

AL-HIKMAH

Jilid	10	ISSN 1985-6822	2018
No.	1		1439

- NILAI AGAMA ISLAM DALAM KESEDARAN BERAGAMA KALANGAN MASYARAKAT BAJAU DARAT KAMPUNG PENIMBAWAN TUARAN, SABAH3-15
Qurratu Ain Rapihi, Zaizul Ab. Rahman
- PENGARUH VLOG DAKWAH TERHADAP KOGNITIF DAN AFEKTIF REMAJA DI PUTRAJAYA ...16-33
Muhamad Faisal Ashaari, Noor Hafizah Jujaji
- TRAIT PERSONALITI PENDAKWAH MUSLIM: SATU SOROTAN LITERATUR ...34-54
Izzaty Ulya Munirah Abd Aziz, Zainab Ismail
- KONSEP HISBAH DAN KEPENTINGANNYA DALAM PENGURUSAN HAL EHWAL ISLAM ...55-78
Abdul Qahhar Ibrahim, Abdul Ghafar Don, Muhamad Faisal Asha'ari
- HUBUNGAN INSENTIF KEIMANAN DAN AMALAN PENGAJARAN: KAJIAN TERHADAP GURU TAHFIZ SWASTA DI NEGERI PERAK ...79-94
Mohamad Marzuqi Abdul Rahim, Abd Hadi Borham, Wahyu Hidayat Abdullah, Muhammad Akramin Kamarul Zaman
- KELANGSUNGAN SYARIAT ISLAM MENERUSI PERUNDANGAN MALAYSIA ...95-118
Mohd Mustaffa Jusoh @ Yusoff, Mohd Musa Sarip, Wan Abdul Fattah Wan Ismai
- DAKWAH MELALUI MEDIA BARU DI MALAYSIA: PELUANG ATAU CABARAN?119-128
Aini Maznina A. Manaf
- MODEL PENGUKURAN APLIKASI MUDAH ALIH PANDUAN SOLAT ANDROID (MAPS) ...129-147
Siti Zuraida Abdul Manaf, Norazah Nordin, Helmi Norman, Ahmad Syukri Mohamad Zaid, Analisa Hamdan
- PERLAKSANAAN KAEDAH PEMBELAJARAN BERASASKAN PROJEK DALAM PROSES PENGAJARAN DAN PEMBELAJARAN KAEDAH Fiqh ... 148-162
Mohd Aderi Che Noh, Normurni Mohamad, Adibah Hasanah Abd Halim, Absha Atiah Abu Bakar, Hasnan Kassan
- MENDEPANI MASYARAKAT MAJMUK DI MALAYSIA MELALUI ILMU PERBANDINGAN AGAMA: TINJAUAN AWAL ...163-175
Aemy Elyani Mat Zain, Norsaadah Din @ Mohamad Nasirudin, Nazneen Ismail, Maryam Habibah Kamis
- CHRISTIAN NEO-ORTHODOXY APPROACH TO RECONSTRUCTION OF RELIGIOUS THOUGHT ON SELECTED THEOLOGICAL ISSUES: AN ISLAMIC ANALYSIS ...176-187
Adibah Abdul Rahim
- ISLAMOPHOBIA IN THE WEST MEASURING AND EXPLAINING INDIVIDUAL ATTITUDES by MARC HELBLING ... 188-189
Badlihisam Mohd Nasir, Abdul Ghafar Don

Al-Hikmah 10(1) 2018: 119-128

Dakwah Melalui Media Baharu Di Malaysia: Peluang Atau Cabaran?

Da'wah Through New Media in Malaysia: Opportunities or Challenges?

AINI MAZNINA A.MANAF

ABSTRAK

Kemunculan media baharu pada masa kini dilihat sebagai satu wadah penting untuk berdakwah dalam kalangan rakyat Malaysia. Kebanjiran media sosial seperti *facebook*, *instagram* dan *twitter* telah mewujudkan satu peluang baru dalam kalangan *dai'e* (pendakwah) disebabkan sifatnya yang dikatakan pantas di dalam penyampaian maklumat. Dengan ciri tersebut, media baru dilihat mampu memberikan impak positif terhadap aktiviti dakwah. Walaubagaimanapun, penyampaian mesej dakwah melalui media baru ini menyumbang kepada beberapa masalah dalam kalangan *dai'e* dan *mad'u*. Kertas kerja ini membincangkan tentang peranan media baharu di dalam program dakwah di Malaysia serta cabaran-cabarannya.

