

AL-HIKMAH

Jilid	6	ISSN 1985-6822	2014
No.	2		1436

- DIMENSI HAFAZAN DAN RASIONAL DALAM KURSUS WAJIB FAKULTI PENGAJIAN ISLAM UNIVERSITI KEBANGSAAN MALAYSIA ...3-14
Wan Ahsani Fadhilah Wan Mahmud Khairi & Muhamad Faisal Ashaari
- CABARAN DAN POTENSI MAJALAH DAKWAH BERBAHASA MELAYU DI MALAYSIA TERHADAP TREND PEROLEHAN PERBELANJAAN IKLAN (ADEX)...15-28
Shahrul Nazmi Sannusi
- AGENDA HASAN AL-BANNA DALAM PEMBANGUNAN INSAN MENERUSI PENULISAN KARYA *MAJMU'AT AL-RASAIL* ...29-42
Zainudin Hashim & Fakhru Adabi Abdul Kadir
- STRATEGI MODEL PEMBANGUNAN INSAN SEIMBANG PENGAJIAN AGAMA (PISPA) BERDASARKAN TEORI PERUBAHAN SOSIAL IBN KHALDUN DALAM PENGAJIAN AGAMA DI UNIVERSITI KEBANGSAAN MALAYSIA ...43-52
Zaizul Ab. Rahman, Indriaty Ismail & Khaidzir Ismail
- PERLAKSANAAN PROGRAM TAKMIR SEBAGAI MEDIUM PENGIMARAHAN MASJID DI NEGERI SEMBILAN ...53-64
Shuhadak Mahmud & Iknor Azli Ibrahim
- PENGGUNAAN MODUL DAN BUKU BAHASA ARAB UNTUK ORANG AWAM ...65-77
Suhaila Zailani @ Hj. Ahmad & Nur Afifah Fadzil
- MEMBINA PENGISIAN BERPENGARUH DALAM MEDIA BAHARU MELALUI PENULISAN DAKWAH ...78-90
Ahmad Zahiruddin Mohd Zabidi & Faisal @ Ahmad Faisal Abdul Hamid
- PERLANGGARAN TATASUSILA AGAMA DALAM KALANGAN ANGGOTA POLIS DI IBU PEJABAT POLIS BUKIT AMAN, KUALA LUMPUR ...91-107
Nik Daud Raja Hussein & Rosmawati Mohamad Rasit
- PEMIKIRAN POLITIK DAN KENEGARAAN MUHAMMAD IQBAL .108-118
Abdullah Firdaus, Idris Zakaria & Mohd Nasir Omar
- KEPIMPINAN DALAM KISAH NABI SULAIMAN AS DENGAN HUDHUD ...119-128
Muhammad Amin Hasan, Mohd Azrul Jaafar Ahmad Irdha Mokhtar, Anuar Puteh, Zulkefli Aini & Mohamad Zulkifli Abdul Ghani
- THE REALISATION OF COVERING 'AURAT AMONG THE SUCCESSFUL WOMEN IN MALAYSIA ...129-143
Naemah Hamzah, 'Adawiyah Ismail, Mohd Ismail Mustari & Bushrah Basiron
- THE ROLE OF SHEIKH WAN AHMAD AL-FATANI IN THE MALAY PUBLICATIONS AND PRINTING IN THE MIDDLE EAST ...144-153
Ermy Azziaty Rozali

Al-Hikmah 6(2) 2014: 78-90

Membina Pengisian Berpengaruh Dalam Media Baharu Melalui Penulisan Dakwah

Building Up the Influential Filling in the New Media through the Da'wah
Writing

AHMAD ZAHIRUDDIN MOHD ZABIDI*
FAISAL @ AHMAD FAISAL ABDUL HAMID

ABSTRAK

Makalah ini membincangkan mengenai kaedah-kaedah membina pengisian berunsur dakwah melalui penulisan dalam media baharu. Perkembangan pantas media baharu mutakhir ini mewujudkan ruang yang luas bagi sebarang pengisian yang positif dan negatif. Dalam menghadapi tentangan zaman yang berkaitan dengan teknologi maklumat dan alat komunikasi ini para pendakwah (baca: setiap Muslim) perlu seiring dalam memahami dan menggunakan sebarang ruangan bagi mewujudkan wacana seimbang sebagai alternatif kepada masyarakat atas talian. Antara perkara penting yang perlu diberi penekanan adalah bagaimana menggunakan atau membina pengisian yang berunsur dakwah namun mampu diterima ramai di setiap lapisan masyarakat dengan menjadikan al-Quran dan al-Sunnah serta kitab-kitab muktabar sebagai sandaran utama khususnya di media baharu atas talian

