 30 Ogos 2008, Hotel Seri Malaysia, Johor Bahru.

Astro Awani. (2016, Disember 10). Pendakwah digalak guna media sosial untuk berdakwah. <http://www.astroawani.com/berita-malaysia/pendakwah-digalak->

guna-media-sosial-untuk-berdakwah-125207. Diakses pada (25 Disember 2016).

Atikullah Abdullah. (2009). Fiqh lestari: Ke arah penyusunan prinsip-prinsip muamalat Islam untuk pembangunan lestari yang sepadu. *MALIM*, 10, 73-92.

Azahar Kasim, Mohd Azizuddin Mohd Sani, Awan Ismail & Az Zamakhsyari Masri. (2015). Pembingkai berita krisis Selatan Thailand dalam akhbar aliran perdana di Malaysia. *Jurnal Komunikasi*, 31(1), 27-40.

Azizan Had. (2014). Dakwah melalui internet di Malaysia: Masalah dan cabaran. Kertas yang dibentangkan di Seminar Antarabangsa Dakwah & Etnik 2014: Perspektif Multi-disiplin, Universiti Kebangsaan Malaysia, Malaysia.

Babbie, E. (2013). *The practice of social research* (13th ed.). Belmont: Wadsworth Cengage Learning.

Basri Ibrahim. (2000). *Meraih kebaikan mencegah kemungkar*. Kuala Lumpur: Darul Nu'man.

Beebe, S.A, Beebe, S.J & Ivy, D.K. (2013). *Communication: principles for a lifetime*. (5th ed.). New Jersey: Pearson Education Inc.

Berhanudin Abdullah, Azli Fairuz Laki, Zawawi Yusof & Nor Salimah Abu Mansor. (2016). Pelaksanaan dakwah kepada masyarakat Pribumi Sabah dan Sarawak. *Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporari*, 12, 70-82.

Blake, R. H. & Haroldsen, E. O. (1979). *A taxonomy of concepts in communication*. New York: Hasting House.

Bogdan, R. C. & Biklen, S. K. (2003). *Qualitative research for education: An introduction to theory and methods*. Boston: Allyn & Bacon.

- Boyd, D. (2010). Stream of content, limited edition: The low of information through social media. *Educause Review*, 45(5), 26-36.
- Boyd, D. M., Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- Boyle, M. P., Schmierbach, M., Armstrong, C. L., Cho, J., McCluskey, M., McLeod, D. & Shah, D. V. (2006). Expressive response to news stories about extremist group: A framing experiment. *Journal of Communication*, 56, 271-288.
- Buffer Social. (2013). 7 Powerful Facebook statistics you should know for a more engaging Facebook Page. <https://blog.bufferapp.com/7-facebook-stats-you-should-know-for-a-more-engaging-page>. Diakses pada (9 November 2016).
- Bunt, G. R. (2003). *Islam in the digital age: e-jihad, online fatwas and cyber Islamic environments*. London: Pluto Press.
- Cambell, H. (2006). Religion and the internet. *A Quarterly Review of Communication Research*, 1(25), 1-43).
- Cekerevac, Z. & Ristic, S. (2006). Communications: The way of transmitting messages and communication skill. *Communications*, 4, 61-66.
- Chaffee, S. & Metzger, M. (2001). The end of Mass Communication?. *Mass Communication & Society*, 4(4), 365-379.
- Chang, A. (2011). Web 2.0: Social network sites and Facebook marketing. *Binus Business Review*, 2(2), 708-717.
- Che Hasniza Che Noh. (2013). Facebook: Satu pengamatan dari perspektif hubungan kemanusiaan. *Journal of Business and Social Development* 1(2), 59-65.

- Che Su Mustafa & Nan Zakiah Megat Ibrahim. (2014). Persepsi dan penggunaan media sosial dari perspektif ibu bapa: Satu analisis kualitatif. *Jurnal Komunikasi*, 30, 43-74.
- Cissel, M. (2012). Media framing: a comparative content analysis on mainstream and alternative news coverage of Occupy Wall Street. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 3(1), 67-77.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Los Angeles: Sage Publications.
- D'Angelo, P. (2002). News framing as a multiparadigmatic research program: A response to Entman. *Journal of Communication*, 52(4), 870-888.
- Dusuki Ahmad. (2000). Cabaran dakwah dalam memanfaatkan industri drama. Dalam Fariza Md. Sham, Sulaiman Ibrahim dan Ideris Endot. (2000). *Dakwah dalam era perubahan sosial*. Kuala Lumpur: Utusan Publications.
- Denzin, N. (1970). *The research act in sociology*. Chicago: Aldine.
- E-muamalat. Apakah pengertian muamalat. <http://e-muamalat.gov.my/faq/apakah-pengertian-muamalat>. Diakses pada (18 Disember 2015).
- Earnie Elmie Hilmi. (2014). Peranan tekno daei dalam berdakwah di era teknologi maklumat dan komunikasi (ICT). Kertas yang dibentangkan di Seminar Antarabangsa Dakwah & Etnik 2014: Da'wah & Ethnicity: Multidisciplinary Perspective. Anuar Puteh & Ahmad Irdha Mokhtar (Eds), pada 20-21 November 2014, UMS, Sabah.
- Effendy, Onong Uchjana. (1981). *Dimensi-dimensi komunikasi*. Bandung: Alumni.

- Engku Ahmad Zaki Engku Alwi. (2006). *Membina peribadi muslim*. Shah Alam: Karya Bestari Sdn. Bhd.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Entman, R. M. (2004). *Projections of power: Framing news, public opinion and U.S. foreign policy*. Chicago: University of Chicago Press.
- Ezani Yaakub. (2009). Beberapa aspek pemikiran ekonomi dan kewangan Islam. Shah Alam: Pusat Penerbitan Universiti (UPENA).
- Fadzli Adam, Ab Hamid Ali, Marhana Mohamed Anuar & Engku Muhammad Tajuddin Engku Ali. (2015). Cabaran media baru sebagai medium pembelajaran agama dan penyelesaiannya dari perspektif Islam. *Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporari*, 9, 12-23.
- Faizah Ismail. (1995). *Asas-asas muamalat dalam Islam*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa Dan Pustaka.
- Faradillah Iqmar Omar. (2014). Penerimaan media sosial sebagai medium dakwah dalam kalangan mahasiswa KUIS. Kertas yang dibentangkan di E-proceedings of the Conference on Management and Muamalah (COMM 2014), 26-27 May 2014, Kolej Universiti Islam Selangor, Selangor.
- Faradillah Iqmar Omar, Hazlin Falina Rosli, NurZakira Afnee Zakaria & Nuraina Nabila Dundai Abdullah. (2015). Hubungan penggunaan media sosial dan penerimaan mesej dakwah. Kertas yang dibentangkan di Proceeding of the 2nd International Conference on Management and Muamalah 2015 (2nd ICoMM), pada 16-17 November 2015, Selangor, Malaysia.