Kata kunci: *Dakwah; Media Sosial; Malaysia*

ABSTRACT

The advent of new media nowadays is seen as an important platform for *da'wah* among people in Malaysia. The explosion of social media such as *facebook*, *instagram* and *twitter* provides a new opportunity for *dai'e* (Muslim preacher) due to its fast attribute in spreading information. Therefore, it gives a positive impact in *da'wah* activities. However, the spread of *da'wah* messages via new media contributes to problems and challenges among *dai'e*. This paper discusses the roles of new media and its challenges in *da'wah* activities in Malaysia.

Keywords: *Da'wah; Social Media; Malaysia*

PENDAHULUAN

Di zaman teknologi, media sentiasa digunakan untuk berdakwah. Sebagai sebuah negara yang semakin membangun, Malaysia juga tidak ketinggalan dalam penggunaan media untuk menyampaikan mesej dakwah kepada masyarakat. Seajar dengan pembangunan negara, pelbagai media lahir bagi menyampaikan mesej di dalam kehidupan masyarakat di Malaysia dalam bentuk tradisional (televisyen, radio, majalah akhbar, buku dan sebagainya) dan media baru (Internet, laman sesawang, media sosial dan sebagainya). Selain daripada saluran untuk menyampaikan maklumat dan hiburan, media juga adalah wahana yang berkuasa untuk berdakwah kepada orang ramai. Kebanjiran media baharu pada masa kini, sama sekali tidak menggugat fungsi media tradisional dalam menyampaikan mesej '*amar ma'ruf wa nahi munkar*' (meminta untuk berbuat kebaikan serta mencegah kemungkaran). Malah media baharu dilihat sebagai pelengkap kepada media tradisional dalam menyampaikan mesej dakwah (Rosmawati, 2011). Menurut Rosmawati et.al. (2011), kehairahan pengguna internet terhadap media baharu tidak akan menafikan hak media lama yang masih diperlukan seperti akhbar, buku, radio, filem dan juga televisyen. Kekuatan media tradisional dan media baharu menyaksikan konsep *convergence* (penyatuan) dilaksanakan dalam penyampaian mesej dakwah. Sebagai contoh, orang ramai yang tidak dapat menonton siaran program *Al-kulliyah* yang disiarkan di saluran televisyen TV3 pada masa siarannya masih boleh berbuat demikian pada bila-bila masa melalui laman sesawang www.tonton.com.my.

Sejak akhir-akhir ini, tidak dapat dinafikan bahawa pengaruh media baharu terhadap masyarakat adalah kuat. Pensyarah dari Universiti Islam Antarabangsa yang juga pendakwah bebas, Dr Zaharuddin Abd Rahman, dalam laporan *Utusan Malaysia Online* memperumpamakan media baru dengan ribut tsunami kerana ia berupaya mempopularkan seseorang dan menyebarkan pengaruh dalam masa yang singkat. Malah sudah menjadi kebiasaan bagi organisasi dan institusi Islam di Malaysia menggunakan *website* untuk menyampaikan mesej dakwah serta mendidik masyarakat dengan nilai-nilai murni (Aliyu, 2013). Namun dengan penggunaan media baru dalam berdakwah, tidak dapat dinafikan bahawa ada cabaran hebat yang perlu dihadapi oleh da'ie dalam menunaikan tanggungjawab '*amar ma'ruf wa nahi munkar*' (mengajak kepada kebaikan dan mencegah perbuatan mungkar). Oleh itu, kertas kerja ini bertujuan untuk membincangkan bagaimana penyampaian dakwah melalui media baru

mampu memberi kesan positif terhadap tingkah laku masyarakat Malaysia serta mengutarakan cabaran-cabaran yang dihadapi dengan penggunaan media baru tersebut.