Kata kunci: *Dakwah, penulisan, media baharu, berpengaruh*

ABSTRACT

This writing discuss the methods to build up the filling that is da'wah based through writings in the new media. The fast development of this new media could create a spacious writing space for any positive and negative fillings. In facing the challenges of the information technology and communication gadgets, Muslims need to be together in understanding and using any space to create a balanced discourse as alternatives to the online community. Among the important matters that need to be emphasised are how to use or develop the filling that is da'wah based and still being accepted by the public. The message of the da'wah conveyed is making al-Quran and al-Sunnah as well as other scriptures as based to lean on especially on the online of the new media. The approach of psychology theory is used in this paper.

Keywords: *Da'wah, da'wah through writings, new media, influenced*

PENGENALAN

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُمُ الْبَالِغَةَ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Maksudnya: “Serulah ke jalan Tuhanmu (wahai Muhammad) dengan hikmat kebijaksanaan dan nasihat pengajaran yang baik, dan berbahaslah dengan mereka (yang Engkau serukan itu) dengan cara yang lebih baik; Sesungguhnya Tuhanmu Dialah jua yang lebih mengetahui akan orang yang sesat dari jalan-Nya, dan Dialah jua yang lebih mengetahui akan orang-orang yang mendapat hidayah petunjuk” (al-Nahl 16:125).

Ayat di atas terbahagi kepada dua bahagian iaitu yang pertama merujuk kepada manhaj dakwah yang Allah sendiri garis panduan kepada para pendakwah. Firman Allah SWT: “Seru/ ajak/ bimbing ke jalan Tuhan kamu...” dengan: [1] Hikmah kebijaksanaan, [2] Nasihat pengajaran yang baik, [3] Berbahaslah dengan mereka (yang engkau serukan itu) dengan cara yang lebih baik (Hamka 1985).

Bahagian kedua daripada ayat ini adalah sangat penting bagi difahami oleh setiap Muslim yang ditaklifkan sebagai pendakwah, namun ia amat jarang diberi penekanan dalam mana-mana penjelasan mengenai ayat ini secara lisan mahupun bertulis. Beberapa kitab tafsir muktabar juga tidak fokus mentafsirkan bahagian kedua daripada ayat ini yang bermaksud: “Sesungguhnya Tuhanmu Dialah jua yang lebih mengetahui akan orang yang sesat dari jalan-Nya, dan Dialah jua yang lebih mengetahui akan orang-orang yang mendapat hidayah petunjuk.”

Dalam bahagian kedua ayat ini Allah menegaskan bahawa hanya diri-Nya yang mengetahui sama ada seseorang itu sesat daripada jalan-Nya (hidayah Islam) dan juga hanya diri-Nya yang mengetahui siapa yang mendapat petunjuk tersebut. Tugas seorang pendakwah adalah memenuhi tiga tuntutan dakwah di atas namun hal yang berkaitan dengan petunjuk hidayah dan kesesatan seseorang manusia itu adalah mutlak hak Allah bukan urusan para pendakwah.

DAKWAH DI MEDIA BAHARU ATAS TALIAN (ONLINE)

Menurut laporan akhbar Sinar Harian, 26 September 2014:

Rakyat Malaysia menghabiskan masa antara tiga hingga lima jam sehari di alam siber, dengan 58 peratus daripada mereka melayari laman media sosial melalui telefon pintar di mana

sahaja mereka berada. Kajian menunjukkan 41.7 peratus daripada golongan belia berumur 20 hingga 29 tahun dan 16.5 peratus kanak-kanak dan remaja berumur bawah 19 tahun adalah pengguna setia internet dan bilangan mereka terus meningkat setiap hari.