- Farahwahida, P.M Aminuddin Ruskam, Azmi Shah Suratman, Mohd Nasir Ripin, Nur Raihan Nordin & Sharifah Munirah Timmiati. (2006). Kaedah penyelesaian dalam menangani pertukaran agama dalam kalangan masyarakat Melayu-Islam di Johor, Selangor dan Wilayah Persekutuan Kuala Lumpur.
- Fariza Hanan Muhamad, Kalthom Husain & Puziah Abdul Wahab. (2016). Uslub dakwah menurut perspektif al-Quran. Kertas yang dibentangkan di Seminar Antarabangsa Akidah, Dakwah dan Syariah 2016 (IRSYAD 2016), pada 10 Mei 2016, Shah Alam, Selangor.
- Fatimah Nadirah. (2013, Ogos 1). Peranan ICT dalam dakwah: Kebaikan dan keburukannya. Melaka Hari Ini.
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding new media*. California: Pine Forge Press.
- Foust, J. & Jankovic, J. (2013). Video versus online text tutorials: Consideration of learning styles. Kertas yang dibentangkan di Medical library association's (MLA) Annual Conference, pada 3 – 8 Mei 2013. Boston, United States.
- Frey, L. R., Botan, C. H. & Kreps, G. L. (2000). *Investigating communication: An introduction to research methods*. (2nd ed.). Indiana University: Allyn and Bacon, 2000.
- Gloria, J. B., Daniel, C. B. & Everett, S. W. (1992). The role of consumer shows in new product adoption. *Journal of Consumer Marketing*, 9(2), 55-64).
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Cambridge: Harvard University Press.
- Goldsmith, M. (1991). *Islam and Christian witness*. Bromley, Kent: OM Publishing.

- Guion, L. A. (2002). Triangulation: Establishing the validity of qualitative studies, FCS6014, one of a series of the Department of Family, Youth and Community Sciences, Florida Cooperative Extension Service, Institute of Food and Agriculture Sciences, University of Florida.
- Hafiz Firdaus Abdullah. (2008). *Berdakwah melalui penulisan efektif*. Johor Bahru: Cetak Ratu Sdn. Bhd.
- Hamid Mowlana. (1989). Communication, ethic, and the Islamic tradition. Dalam, Thomas, W. Cooper. et al. *Communication ethics and global change*. New York: Longman.
- Hamid Mowlana. (2007). Theoretical perspectives on Islam and communication. *China Media Research*, 3(4), 23-33.
- Haslin Hasan & Hamdzun Haron. (2013). Technology and Religion: Information seeking behaviour of online religious information among Malays. *World Applied Sciences Journal*, 28(8), 1082-1088.
- Hazlina Abdul Halim, Roslina Mamat & Normaliza Abd Halim. (2015). Strategi komunikasi penulisan Bahasa Melayu dalam kalangan pelajar Perancis. *Jurnal Bahasa*, 15(1), 20-40.
- Hiasan Panot, Ahmad Farhan Mohd Rahman, Muhammad Zainal Fitri Zainal Abidin & Ahmad Kilani Mohamed. (2015). Gugatan Akidah: Bencikan Al-Quran. Kertas yang dibentangkan di Prosiding Seminar Pemantapan Akidah, pada 16 Mei 2015, Universiti Teknologi Malaysia, Skudai, Johor.
- Haugen, E. (1972). *The ecology of language*. Standford: Standford University Press.

- Helland, C. (2005). Online religion as live religion: Methodological issues in the study of religious participation on the internet. *Online-Heidelberg Journal of Religions on the Internet*, 1(1), 1-16. doi: 10.11588/heidok.00005823.
- Hocking, J. E., Stacks, D. W. & McDermott, S. T. (2003). *Communication Research*. (3rd ed). Boston: Allyn and Bacon.
- Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Huzili Hussin & Shuhairimi. (2006). Menangani penetrasi budaya hedonism di kalangan mahasiswa: Satu penyelesaian menurut perspektif Islam dan kaunseling. Kertas yang dibentangkan di National Student Development Conference (NASDEC), 8-9 August 2006, Kuala Lumpur.
- Imam Muhammad Ibn Abdul Wahab. (1998). *The book of Tawheed*. (Sameh Strauch, Terj.). Riyadh: International Islamic Publishing House.
- Intiaz Hasnain. (1988). Communication: An Islamic approach. Dalam Wimal Dissanayake (ed). *Communication theory: The Asian perspective*. Singapore: Asian Mass Communication Research & Information Centre.
- Informasi Malaysia Kini. (2015). Ustaz paling popular di Malaysia. <http://i-malaysiakini.com/2011/04/ustaz-paling-popular-di-malaysia/>. Diakses pada (16 November 2015).
- Internet World Stats. (2015). Facebook users in the world. <http://www.internetworldstats.com/facebook.htm>. Diakses pada (26 Mei 2015).

- Internet World Stats. (2015). Internet usage in Asia.
<http://www.internetworldstats.com/stats3.htm>. Diakses pada (26 Mei 2015).
- Iyengar, S. & Kinder, D, R. (1987). *News that matters*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jabatan Kemajuan Islam Malaysia. (2016). Koleksi hadith: “Tuntutlah Ilmu”.
<http://www.islam.gov.my/e-hadith/658-tuntutlah-ilmu>. Diakses pada (9 November 2016).
- Jackson, W. (2003). *Methods: Doing social research*. (3rd ed.). Toronto: Prentice Hall.
- Jawiah Dakir & Ibrahim Abu Bakar. (2005). The ethics in muslim communication.
Dalam Alpha Mahmoud Bah. (2005). *Muslim communication*. Kuala Lumpur: Percetakan Zafar Sdn. Bhd.
- Jauhariatul Akmal & Jamilah Ahmad. (2011). Penggunaan Facebook oleh badan bukan kerajaan alam sekitar (ENGO) dalam menyampaikan mesej alam sekitar. *Jurnal Komunikasi*, 27(2), 161-182.
- Jeff Bullas. (2012). 10 Powerful tips to increase fan engagement on Facebook.
<http://www.jeffbullas.com/2012/02/29/10-powerful-tips-to-increase-fan-engagement-on-facebook/>. Diakses pada (9 November 2016).
- Jena. (2014, Mei 2). Between video or text content, is one a clear winner?.
<http://www.oneims.com/blog/2014/05/02/video-text-content-one-clear-winner/>. Diakses pada (23 April 2016).
- Johnson, J. (2015). 3 kinds of Facebook posts that get crazy likes and comments.
<https://www.postplanner.com/3-kinds-of-facebook-posts-that-get-crazy-likes-and-comments/>. Diakses pada (10 November 2016).