DAKWAH DAN MEDIA

Dakwah ialah 'usaha menyampaikan, mengajak atau menyeru manusia kepada mengenali Islam, menerima dan menghayatinya yang dilaksanakan menerusi kaedah, cara dan pendekatan tertentu' (Syahir, 2013). Firman Allah SWT:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ١٠٤

Maksudnya:

Dan hendaklah ada di kalangan kamu yang menyeru (berdakwah) kepada kebajikan (mengembangkan islam), dan menyuruh berbuat segala perkara yang baik, serta melarang segala perbuatan yang salah (buruk dan keji). Mereka yang bersifat demikian itulah orang-orang yang berjaya. (Al-Quran, Al Imran: 104).

Mesej dakwah boleh disebarkan samada kepada orang bukan Islam yang bertujuan untuk mengajak mereka untuk menyertai Islam, dan juga orang Islam sendiri, iaitu bagi menguatkan kefahaman mereka terhadap agama. Manakala media baru pula boleh didefinisikan sebagai penggunaan Internet untuk menyampaikan maklumat. Ianya termasuk *blog*, *youtube*, media sosial seperti *facebook* dan *twitter*. Menurut statistik yang dikeluarkan oleh Socialbakers, pemantau media sosial, sehingga Januari 2012, sebanyak 62% (populasi penduduk di Malaysia ialah 29 juta) adalah pengguna Internet di Malaysia. Daripada jumlah itu, sebanyak 34% daripada pengguna pengguna Internet di Malaysia adalah golongan muda (21-30 tahun). Menurut artikel *The Star* yang bertarikh 17 November 2012, pengguna Internet tersebut menghabiskan masa *online* sebanyak 20 jam seminggu. Selain daripada itu, sebanyak 80% pengguna-pengguna internet Malaysia akan muat-turun (*download*) video setiap bulan, sementara 51% memiliki profail *youtube* yang aktif. Media sosial merangkumi bahagian terbesar waktu *online* bagi pengguna Malaysia pada 32.1%, diikuti oleh 11.5% untuk hiburan di internet. 87.9% orang Malaysia di internet akan melawat *Facebook*. 67%

daripada video yang ditonton oleh pengguna Malaysia adalah daripada *Youtube*. Statistik daripada *Socialbakers.com* (2010) menunjukkan bahawa sebanyak 7.9 akaun baru *facebook* berjaya dibuka dalam setiap saat. Ini turut didedahkan oleh Info IT Semasa (2010) bahawa *facebook* mendahului senarai pertama sebagai laman web rangkaian sosial paling popular di Malaysia dengan lebih daripada 122 juta jumlah pelawat sebulan diikuti dengan *Myspace* dan *Twitter* di tangga kedua dan ketiga.

Ramai individu dan organisasi telah menyedari tentang kepentingan Internet sebagai medium yang boleh digunakan untuk menyampaikan maklumat mengenai Islam dan orang Islam (Bunt, 2000). Di Malaysia, aktiviti-aktiviti dakwah Islamiah yang dipelopori oleh individu atau kumpulan serta institusi melalui penggunaan media telah dipraktikkan sejak dari dahulu lagi. Penggunaan media elektronik terutama televisyen dan radio dalam menyampaikan dakwah telah dipelopori oleh kerajaan dan institusi swasta. Sebagai contoh, stesyen televisyen berbayar, Astro menggunakan saluran TV Oasis dalam mengetengahkan program bercorak keagamaan. Siri drama bersiri ‘Tanah Kubur’ dan program realiti ‘Imam Muda’ adalah antara program yang popular yang disiarkan melalui saluran tersebut. Manakala Jabatan Perdana Menteri melalui Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) telah memperkenalkan saluran TV al-Hijrah untuk menyampaikan mesej dakwah. Selain daripada itu, Media Prima, sebuah stesyen televisyen swasta yang terkemuka pula menggunakan saluran TV9 untuk berdakwah. Manakala stesyen radio berbentuk keagamaan yang begitu popular dalam kalangan umat Islam di Malaysia digunakan oleh kerajaan untuk menyampaikan mesej dakwah. Antara bentuk program-program dakwah yang menggunakan media elektronik adalah ceramah, forum, realiti Islam, kuiz, drama, dan sebagainya.