Tambah laporan itu, antara faktor peningkatannya adalah (Sinar Harian 26 September 2014):

Seiring dengan lambakan pelbagai gajet canggih dalam pasaran seperti telefon pintar, *Iphone, Ipad, laptop, tablet, tab* serta kemampuan kuasa beli orang ramai, bilangan pengguna internet juga dijangka terus meningkat kepada 25 juta orang menjelang 2015 berbanding 18.6 juta pada 2012.

Jika dahulu media konvensional terdiri daripada penulisan di majalah, akhbar, buku, radio dan televisyen, kemudian muncul media baharu di era sistem teknologi maklumat (*ICT*) bermula dengan penciptaan komputer yang melahirkan alatan teknologi komunikasi seperti *Floppy Disk, CD, VCD, DVD, OHP, Power Point, LCD, PDA* dan lain-lain. Gabungan antara komputer dan juga internet menyemarakkan lagi interaksi manusia atas talian seperti melalui *e-mail, mailing list, e-group, blogspot, website* dan seumpama. Kemudian muncul pula laman web interaktif (komunikasi dua hala) seperti *Friendster* atau *MySpace* diikuti dengan kepesatan syarikat-syarikat alat telekomunikasi yang berlumba-lumba melahirkan gajet-gajet dan *tablet-tablet* yang mempunyai daya akses 24 jam sehari kepada internet, harga jualan yang semakin kompetatif, keberdayaan akses kepada internet walau di mana berada dengan kos yang mampu bayar menjadikan gajet, tablet, internet dan aplikasi online terbaharu seperti *Facebook, WhatsApp, Telegram, Twitter* dan seumpama adalah satu fenomena yang menjadi sebahagian daripada kehidupan manusia moden sehingga kesan positif dan negatif adalah ketara kepada manusia dan kemanusiaan (Aini Maznina & Syed Arabi 2014; Sinar Harian 2014).

Perkembangan menggunakan media baharu atas talian bagi tujuan dakwah melahirkan dua konsep yang dibincangkan dari konteks akademik iaitu: [1] E-Dakwah (Nor Raudah 2006: 107-120), dan [2] *Tekno Da'i* (Wan Adli & Mohamad Kamil 2006: 39-51). Menurut Dr. Nor Raudah (2006), penggunaan E-dakwah dalam usaha menyampaikan dakwah bermakna pendakwah menyampaikan maklumat tentang Islam melalui penggunaan alat multimedia secara interaktif dengan menggunakan alat-alat telekomunikasi yang terus berkembang dan semakin canggih sehinggakan segalanya berada di hujung jari. (Wan Adli & Mohamad Kamil 2006: 109) *Tekno-Da'i* pula

adalah istilah yang dipopularkan oleh Institut Kefahaman Islam Malaysia (IKIM) sekitar tahun 2003, menurut Felo Kanan Pusat Sains dan Teknologi, IKIM, Shaikh Mohd Saifuddeen (2003), *tekno-da'i* adalah golongan pendakwah yang menggunakan teknologi untuk menjalankan kerja-kerja dakwah bagi menyeru manusia ke jalan Allah dengan melakukan kebaikan dan meninggalkan kemungkaran (Shaikh Mohd Saifuddeen 2003).

Namun sejauh dan secanggih mana sesuatu alat teknologi komunikasi ia tetap memerlukan masukan data daripada manusia bagi ia berfungsi sebagai sebuah alat interaktif. Justeru manusia yang mempunyai kemahiran bahasa akan menggunakan medium penulisan dalam bahasa yang mereka fahami dan menjadikan alatan komunikasi sebagai wadah dalam berinteraktif. Justeru, lapangan di langit terbuka seperti *e-maill*, *website*, *Facebook*, *WhatsApp*, *WeChat* dan *Telegram* dan lain-lain yang bersifat atas talian dan percuma menjadi pilihan bagi sesiapa yang memiliki telefon pintar, tablet atau gajet ditambah pula daya akses internet yang semakin mudah dan meluas mutakhir ini. Justeru, manusia berinteraksi sesama sendiri dengan meluas melalui penulisan dan bahasa yang mereka fahami. Di sinilah penulisan yang mempunyai unsur dakwah, nasihat dan tazkirah, yang asalnya hanya berlegar dalam majalah, akhbar, skrip di radio dan televisyen, e-mel, *website* semakin relevan bagi menjadi antara masukan dalam media baharu yang semakin canggih masa kini (Nor Raudah 2013: 29-45).