Joshuaongys.com. (2011). 100 Most popular Malaysian on Facebook. <http://joshuaongys.com/2011/07/most-popular-malaysian-on-facebook-malaysia-top-personality/>. Diakses pada (16 November 2015).

Julia Wirza, Mohd Zawawi & Chang Peng Kee. (2013). Penentuan bingkai berita keselamatan awam dari penelitian respon kognisi dan ekspresi audiens. *Jurnal Komunikasi*, 29(2), 141-158.

Kamarul Azmi Jasmi, Ahmad Kilani Mohamed & Azhar Muhammad. (2003). Metodologi pendidikan pembangunan insan: Satu kajian khas kitab Riyadh Al-Solihin. Kertas yang dibentangkan di Wacana Islam Peringkat Kebangsaan (Siri Ketiga), pada 16 Oktober 2003, Seremban, Negeri Sembilan.

Kamarul Azmi Jasmi, Mohd Fareez Ilias, Ab. Halim Tamuri & Mohd Izham Mohd Hamzah. (2011). Amalan penggunaan bahan bantu mengajar dalam kalangan guru cemerlang pendidikan Islam Sekolah Menengah di Malaysia. *Journal of Islamic and Arabic Education*, 3(1), 59-74.

Kamus Dewan Edisi Ketiga. (2000).

Kamus Dewan Edisi Keempat. (2007).

Kee-Man Chuah. (2013). Aplikasi media sosial dalam pembelajaran bahasa Inggeris: Persepsi pelajar universiti. *Issues in Language Studies*, 2(1). 56-63.

Kerlinger, F. N. (1986). Foundations of behavioral research. (3rd ed). United States of America: Holt, Rinehart and Winston, Inc.

Khalib Abdul Latip. (2002). Memindahkan maklumat saintifik kepada maklumat pendidikan: Apa ketrampilan yang perlu ada?. *Jurnal Kesihatan Masyarakat*, 8, 29-33.

- Khodijah Abdul Rahman, Rafiza Kasbun & Mohd Nufran Mohd Suhaimi. (2015). Perkembangan aplikasi mudah alih dalam penyebaran dakwah Islam. Kertas yang dibentangkan di International Conference on Information Technology & Society, pada 8-9 Jun 2015, Kuala Lumpur.
- Kissmetrics. (2016). Infographic: How to get more likes on Facebook. <https://blog.kissmetrics.com/more-likes-on-facebook/>. Diakses pada (9 November 2016).
- Kosheleva, N. V. (2013). Muslim da'wah and its influence on Islamic studies of the USA. *American International Journal of Research in Humanities, Arts and Social Sciences*, 4(1), 125-140.
- Krippendorff, K. (1980). *Content analysis: An introduction to its methodology*. (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage.
- Laswell, H. (1948). The structure and function of communication in society. Dalam Bryson, L. (1948). *The Communication of ideas: A series of addresses*. New York: Harper.
- Lasswell, H. D. (2007). The structure and function of communication in society. *Communication in Society*, 24, 215-228.
- Laswell, H. D., Daniel, L. & dan Ithiel, D. S. P. (1952). *The composite study of symbols*. Stanford: Stanford University Press.
- Lee Kuok Tiung, Siti Suriani Othman & Liana Mat Nayan. (2013). Pemilihan bingkai dan sumber untuk pementakan berita nasional dalam akhbar arus perdana di Malaysia: Suatu tinjauan di kalangan wartawan belia. *Jurnal Intelek*, 8(1), 31-42.

- Littlejohn, S. (2008). *Theories of human communication*. (9th ed.). Singapore: Wadsworth.
- Lombard, M., Snyder-Duch, J. & Bracken, C. C. (2010). Practical resources for assessing and reporting intercoder reliability in content analysis research projects. <http://matthewlombard.com/reliability/>. Diakses pada (16 Julai 2017).
- Lovheim, M. (2008). Religious socialization in a media age. *Nordic Journal of Religion and Society*, 25(2), 151-168.
- Lyndon, N, Suhana S, Sivapalan S, Azima AM, Mohd Yusof Hussain, Abd Hair Awang et al. (2014). Penerkaaan dengan media sosial: Aplikasi Facebook dan pembelajaran bahasa Inggeris dalam kalangan mahasiswa Antropologi dan Sosiologi, Universiti Kebangsaan Malaysia. *Malaysian Journal of Society and Space*, 10(1), 78-86.
- M. Abdul Mujieb, Ahmad Ismail & Syafi'ah. (2009). *Ensiklopedia tasawuf imam Al-Ghazali: Mudah memahami dan menjalankan kehidupan spiritual*. Jakarta Selatan: Penerbit Hikmah (PT Mizan Publika).
- M.Natsir. (1980). *Fiqhud-da'wah: Jejak risalah dan dasar-dasar da'wah*. Singapura: Pustaka Nasional.
- M. Natsir. (1997). *Fiqhud da'wah*. Jakarta: Dewan Da'wah Islamiyah Indonesia.
- Mariam Abd Majid. (2014). Adaptasi kaedah pemasaran dalam perancangan dan pengurusan dakwah. Kertas yang dibentangkan di International Research Management and Inovation Conference 2014 (IRMIC2014), pada 17 - 18 November 2014, Kuala Lumpur.

- Mazlan Yahya. (1999). *Kuliah fardhu ain: Ibadah*. Kuala Lumpur: Al-Hidayah Publishers.
- McDrury, J. & Alterio, M. (2002). *Learning through storytelling in higher education: Using reflection & experience to improve learning*. London: Clays Ltd, St Ives plc.
- Md Abul Kalam Azad. (2015). Principle of human communication: Islamic perspective. *RA Journal of Applied Research*, 1(6), 227-231.
- Md Rozalafri Johori & Rosmawati Mohamad Rasit. (2011). Berdakwah melalui blog: Satu analisis kandungan pendekatan dakwah Saifulislam.com. Kertas yang dibentangkan di 2nd International Conference on Islamic Education 2011 (ICIEd2011), pada 19-21 Disember 2011, Bangi-Putrajaya, Selangor.
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. Francisco: John Wiley & Sons, Inc.
- Miles, M. & Huberman, A. (1994). *Qualitative data analysis*. (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Miller, M. (2013). *Web words that work: Writing online copy that sells*. Indianapolis: Pearson Education, Inc.
- Mohamad Fitri Mohamad Yusoff, Zaitul Azma Zainon Hamzah, Pabiyah Maming @ Pabiyah Toklubok & Nor Azuwan Yaakob. (2015). Intertekstualiti dalam wacana muamalat. *International Journal of the Malay World and Civilisation (Iman)*, 3(1), 91-105.
- Mohamad Sabri Haron. (2015). Konsep dan falsafah Islam dalam media. Dalam Mohd Safar Hasim & Zulkiple Abd. Ghani. (2015). *Komunikasi dan media dari*

perspektif Islam: Konsep dan amalan. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.