Bermula dari penyampaian mesej dakwah melalui media cetak seperti (tulisan dan lisan yang diterjemahkan dalam bentuk buku, majalah, risalah) dan media elektronik (televisyen, radio, filem, dan sebagainya), kini para pendakwah di Malaysia beralih kepada penggunaan Internet dalam mengajak orang ramai melakukan kebaikan dan mencegah mereka melakukan kemungkaran. Media baharu kini dilihat sebagai pilihan utama dalam kalangan pendakwah untuk menyampaikan maklumat berkenaan Islam kerana faktor masa dan kos yang menjimatkan serta jumlah audien yang meningkat dari semasa ke semasa (Faizal & Mazni, 2010). Di Terengganu contohnya, pusat ICT seperti Bestari.com bertindak sebagai usaha sampingan dalam membantu membendung gejala sosial yang melanda masa kini. Sejumlah besar pengunjung menggunakan Internet di Bestari.com untuk mendapatkan maklumat mengenai Islam serta

mengemukakan sebarang kemusykilan agama kepada pakar-pakar agama melalui Internet (Asyraf & Nur Amirah, 2011). Menyedari akan kelebihan media baru, Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) umpamanya, dalam aktiviti dakwahnya telah menggunakan teknologi terkini termasuklah penggunaan internet. Yayasan Dakwah Islamiyah Malaysia (YADIM) pula begitu aktif berdakwah melalui laman web, *facebook* serta *twitter*. Selain daripada itu, antara organisasi Islam lain di Malaysia yang menggunakan media baru adalah Yayasan Pembangunan Ekonmi Islam Malaysia (YAPEIM), Pertubuhan Kebajikan Islam Malaysia (PERKIM), Majlis Agama Islam Malaysia (MAIM), Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan (MAIWP) dan (Insititut Kefahaman Islam Malaysia (IKIM).

PERANAN MEDIA BAHARU DALAM MEMBENTUK TINGKAH LAKU POSITIF

Menurut Sohirin (2008), usaha dakwah melalui Internet perlu diberi keutamaan berbanding penggunaan media tradisional. Penyampaian mesej dakwah melalui medium baharu mampu memberikan impak yang positif terhadap masyarakat. Maklumat yang disampaikan oleh *da'ie* (pendakwah) bukan sahaja sampai kepada orang Islam, malah segala lapisan masyarakat Malaysia yang terdiri daripada pelbagai bangsa dan agama (Faizal & Mazni, 2011). Laman-laman web bagi institusi dakwah di Malaysia perlu kreatif dalam menarik minat orang ramai untuk membaca mesej dakwah yang dipaparkan di dalam laman tersebut (Sohirin, 2008). Berkonsepkan e-dakwah, individu, badan-badan kerajaan serta institusi swasta boleh menyalurkan maklumat berkaitan Islam melalui laman-laman web mereka serta media sosial seperti *twitter*, *facebook*, dan *blog*. Oleh itu, melalui media baru, ruangan tazkirah serta pandangan dan soal-jawab agama boleh disampaikan secara cepat kepada masyarakat dengan skala yang lebih besar. Selain daripada itu, media baru juga dapat meningkatkan kefahaman masyarakat terhadap soal-soal agama (Syed Muhammad Dawilah & Mohd Lutfi, 2009). Dengan adanya Internet dan media sosial, semua kerja dapat dijalankan secara cepat dan efektif. Sebagai contoh, sebarang kemusykilan agama dapat diselesaikan dengan penyebaran maklumat melalui laman web, emel, *twitter*, *youtube*, *blog* atau *facebook* yang hanya mengambil masa beberapa saat untuk sampai kepada masyarakat. Oleh itu, selain daripada menghadiri ceramah-ceramah agama, manusia hanya perlu ada akses kepada Internet untuk menuntut ilmu-ilmu agama dengan lebih mendalam. Dengan cara ini, ia akan meningkatkan keinginan masyarakat untuk mendalami

ilmu-ilmu agama kerana tidak perlu bersusah-payah untuk ke kelas-kelas agama atau masjid dan surau untuk berbuat demikian. Di dalam penyelidikan yang dijalankan oleh Liza dan Saodah (2011), mereka mendapati sebanyak dua pertiga daripada responden bersetuju bahawa mereka menggunakan *facebook* untuk motif kegamaan seperti berkongsi dengan rakan-rakan maklumat berkenaan al-Quran dan hadith serta mutiara kata dari ilmuwan agama.