Justeru, menjadi keutamaan kepada semua umat Islam yang memahami bahawa diri mereka tidak boleh dipisahkan daripada taklifan sebagai seorang pendakwah meski siapa pun mereka menggunakan sebarang perisian di internet melalui sebarang alat komunikasi bagi menyampaikan mesej dakwah kepada sesiapa sahaja dalam konteks dakwah *Islamiyyah* mahupun dakwah *Islahiyyah*. Menurut Mohd Nor Mamat (2014) dalam prakata bukunya:

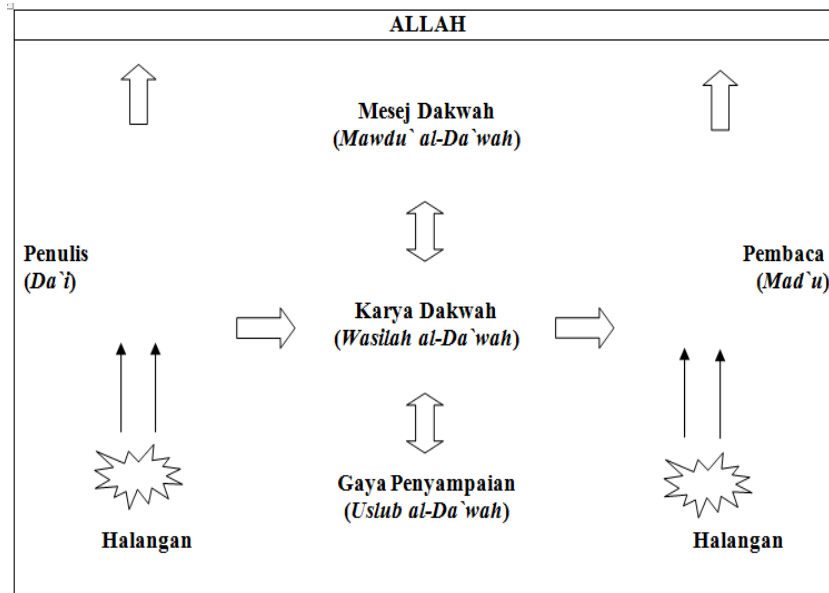
...dakwah harus sehati dalam rutin harian kita. Mendidik, menegur, menasihati, meneladani, membimbing malah tanpa melakukan sebarang kerja dakwah, kehidupan kita secara tidak langsung menjadi dakwah secara model kepada orang sekeliling. Akhlak kita diperhatikan dan pasti ada yang mengikutinya. Itu juga dakwah. Oleh itu, tiada istilah jawatan pendakwah, cuma mungkin ada pihak yang kerja mereka khusus untuk menfokuskan dakwah sebagai bidang tugas utama (Mohd Nor Mamat 2014: 7-8).

TULISAN DI MEDIA BAHARU SEBAGAI WASILAH DAKWAH ATAS TALIAN

Perisian atas talian seperti *Facebook*, *WhatsApp*, *WeChat*, *Twitter* dan terbaru *Telegram* adalah tumpuan bagi setiap pengguna gajet yang punya akses kepada internet. Ia adalah alat komunikasi yang pantas dan percuma berbanding dengan SMS yang mempunyai kos caj oleh syarikat telekomunikasi yang menyediakan servis tersebut. Selain daripada itu, perisian-perisian di atas tiada limitasi masa dan ruang bagi pengguna menulis dan berkongsi apa sahaja manakala SMS adalah terhad dari segi jumlah perkataan dan kos yang mahal jika berkongsi gambar melalui *MMS*. Melalui *Facebook*, *WhatsApp*, *WeChat*, *Twitter* dan *Telegram* semuanya adalah percuma dan ia bukan hanya dua hala namun berkelompok iaitu boleh dimasukkan dalam satu kumpulan dari 50-200 orang secara sekali gus dalam satu-satu masa. Secara tidak langsung ia menjadikan aktiviti berkomunikasi, berkongsi dan apa sahaja yang berkaitan interaksi di atas talian menjadi rancak sehinggakan terbukti banyak menatijahkan kesan buruk selain ruang bagi melakukan kebaikan khususnya kerja-kerja dakwah.