Mohamed Chawki. (2010). Islam in the digital age: Counselling and fatwas at the click of a mouse. *Journal of International Commercial Law and Technology*, 5(4), 165-180.

Mohammad Faizal Mohammad Mokhtar, Mohd Razali Harun, Nik Mohd Saiful W Mohd Sidik & Amir Asraf Yunus. (2013). Peranan media baharu dalam memantapkan perpaduan belia: Satu pemerhatian awal. *Journal of Business and Social Development*, 1(1), 74-82.

Mohd Amin Abdul Rahim. (2001). *Panduan pendakwah secara praktikal*. Kuala Lumpur: Darul Fikir.

Mohd Anuar Mamat. (2014). Kaedah soal jawab dalam pengajaran Imam Abu Anifah: Satu analisis perbandingan. *Ulum Islamiyyah Journal*, 12, 55-72.

Mohd Awang Idris. (2013, Mei 3). Mesej politik pengaruhi pengundi. *Kosmo*, 26.

Mohd Daly Daud, Nursyamimi Harun & Md. Rozalafri. (2014). Isu-isu penulisan skrip: Masalah yang memerlukan penyelesaian. Kertas yang dibentangkan di Conference on Management & Muamalah (CoMM2014), pada 26-27 Mei 2014, Kolej Universiti Islam Selangor, Selangor.

Mohd Helmi Abd. Rahim. (2004). Pengiklanan dan penampilan budaya tempatan. *Jurnal Komunikasi*, 20, 79-93.

Mohd Hilmi Hamzah. (2012). Liputan pilihan raya kecil Permatang Pauh: Analisis Teori Penentuan Agenda dalam akhbar arus perdana dan alternative lain. (Tesis Master). Universiti Utara Malaysia, Sintok, Kedah.

- Mohd Khairie Ahmad. (2011). Islamic persuasive communication: Concepts, characteristics, and impacts of media health programs. (Tesis PhD). University of Queensland, Australia.
- Mohd Khairuddin Mohad Sallehuddin & Mohamad Fauzi Sukimi. (2014). Interaksi sosial di ruang maya: Kajian kes jaringan sosial melalui laman Facebook di Malaysia: *Malaysian Journal of Society and Space*, 10(6), (138-147).
- Mohd Nor Mamat. (2014). *Dakwah biar santai tapi sampai*. Shah Alam: Grup Buku Karang kraf Sdn. Bhd.
- Mohd Roslan Mohd Nor. (2011). Menangani cabaran umat Islam era moden. *Al-Tamaddun*, 6, 107-121.
- Mohd Safar Hasim. (2015). Islam sebagai asas falsafah komunikasi. Dalam Mohd Safar Hasim & Zulkiple Abd. Ghani. (2015). *Komunikasi dan media dari perspektif Islam: Konsep dan amalan*. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Mohd Yusuf Ahmad. (2002). *Falsafah dan sejarah pendidikan Islam*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- Morreale, S. P., Spitzberg. B. H., & Barge. J. K. (2001). *Human communication: Motivation, knowledge, & skills*. Belmont: Thomson Learning, Inc.
- Mouter, N. & Noordegraaf, D. V. (2012). Intercoder reliability for qualitative research: You win some, but do you lose some as well?. Proceedings of the 12th TRAIL congress, 30-31 Oktober 2012, Rotterdam, Nederland.

- Muhamad Faisal Ashaari & Nur Adhwa Farahin Saparudin. (2012). Kriteria *Newsworthiness* dalam entri Facebook dakwah. *Islamiyyat: Jurnal Antarabangsa Pengajian Islam*, 34, 45-51.
- Muhammad Irfan Sulaiman, Muhammad Aminuddin Nasaruddin & Ahmad Marzuki Mohamed. (2015). Gugatan Akidah: Menghalalkan yang haram. Kertas yang dibentangkan di Prosiding Seminar Pemantapan Akidah, pada 16 Mei 2015, Universiti Teknologi Malaysia, Skudai, Johor.
- Muhammad Muslehuddin. (1993). *Fiqh Islam: Dan prinsip darurat dan hajat* (Yusof Ismail, Terj.). Petaling Jaya: Budaya Ilmu Sdn. Bhd.
- Muhammad Qutaibah Suliman, Muhammad Inamul Hassan Muhammad Shah & Sulaiman Shakib Mohd Nor. (2015). Gugatan Akidah: Reda dengan kekafiran. Kertas yang dibentangkan di Prosiding Seminar Pemantapan Akidah, pada 16 Mei 2015, Universiti Teknologi Malaysia, Skudai, Johor.
- Muhammad Raqib Mohd Sofian & Adnan Hussein. (2014). Analisis kualitatif pementakan akhbar The Star dan Utusan Malaysia mengenai kontroversi majlis “Thanksgiving” di DUMC. *Jurnal Komunikasi*, 30(1), 117-145.
- Mus Chairi Samani. (1997). *Penulisan rencana berkesan*. Kuala Lumpur: Percetakan Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Muslim.or.id. (2009). Memahami pengertian ibadah. <https://muslim.or.id/1677-memahami-pengertian-ibadah.html>. Diakses pada (17 Disember 2015).
- Muslim.or.id. (2013). Hikmah cerita-cerita dalam al-Quran. <http://muslim.or.id/19412-hikmah-cerita-cerita-dalam-al-quran.html>. Diakses pada (21 Disember 2016).

- Mustafa Daud, Syukri Ahmad, Wan Abdul Rahman Khudzri, Kamaruddin Ahmad, Afifah Abu Yazid, Munif Zariruddin Fikri Nordin et al. (2005). *Panduan ibadah muslim*. Sintok: Pusat Islam Universiti Utara Malaysia.
- Mustafa Shamsuddin. (2005). Kepentingan penguasaan usul fiqh: Satu analisis umum. Kertas yang dibentangkan di Seminar Usul Fiqh, pada Disember 2005, KUIM, Melaka.
- Musthafa Murad. (2006). *Kesalahan dalam ibadah dan muamalat*. Kuala Lumpur: Jasmin Enterprise.
- Nagwa Abdel Salam Fahmy. (2010). Revealing the “Agenda Cutting” through Egyptian blogs: An empirical study. Dipetik daripada (<https://online.journalism.utexas.edu/2010/papers/Fahmy10.pdf>). Diakses pada (18 Disember 2016).
- Nasruddin Yunos. (2002). *Konsep komunikasi dan peranannya dalam pembinaan peradaban Islam*. (Tesis Master). Universiti Malaya, Kuala Lumpur.
- Nasrul Hisyam Nor Muhammad. (2004). Pandangan Yusuf al-Qaradawi terhadap fiqh semasa. *Islamiyyat*, 26(2), 69-81.
- Nik Mohd Firdaus Nik Mohd Zainal Abidin, Farahwahida Mohd Yusof & Nurshuhadak Hehsan. (2014). Aplikasi Iphone: Antara teknologi maklumat dan komunikasi, media sosial dan sebaran dakwah. *Sains Humanika*, 2(1). 41-53.
- Nik Roskiman Abdul Samad. (2013). Tekno-Daie & dakwah media baru: Hala tuju jentera dakwah, peranan & impak terhadap mad'u. Kertas yang dibentangkan di

Konvensyen Pendakwah Negara Tahun 2013, pada 7 November 2013, Hotel Grand Seasons, Kuala Lumpur.