Penguasaan Internet dan media baharu dalam kalangan golongan berpendidikan agama mampu sedikit sebanyak merubah masyarakat dari masyarakat yang suka berhibur kepada mereka yang cintakan ilmu agama. Melalui media baru, mesej dakwah dapat disampaikan terutamanya kepada golongan muda yang memonopoli penggunaan media baharu terutamanya media sosial yang begitu popular dalam kalangan generasi muda. Sebarang *post* (kenyataan) tentang hukum agama yang dibuat oleh Prof Madya Mohd Asri Zainul Abidin, mantan mufti Perlis yang menggunakan nama pena Dr MAZA di dalam *facebook* atau *twitter* umpamanya dapat dibaca oleh ratusan malah ribuan orang. Dengan membaca *post* tersebut, ini sedikit sebanyak mampu mengikis sikap-sikap negatif yang ada di dalam diri mereka.

Menurut Rosmawati et.al. (2011), pendekatan dakwah perlu mengikut perkembangan dan kehendak semasa. Pendakwah perlu mempelajari cara terbaik untuk mendekati *mad'u* di dalam proses *amru ma'ruf nahi munkar*. Para pendakwah moden seharusnya bijak menggunakan media baharu yang kini berleluasa untuk memperkembangkan dan menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat. Sebagai perantara bagi pembentukan insan soleh, mesej yang disalurkan melalui media baru perlu mengandungi nilai *al-bir* (kebaikan) dan *al-taqwa* (takut kepada Allah) yang sekaligus berperanan besar sebagai agen untuk merubah masyarakat.

Menurut Rosmawati et.al. (2011) lagi, nilai-nilai murni dan akhlak mulia juga boleh disalurkan melalui penyiaran media berunsur dakwah. Sebagai contoh, *youtube* boleh digunakan untuk menyiarkan filem pendek berunsur nasihat. Selari dengan saranan al-Ghazali, Rosmawati et.al. (2011) berpendapat bahawa bagi mencapai matlamat tersebut, penyampaian maklumat tentang isu-isu agama perlu dilakukan terlebih dahulu dan diikuti dengan kaedah pengajaran. Nasihat yang diberikan pula perlulah dengan lemah lembut dan secara berhikmah supaya ia dapat meresap ke dalam jiwa audien. Dengan ini, tingkah-laku positif dalam kalangan masyarakat Malaysia akan terbentuk. Dengan kata lain, orang bukan Islam akan tertarik dengan ajaran Islam dan orang Islam pula akan bertambah tahap ketakwaan mereka kepada Allah. Firman Allah SWT:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّمْ يَكُن لَّهُمَّ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ^ط
فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ
يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ^{١٥٩}

Maksudnya:

Maka dengan sebab rahmat (yang melimpah-limpah) dari Allah (kepadamu wahai Muhammad), engkau telah bersikap lemah-lembut kepada mereka (sahabat-sahabat dan pengikutmu), dan kalaulah engkau bersikap kasar lagi keras hati, tentulah mereka lari dari kelilingmu. Oleh itu maafkanlah mereka (mengenai kesalahan yang mereka lakukan terhadapmu) dan pohonkanlah ampun bagi mereka dan juga bermesyuaratlah dengan mereka dalam urusan (peperangan dan hal-hal keduniaan) itu. Kemudian apabila engkau telah berazam (sesudah bermesyuarat, untuk membuat sesuatu) maka bertawakallah kepada Allah, sesungguhnya Allah Mengasihi orang-orang yang bertawakal kepadaNya. (Al-Quran, Al Imran 3:159)

CABARAN MEDIA BAHARU DALAM DAKWAH

Walaubagaimanapun pengguna perlu berhati-hati dalam pemilihan maklumat melalui Internet kerana ada pihak-pihak tertentu cuba menggunakan nama Islam untuk menyeleweng maklumat. Dengan dunia tanpa sempadan 'borderless world', segala bentuk maklumat samada yang sah atau salah boleh sampai kepada orang ramai. Sebagai contoh, dengan hanya berpandukan Internet untuk membuat rujukan berkenaan ayat-ayat Quran, kemungkinan akan berlaku kesalahan fakta seperti ayat dari versi Israeliyat (Syed Muhammad Dawilah & Mohd Lutfi, 2009). Oleh itu, untuk kes seperti ini, seseorang perlu merujuk kepada sumber asal bagi mengesahkan maklumat dan mengelakkan kekeliruan. Faizal dan Mazni (2010) di dalam penyelidikan mereka merumuskan bahawa laman web tidak ada kredibiliti. Sebanyak 20 peratus *website* tidak diketahui sumber maklumat. Penyebaran ajaran salah, penyelewengan agama, pendedahan budaya hidup yang negatif dan bertentangan dengan ajaran Islam adalah antara unsur-unsur yang mampu mengelirukan umat Islam apabila membaca maklumat yang disebarkan melalui media baru.

Melalui media baharu, mesej dakwah dapat disasarkan kepada pelbagai lapisan masyarakat termasuk orang Islam (untuk meningkatkan serta mengukuhkan pemahaman mereka terhadap ilmu Islam) dan juga orang bukan Islam (mengajak mereka kepada Islam). Walaubagaimanapun, masyarakat Malaysia yang terdiri daripada pelbagai kaum dan agama menjadikan penyampaian mesej *da'wah Islamiyyah* agak sukar kerana Islam selalu disalah ertikan dan berkait rapat dengan kaum Melayu. Dengan erti kata lain, ia bermaksud hanya orang Melayu yang beragama Islam. Malah kaum Cina dan India umpamanya, melihat ajaran-ajaran Islam sebagai amalan orang Melayu dan bukan sebagai amalan orang Islam. Oleh yang demikian, agak tidak keterlaluan jika dikatakan bahawa golongan bukan Islam tidak tertarik dengan mesej *da'wah* disebabkan persepsi yang tidak bersasas tersebut. Akhir-akhir ini, pelbagai isu tentang penyalahgunaan media baru yang melibatkan isu agama Islam berlaku di Malaysia. Video *youtube* yang memaparkan mesej untuk menghina Islam disebarkan melalui media sosial telah dilakukan oleh beberapa individu yang tidak bertanggungjawab. Walaubagaimana pun, isu-isu tersebut masih dipertikaikan samada ianya merujuk kepada orang Islam di Malaysia atau kaum Melayu. Dari sudut yang lain, ini menunjukkan kelemahan pendakwah-pendakwah di Malaysia sehingga agama Islam boleh diperlekehkan. Ianya boleh merujuk kepada kelemahan para *da'ie* iaitu kurangnya penguasaan ilmu multimedia di kalangan pendakwah yang sedikit sebanyak menyumbang kepada kekurangan ajaran agama Islam yang dipaparkan di dalam medan media baharu.

Sifat media baharu yang boleh dikategorikan sebagai selektif di mana audiens boleh memilih hanya mesej media yang diingini (Dominick, 2011), dan hanya boleh diakses oleh golongan-golongan tertentu menjadi satu cabaran terhadap *da'wah* di era teknologi ini. Sebarang *posting* oleh individu di *facebook* hanya boleh dibaca oleh rakan di dalam senarai pemilik akaun tersebut. Oleh itu, sekiranya seseorang pendakwah menulis sesuatu mesej *da'wah*, ia mungkin tidak sampai kepada golongan sasaran atau *mad'u*.

Di Malaysia, isu-isu agama sering kali dipolitikkan oleh media baharu. Media baharu dijadikan sebagai pentas untuk menyampaikan mesej dari parti-parti politik. Sebagai contoh, isu hudud yang dipolitikkan serta tidak dijelaskan secara terperinci terhadap masyarakat Malaysia yang majmuk menjelaskan kenapa mereka tidak menyokong pelaksanaan hukum hudud di negara ini.

KESIMPULAN

Di Malaysia, media baharu berperanan besar bukan sahaja untuk mengajak masyarakat bukan Islam untuk menerima mesej Islam malah juga membantu orang Islam untuk memahami ajaran agama Islam dengan lebih mendalam. Di sebalik kesan negatif, perkembangan media baharu yang pantas di zaman teknologi ini dilihat berkuasa untuk menyampaikan mesej *da'wah* secara berkesan sekiranya digunakan secara positif dan efisien.