Nizlan Mohamed. (2011). Penggunaan laman sesawang dalam memahami Islam dan *terrorism* di kalangan generasi Y. (Tesis Master). Universiti Utara Malaysia, Sintok, Kedah.

Noor Shakirah Mat Akhir. (2006). Dakwah dan cabaran teknologi maklumat. Dalam Mohamad Md. Yusof, Kamaliah Siarap, Azman Azwan Azmawati, Muhammad Hatta Muhammad Tabut & Juliana Abdul Wahab. (2006). *Isu dan cabaran media di Malaysia*. Minden: Penerbit Universiti Sains Malaysia.

Nor Shahila Mansor, Hazlina Abdul Halim, Roslina Mamat dan Normaliza Abd Rahim. (2016). Percampuran kod sebagai strategi penyampaian mesej dalam wacana iklan berbahasa Sepanyol. *Jurnal Kemanusiaan*, 25 (1), 70-84.

Nor Shahila Mansor, Roslina Mamat, Rozita Che Omar & Akmar Hayati. (2014). Ketidaksantunan bahasa sebagai strategi pujukan dalam iklan berbahasa Sepanyol. *Journal of Language Studies*, 14(3), 207-223.

Noraini Mohamad & Mariam Abdul Majid. (2016). Konsep Al-Tadarruj dalam penyampaian dakwah terhadap saudara baru. Kertas yang dibentangkan di Seminar Antarabangsa Akidah, Dakwah dan Syariah 2016 (IRSYAD2016), pada 10 Mei 2016, Shah Alam, Selangor.

Norlain & Dindang Mababaya. (1998). *Da'wah: According to the Qur'an and the sunnah*. Riyadh: Darussalam Publisher & Distributors.

Nur Aina Mohd Yaakop, Nor Fatin Halim, Mohd Shauqi Musa & Md Rozalafri Johori. (2013). Tekno-Daie: Peranan dan cabaran daei di alam maya. Kertas yang

dibentangkan di Seminar bicara dakwah kali ke-14, pada 8 Oktober 2013. UKM, Selangor.

Nur Zahidah Jaapar & Raihanah Azahari. (2011). Model keluarga bahagia menurut Islam. *Jurnal Fiqh*, 8, 25-44.

Nurzatil Ismah Azizan, Nazneen Ismail, Sahlawati Abu Bakar, Zanariah Dimon & Asma' Wardah Surtahman. Permasalahan sosial dalam kalangan remaja di Selangor: Satu tinjauan. Kertas yang dibentangkan di Seminar Antarabangsa Akidah, Dakwah dan Syariah 2015 (IRSYAD2015), pada 12 - 13 Oktober 2015, Kuala Lumpur.

Nurul Hidayah Sulaiman, Nor Kamilah Kamaruddin & Kamarul Azmi Jasmi. (2015). Gugatan Akidah: Mengingkari dan mencela Rasulullah. Kertas yang dibentangkan di Prosiding Seminar Pemantapan Akidah, pada 16 Mei 2015, Universiti Teknologi Malaysia, Skudai, Johor.

Nursyazrin Nazee Mudeen. (2012). Mesej dakwah dan metode *Al-Maw'izah Al-Hasanah* dalam filem My Name Is Khan dan Jodhaa Akbar. (Tesis Master). Universiti Malaya, Kuala Lumpur.

Olsen, W. (2004). Triangulation in social research: Qualitative and quantitative methods can really be mixed. In M. Holborn. (2004). *Developments in Sociology*. Ormskirk: Causeway Press.

Osman Bakar. (2009, Februari 2). Dakwah Islamiah sebagai madrasah pembinaan intelektual & kepentingannya kepada jemaah Islamiah. Dipetik dari <http://muafakatmalaysia.com/2009/02/02/dakwah-islamiah-sebagai->

madrasah-pembinaan-intelektual-kepentingannya-kepada-jemaah-islamiyah/.

Diakses pada (26 Mei 2015).

Othman Lebar. (2009). *Penyelidikan kualitatif: Pengenalan kepada teori dan metod.*

(3rd ed). Tanjong Malim: Universiti Pendidikan Sultan Idris.

Othman Mustapha. (2015, Mac 23). Ciri-ciri Pendakwah masa kini. Utusan online.

<http://www.utusan.com.my/rencana/ciri-ciri-pendakwah-masa-kini-1.72564>.

Diakses pada (26 Mei 2015).

Othman Talib. (2013). *Asas penulisan tesis penyelidikan & statistik*. Serdang: Penerbit

Universiti Putra Malaysia.

Otieno, C., Spada, H. & Renkl. A. (2013). Effects of news frames on perceived risk, emotions and learning. *PLoS ONE*, 8(11), 1-12. doi:

10.1371/journal.pone.0079696

Paimah Atoma. (2004). Gaya persembahan dan kemahiran penulisan. *Jurnal Kemanusiaan*, 3, 18-26.

Paizah Ismail. (1991). *Undang-undang jenayah Islam*. Petaling Jaya: Dewan Pustaka Islam.

Pardianto. (2013). Meneguhkan da'wah melalui new media. *Jurnal Komunikasi Islam*, 3(1), 22-46.

Pew Research Center. (2015). Demographics of key social networking platforms.

<http://www.pewinternet.org/2015/01/09/demographics-of-key-social-networking-platforms-2/>. Diakses pada (15 November 2016).

Priest, S. H. (1996). *Doing media research: An introduction*. London: SAGE Publications Ltd.