Berdasarkan perbincangan di atas, ternyata bahawa media baharu adalah peluang yang perlu digunakan sebaiknya oleh para *dai'e* dalam menyampaikan mesej *da'wah* kepada masyarakat Malaysia khususnya dan juga masyarakat antarabangsa secara amnya. Keupayaan penyampaian mesej melalui media baharu yang mampu menjangkau ribuan malah jutaan pembaca atau penonton dalam satu masa memperlihatkan bahawa ia adalah perantara yang perlu dimanfaatkan sepenuhnya oleh pendakwah. Pendakwah masa kini perlu bijak dalam memilih alatan media baharu yang pelbagai supaya mesej yang disampaikan lebih berkesan dan sampai kepada mad'u (penerima mesej *da'wah*).

RUJUKAN

- Aliyu, M., Mahmud, M., and Tap, A.O.M. (2013). Features influencing Islamic websites use: A Muslim user perspective. *Intellectual Discourse*, 21:1, m.s. 33-54
- Asyraf, A.R. dan Nur Amirah, A. (2011). ICT sebagai saluran penyampaian maklumat Islam: Satu tinjaun di negeri Terengganu. Dalam Muhamad Zaki et.al. *Representasi Islam dalam media.*, Nilai: USIM, pp. 155-162
- Bunt, G.R. (2000). *Virtually Islamic*. Cardiff: University of Wales
- Dominick, J.P. (2011). *Dynamics of Mass Communication: Media in the Digital Age*. Boston:McGraw Hill
- Faizal Kasmani, Mazni Buyong, and Muhammad Khairi Mahyuddin. (2010). Dakwah content and its method: An analysis on Islamic websites. *Journal YADIM*, Vol.9, No.,1: Halaman 35-62
- Liza Syahnaz dan Saodah Wok (2011). *Religious Motives for Using Facebook among University Muslim Students*. Kertas kerja dibentangkan di Seminar Kebangsaan Media & Dakwah (SMED 2011), anjuran Fakulti Kepimpinan dan Pengurusan, Nilai: USIM, 14 Disember 2011

- Mohamad Shahir, A. *Berdakwah Dalam Era Multimedia*. Kertas kerja yang telah dibentangkan dalam Seminar 'Islam dan Multimedia' di IKIM. Diakses daripada <http://www.islam.gov.my/en/berdakwah-dalam-era-multimedia>, 12 November 2016
- Syed Muhammad Dawilah, A.I. and Mohd Lutfi, S. (2009). Peranan ICT Dalam Penyebaran Dakwah Dalam Era Globalisasi. Seminar Kebangsaan Dakwah Islamiah di IPT dan Komuniti, Dewan Tunku Ibrahim Ismail, UTHM, 2-3 Disember 2009
- Rosmawati Mohd Rasit (2011). Mediamorphosis melalui laman web sosial: Dari perspektif sasaran dakwah remaja. Kertas kerja dibentangkan di Seminar Kebangsaan Media & Dakwah (SMED 2011), anjuran Fakulti Kepimpinan dan Pengurusan, Nilai: USIM, 14 Disember 2011
- Rosmawati Mohd Rasit, Salasiah Hanin Hamjah & 'Adawiyah Ismail (2011). Media Dakwah dan Tingkah Laku Prososial: Satu Perspektif. Kertas kerja dibentangkan di Seminar Kebangsaan Media & Dakwah (SMED 2011), anjuran Fakulti Kepimpinan dan Pengurusan, Nilai: USIM, 14 Disember 2011
- Sohirin, M.Solihin (2008). *Islamic Da'wah: Theory and Practice*. Kuala Lumpur: International Islamic University Malaysia (IIUM) Press
- The Star, 17 November 2012
- Utusan Malaysia Online. Capaian dakwah maya lebih meluas, 9 Disember, 2011, diakses daripada http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2011&dt=1209&pub=Utusan_Malaysia&sec=Bicara_Agama&pg=ba_01.htm

Aini Maznina A.Manaf
Jabatan Komunikasi, Kulliyah Ilmu Wahyu dan Sains Kemanusiaan
Universiti Islam Antarabangsa Malaysia, Jalan Gombak, 53100 Gombak,
Kuala Lumpur, Malaysia
Phone: 0361966072;
Fax: 03 6196 4870;
Email: maznina@iium.edu.my