- Pusat Bantuan Facebook. (2010). (<https://www.facebook.com/help/282489752085908>). Diakses pada (18 September 2016).
- QSR International. (2014). *NVivo 10 for windows: Getting started*. Burlington: QSR International Pty Ltd.
- R. Agus Toha Kuswata. (1990). *Komunikasi Islam dari zaman ke zaman* (Mochammad Achyar Hasan, Ed.). Jakarta: Arikha Media Cipta.
- Rahmah Ahmad Osman & Mohd Shahrizal Nasir. (2011). Sastera Islam: Satu perbandingan antara pandangan Mohd Affandi Hassan dengan Abu al-Hasan Ali al-Nadwi. *Jurnal e-Utama*, 3, 1-40.
- Rahmah Bujang. (2007). Fungsi komunikasi dan estetika dalam persembahan teater tradisional wayang kulit. *Jurnal Pengajian Melayu*, 18, 135-156.
- Rama Wiranata. (2014). Analisis berita tentang Aburizal Bakrie sebagai kandidat presiden di Okezone.com dan Viva.co.id. *Journal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 170-183.
- Rawlins, J. & Metzger, S. (2009). *The writer's way*. (7th ed). New York: Houghton Mifflin Company.
- Rejab Abu Meleh. (2014). *Ringkasan fiqh jihad: Keamanan bukan peperangan*. (Fauwaz Fadzil Nor, Terj.). Kuala Lumpur: Telaga Biru.
- Ridzwan Ahmad. (2011). *Pengantar Syariah: Sijil Tinggi Muamalat*. Universiti Malaya: Akademi Pengajian Islam.
- Rohani Hashim. (2015). Agama dan media. Dalam Azman Azwan Azmawati, Mahyuddin Ahmad, Mustafa Kamal Anuar & Wang Lay Kim. (2015). *Antologi*

esei komunikasi: Teori, isu dan amalan. Glugor: Penerbit Universiti Sains Malaysia.

Romney, A. K., Weller, S. C., & Batchelder, W. H. (1986). Culture as consensus: A theory of culture and informant accuracy. *American Anthropologist*, 88(2), 313-338.

Rosmawati Mohamad Rasit. (2015). Aplikasi model komunikasi Laswell terhadap mesej dakwah dalam filem. Kertas yang dibentangkan di Seminar Serantau Komunikasi Islam & Masyarakat, pada 28-29 Oktober 2015, Dewan Besar Masjid Tengku Ampuan Jemaah Bukit Jelutong, Shah Alam.

Ruzain Syukor Mansor. (2011). *Dakwah dan teknologi maklumat*. Putrajaya: Penerbit JAKIM.

Sa'id Hawwa. (1999). *Mensucikan Jiwa: Konsep tazkiyatun-nafs terpadu intisari ihya' 'ulumuddin al-ghazali* (Aunur Rafiq Shaleh Tamhid, Terj.). Jakarta: Robbani Press.

Sabina Yasmin dan Khan Ferdousour Rahman. (2012). 'Triangulation' research method as the tool of social science research. *BUP Journal*, 1(1), 154-163.

Saiyidatul Mahirah Masrin, Faezah Hashim & Mohd Ismail Mustari. (2015). Gugatan akidah: Tidak mengakui nikmat Allah S.W.T. Kertas yang dibentangkan di Prosiding Seminar Pemantapan Akidah, pada 16 Mei 2015, Universiti Teknologi Malaysia, Skudai, Johor.

Salmons, J. (2015). *Qualitative online interviews*. (2nd ed). London: SAGE Publication, Inc.

- Sayyid Qutb. (2013). *Fikih Dakwah: Kepentingan tauhid dalam hidup manusia* (Nor sheilla Mohd Yusof, Terj.). Batu Caves: Al-Hidayah House of Publishers Sdn.Bhd.
- Scheufele, D, A. (1999). Framing as a theory of media affects. *Journal of communication*, 49(1), 103-122.
- Schramm, W. & Porter, W. E. (1973). *Men, women, messages and media: Understanding human communication*. (2nd ed). New York: Harper & Row Publishers.
- Shafiza Shafie & Fadlan Mohd. (2015). Garis panduan bagi pendakwah wanita di televisyen dalam aspek penampilan berdasarkan al-Qur'an. *Islamiyyat*, 37(1), 58-67.
- Shahrul Nazmi Sannusi. (2014). Cabaran dan potensi majalah dakwah berbahasa Melayu di Malaysia terhadap trend perolehan perbelanjaan iklan (ADEX). *Jurnal Al-Hikmah*, 6(2), 15-28.
- Shaikh Saifuddeen. (2009, November 3). Tekno daie' tangkis dakyah 'musuh'. Utusan online.
(http://ww1.utusan.com.my/utusan/info.asp?dt=1103&pg=ba_03.htm&sec=Bicara_Agama&y=2009). Diakses pada (26 Mei 2015).
- Shannon, C. E. & Weaver, W. (1949). *A mathematical model of communication*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Sinar Zamdurrani. (2015). Sinar Zamdurrani: Mengenai kami.
<http://www.zamdurrani.dumei.com/v2/about.php>. Di akses pada (8 Disember 2016).

Siti Ezaleila Mustafa & Azizah Hamzah. (2011). Media baharu yang baharu: Trend penggunaan jaringan sosial dalam kalangan pengguna di Malaysia. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 13(2), 93-110.

Siti Ezaleila Mustafa. (2015). *Media jaringan sosial: Penggunaan dan pengaruhnya*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.

Siti Mariam Adam. (1997). *Timbangan amal dari kamus orang soleh*. Johor Bahru: Perniagaan Jahabersa.

Siti Norain Amir, Siti Hawa Johari & Kamarul Azmi Jasmi. (2015). Gugatan Akidah: Bertawakal kepada selain Allah. Kertas yang dibentangkan di Prosiding Seminar Pemantapan Akidah, pada 16 Mei 2015, Universiti Teknologi Malaysia, Skudai, Johor.

SocialTimes. (2012). 'People talking about this' defined. <http://www.adweek.com/socialtimes/people-talking-about-this-defined/273447>. Diakses pada (21 November 2015).

Social Bakers. (2015). Native Facebook videos get more reach than any other type of post. <http://www.socialbakers.com/blog/2367-native-facebook-videos-get-more-reach-than-any-other-type-of-post>. Diakses pada (23 April 2016).

Social Bakers. (2016). What is Facebook page?. <https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/malaysia/>. Diakses pada (15 November 2016).

Sofia Hayati. (2016). Western and Islamic communication model: A comparative analysis on a theory application. *Journal of Islamic Social Sciences and Humanities*, 7, 7-20.

- Stat Counter. (2015). Top 7 console social media sites in Malaysia from May 2014 to May 2015. http://gs.statcounter.com/#console-social_media-MY-monthly-201405-201505-bar. Diakses pada (3 Jun 2015).
- Stokes, J. (2003). *How to do media and cultural studies*. London: Sage Publications.
- Suhaimi Mohd Yusof & Ahmad Hazim Alias. (2008). Pendekatan membuat keputusan syariah dalam kewangan Islam. *Jurnal Muamalat, 1*, 151-162.
- Sulaiman Rasjid. (1998). *Fiqh Islam: Hukum fiqh lengkap*. Kuala Lumpur: Dewan Pustaka Fajar.
- Sulaiman Salleh & Rahmatunnisah Salim. (2014). Kajian hubungan imaginasi, kreativiti dan idea dalam komunikasi penulisan kreatif. Kertas yang dibentangkan di Conference on Management & Muamalah (CoMM2014), pada 26-27 Mei 2014, Kolej Universiti Islam Selangor, Selangor.
- Syabuddin Gade & Abdul Ghafar Don. (2015). Model dakwah: Satu analisis teoritikal. *Ulum Islamiyyah Journal, 16*, 23-41.
- Syahrudin Awg. Ahmad & Mohd Shaukhi Mohd Radzi. (2016). Dakwah di internet: Aplikasi Model Tetingkap Ekni (TtEKNI) ke atas wacana mesej dakwah di 'group page' Islamik Malaysia. *Jurnal Komunikasi Borneo Edisi Khas (Konvokesyen ke-18 UMS) 2016*, 44-63.
- Syahrul Faizaz Abdullah, Azizah Othman & Solahuddin Ismail. (2006). Kefahaman tentang konsep asas dakwah Islamiah dan metodologi dakwah Islamiah di kalangan pelajar-pelajar Institut Agama Islam Kedah (INSANIAH). Kertas yang dibentangkan di National Student Development Conference (NASDEC), pada 8-9 Ogos 2006, Kuala Lumpur, Malaysia.

- Syed Arabi Idid. (1998). *Kaedah penyelidikan komunikasi dan sains sosial*. (3rd ed.). Kuala Lumpur: Percetakan Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Syed Muhammad Dawilah Al Idrus & Mohd Lutfi Solehan. (2009). *Peranan ICT dalam penyebaran dakwah dalam era globalisasi*. Kertas yang dibentangkan di Seminar Kebangsaan Dakwah Islamiah di IPT dan Komuniti, pada 2-3 Disember 2009, UTHM, Johor.
- Syeikh Hassan Ayob. (2008). *Fiqh muamalah* (Abdurrahman Saleh Siregar, Terj.). Puchong: Berlian Publications Sd.Bhd.
- Tamrin Amboala, Ainnur Hafizah Anuar Mokhtar, Mohd Zulkifli Muhammad & Nasrul Hisyam Nor Muhamad. (2015). Undang-undang siber dari perspektif Islam. *Jurnal Teknologi*, 72(1), 125-130.
- Tarone, E. (1980). Communication strategies, foreigner talk and repair in interlanguage. *Language Learning*, 30(2), 417-431.
- Tversky, A. & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211, 453-458.
- Umar Halim & Samsudin A. Rahim. (2010). Penglibatan Digital: Akses dan penggunaan e-agama dalam kalangan generasi muda muslim. *Jurnal Komunikasi Malaysia*, 27(2), 121-135.
- Unitedmy. (2015). Top 10 influential ustaz in Malaysia. <http://www.unitedmy.com/2014/08/top-10-influential-ustaz-in-malaysia.html>. Diakses pada (16 November 2015).

- W. A. Amir Zal. (2011). Penerimaan teknologi maklumat dan komunikasi oleh belia orang asli Selangor: Indikator integrasi melalui tafsiran nilai. *Jurnal Teknologi Maklumat & Multimedia*, 11, 49-54.
- Wakefield, M. A. & Rice, C. J. (2008). The impact of cyber-communication on today's youth. (ACAPCD-14). Alexandria, VA: American Counseling Association.
- Wan Hussein @ Azmi Abdul Kadir. (1997). Islam agama dakwah: Suatu pengenalan. Dalam Abdullah Muhammad Zin, Che Yusoff Che Mamat & Ideris Endot. (1997). *Prinsip dan kaedah dakwah dalam arus pembangunan Malaysia*. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Wan Hussein. (1988). *Panduan dakwah Islamiah*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa & Pustaka.
- Wan Mohamad Sheikh Abdul Aziz. (2010). Impak internet dalam penyebaran maklumat kefatwaan. Dalam Abdul Shukor Husin, Wan Morsita Wan Sudin, Aminudin Mohamad, Nor Safina Zainal, Abd. Karim Zakaria & Mohd Salehin Sopian. (Ed). Monograf Al-Ifta' (Siri 1). Diakses daripada <http://www.e-fatwa.gov.my/sites/default/files/ebook/e-book-monografAl-ifta.pdf>.
- Wan Mohd Fazrul Azdi, Mohd Rumaizuddin Musa, Azman Abd Rahman, Mohd Zaliridzal Zakaria & Mohammad Fadzil Mat Yaacob. (2013). Model Istitabah: Cadangan konsep dan pelaksanaannya dalam intervensi permasalahan riddah kontemporari di Malaysia. *Jurnal Al-Abqari: Jurnal of Islamic Social Sciences and Humanities*, 3, 57-71. Wan Mohd Nor Wan Daud. (1995). Penjelasan budaya ilmu. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.

- Wan Zulkifli Wan Hassan, Nasruddin Yunos, Azizi Umar, Nazri Muslim & Jamsari Alias. (2014). Peranan fatwa sebagai medium penyebaran maklumat dalam menangani permasalahan agama masyarakat Islam di Terengganu. Kertas yang dibentangkan di International Research Management and Innovation Conference 2014 (IRMIC2014), pada 17 - 18 November 2014, Kuala Lumpur.
- Wilson, R. E., Gosling, S. D., & Graham, L. T. (2012). A review of Facebook research in the social sciences. *Perspective on Psychological Science*, 7(3), 203-220. doi: 10.1177/1745691612442904.
- Windahl, S., Signitzer, B. H. & Olsen, J. T. (2009). *Using Communication Theory: An introduction to planned communication*. (2nd ed). London: SAGE Publications Ltd.
- Yang Lai Fong & Md Sidin Ahmad Ishak. (2012). Framing interethnic conflict in Malaysia: A comparative analysis of newspaper coverage on the Hindu Rights Action Force (Hindraf). *International Journal of Communication*, 6, 166-189.
- Zaharuddin Abd Rahman. (2012). *Ledakan Facebook: Antara pahala & dosa*. Batu Caves: PTS Islamika Sdn. Bhd.
- Zaharuddin Abd. Rahman. (2014). *Fiqh kewangan Islam: Halal dan haram dalam sistem jual beli Islam*. Kuala Lumpur: PTS Publications & Distributors Sdn. Bhd.
- Zakaria Stapa, Noranizah Yusuf & Abdul Fatah Shahrudin. (2012). Pendidikan menurut al-Quran dan sunnah serta peranannya dalam memperkasakan tamadun ummah. *Jurnal Hadhari Special Edition*, 7-22.

- Zamri Mahamod & Magdeline Nor. (2012). Penguasaan pengetahuan pedagogi kandungan guru Bahasa Iban. *Journal of Language Studies*, 12(2), 593-608.
- Zawiah Hassan & Rohayati Bakri. (2009). *501 Soal jawab perkahwinan Islam*. Batu Caves: PTS Millenia Sdn. Bhd.
- Zeevi, D. (2013, Februari 21). The ultimate history of Facebook. *Social Media Today*. (<http://www.socialmediatoday.com/content/ultimate-history-facebook-infographic>). Diakses pada (26 Mei 2015).
- Zubaidah Osman & Nor Azura Adzharuddin. (2015). Pengaruh visual dan verbal dalam iklan kempen terhadap emosi. *Journal of Education and Social Sciences*, 2, 51-55.
- Zulfa Jamalie. (2011). Analisis pemikiran Mahathir Mohamad mengenai Islam dan pelaksanaan dasarnya dalam negara Malaysia. (Tesis PhD). Universiti Utara Malaysia, Sintok, Malaysia.
- Zulkefli Ahmad & Khairulnizam Mat Karim. (2015). Khutbah Jumaat sebagai platform intra-dialog: Analisa konseptual. Kertas yang dibentangkan di E-Proceeding of the International Conference on Social Science Research, ICSSR 2015, pada 8-9 Jun 2015, Melia Hotel Kuala Lumpur, Malaysia.
- Zulkifli Mohamad. (2004). Institusi mufti dan fatwa: Satu analisa terhadap enakmen dan beberapa fatwa pilihan Negeri Sembilan. (Tesis PhD). Universiti Sains Malaysia, Pulau Pinang.
- Zulkiple Abd Ghani. (2001). Komunikasi Islam sebagai komunikasi alternatif. *Islamiyyat*, 22, 79-89.

Lampiran 1

Biodata Pendakwah

1) Halaman Facebook Ustaz Ahmad Dusuki Abd Rani

Nama : Ahmad Dusuki Bin Abdul Rani

Pendidikan : i) Sekolah Kebangsaan Damak Jerantut, Pahang
ii) Sekolah Menengah Maahad Darul Anuar, Kota Bharu
iii) Sekolah Menengah Maahad Muhammadi Lelaki, Kota Bharu
iv) Universiti Al-Azhar Mesir (Bidang Syariah & Undang-undang Syukbah Islamiah)

Jawatan : i) Pendakwah Bebas
ii) Pengasas Darul Thibbun Nabawi (Pusat Rawatan Islam)
iii) Penasihat Kompleks Ilmu Al-Azhari
iv) Timbalan Presiden Gabungan Pengamal Perubatan Islam Malaysia (Gappima)
v) Panel Jemputan Stesen Televisyen dan Radio

2) Halaman Facebook Ustaz Sharhan Shafie

Nama : Sharhan Bin Shafie

Pendidikan : i) Sekolah Kebangsaan Ayer Merah, Machang, Kelantan
ii) Sekolah Menengah Arab Shamsul Ma'arif
iii) Kolej Sultan Zainal Abidin (KUSZA), Terengganu (Diploma Pengajian Islam dan Bahasa Arab)
iv) Universiti Al Azhar, Kaherah, Mesir (Ijazah Pengajian Islam dan Bahasa Arab) (Mendapat Ijazah Takhassus dalam Rawatan Perubatan Islam)
v) Maktab Perguruan Sultan Abdul Halim, Jitra, Kedah (KPLI).

Jawatan : i) Penceramah Bebas
ii) Pengamal Perubatan Islam
iii) Pengasas dan Penasihat Pusat Rawatan Islam Sinar Zamdurrani
iv) Exco Gabungan Pengamal Perubatan Islam Malaysia (Gappima)
v) Panel Jemputan Stesen Televisyen & Radio

3) Halaman Facebook Dr.MAZA.com

Nama : Mohd Asri Bin Zainul Abidin

Pendidikan : i) Sekolah Menengah Agama Al-Irsyad, Seberang Perai
ii) Kolej Islam Klang
iii) Universiti Syariah Jordan (Ijazah Bahasa Arab)
iv) Universiti Sains Malaysia (Sarjana Pengajian Islam)
v) Universiti Islam Antarabangsa (Ph.D)
vi) Ijazah Hadis (Mendapat 5 Ijazah sanad menerusi jalur ulama India)

Jawatan : i) Pensyarah Bahagian Pengajian Islam, Universiti Sains Malaysia
ii) Mufti Kerajaan Negeri Perlis
iii) Fellow OCIS, Oxford University, Oxford (2011-2012)
iv) Ahli Majlis Agama Islam Perlis (MAIPs)
v) Panel Jemputan Stesen Televisyen dan Radio

4) Halaman Facebook Dr.Zaharuddin Abd Rahman

Nama : Zaharuddin Bin Abd Rahman

Pendidikan : i) Universiti Malaya (Ijazah Usuluddin)
ii) Universiti Al-Yarmouk, Jordan (Sarjana Shari'ah)
iii) Universiti Wales, United Kingdom
(Ph.D Syariah & Kewangan Islam)
iv) Ijazah Ilmiah dari Syeikh Al-Imam Dr. Yusuf Al-Qaradhawi

Jawatan : i) Pensyarah Kanan Universiti Islam Antarabangsa Malaysia
ii) Presiden Multaqa Asatizah & Du'at (MURSHID)
iii) Penasihat Syariah, KWSP Simpanan Syariah
iv) Penasihat Akademik, Kolej Universiti Islam Perlis (KUIPs)
v) Pakar Kewangan Islam Jemputan, Jabatan Akauntan Negara
Malaysia
vi) Ahli Majlis Perundingan Islam (MPI), Malaysia
vii) Ahli Majlis Fatwa Perlis
viii) Felo Dakwah, YADIM
ix) Panel Jemputan Stesen Televisyen dan Radio

5) Halaman Facebook Ustaz Dr.Mohd Izhar Ariff - Dr.MIA -

Nama : Mohd Izhar Ariff Bin Mohd Kashim

Pendidikan : i) Kolej Badaruddin, Damascus, Syiria (Diploma Syariah)
ii) Universiti Al-Azhar, Mesir (Ijazah Syariah)
iii) Universiti Kebangsaan Malaysia (Sarjana Syariah)
iv) Universiti Kebangsaan Malaysia (Ph.D Syariah)

Jawatan : i) Pensyarah Kanan, Universiti Kebangsaan Malaysia
ii) Exco Modul Pelaksanaan Ibadah Korban Lantikan Fakulti untuk Syarikat Swasta
iii) Penasihat Halal Produk-produk perubatan HUKM
iv) Kolumnis Majalah & Akhbar
v) Panel Jemputan Stesen Televisyen dan Radio