Hampir kesemua perisian komunikasi atas talian tersebut menggunakan tulisan yang memerlukan manusia menulis bagi berfungsi melainkan aplikasi yang menggunakan *audio visual* seperti *Youtube* dan *Instagram*. Menyedari kesemua umat Islam adalah ditaklifikan sebagai pendakwah sekali gus mereka juga adalah pengguna alat komunikasi, internet dan aplikasi atas talian yang pelbagai itu maka secara langsung mahupun tidak langsung peranan mereka sebagai pendakwah yang mengisi ruang interaksi atas talian tersebut perlu dilaksanakan. Tiada lagi istilah penulis dakwah secara khusus sebagaimana pendakwah yang menulis di akhbar, majalah dan medium konvensional seumpama kerana kini sesiapa sahaja boleh menulis dan menerbitkannya bagi dibaca oleh masyarakat atas talian. Justeru, sebagai seorang Muslim yang juga berada atas talian bagi berkomunikasi dan berkongsi, adalah penting bagi mereka menguasai dan memahami kaedah-kaedah terbaik dalam penulisan sama ada bagi berkomunikasi atau berkongsi bahan-bahan dakwah.

Nor Raudah (2013) dalam membincangkan mengenai Penulisan Dakwah melakarkan satu rajah bagi menggambarkan keseluruhan proses yang berkaitan dengan penulis sebagai pendakwah dan penulisan sebagai wasilah dakwah walau apa pun medium ia dijadikan medan dakwah dan interaksi tersebut.



Rajah: Elemen Penulisan Dakwah

Sumber: Nor Raudah 2013: 36

CIRI-CIRI TULISAN YANG BERPENGARUH MELALUI PERSPEKTIF PSIKOLOGI

Menurut Abdullah (2007) dalam pengantar bukunya yang membincangkan dakwah melalui perspektif teori psikologi berkata:

Setiap orang Islam dituntut berdakwah dengan cara, keupayaan dan kemampuan masing-masing di mana-mana dan pada bila-bila masa sahaja asalkan ada peluang menyampaikan ajaran agama. Pada dasarnya, berdakwah adalah kegiatan mempengaruhi individu lain supaya mengubah mana mana kepercayaan, sikap dan tingkah laku yang tidak selaras dengan Islam kepada yang selaras.

Menurut Abdullah (2007) lagi, ciri-ciri yang memastikan dakwah berjaya adalah apabila si pendakwah berjaya mempengaruhi sasaran dakwah mereka melalui medium komunikasi:

Suatu prinsip utama dalam aktiviti berdakwah adalah seseorang hanya dapat mempengaruhi orang yang suka kepadanya serta suka mendengar gaya ucapan dan percakapan si pendakwah itu. Oleh itu, sebagai orang yang menjalankan aktiviti berdakwah, adalah penting supaya sebelum pendakwah

cuba mempengaruhi sasarannya supaya menukar sikap dan keyakinan mereka sesuai dengan Islam, calon pendakwah mengambil langkah-langkah bagi membuat supaya sasaran mereka itu menyukai dirinya terlebih dahulu.

Abdullah (2007) juga menjelaskan sangat penting bagi seorang pendakwah yang mahu membina pengaruh kepada sasaran mereka terlebih dahulu menggembirakan sasaran dakwah mereka melalui kata-kata atau tulisan:

Perasaan seronok dan gembira dapat menyebabkan sasaran bersikap terbuka pada diri dan kata-kata pendakwah. Pendakwah yang menunjukkan sikap terbuka pula menyebabkan sasarannya mahu menerima maklum balas daripadanya dengan hati yang terbuka juga kerana sasaran bersikap terbuka tidak bersikap defensif.

Kejayaan sesuatu proses dakwah boleh diukur apabila berlaku perubahan sama ada secara sedar atau tidak kepada sasaran dakwah selepas mereka berjaya dipengaruhi oleh pendakwah-penulis:

Daya pengaruh ialah keupayaan individu mendorong orang lain menukar sikap, fikiran, perasaan dan tingkah lakunya sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh orang yang menggunakan daya pengaruhnya, baik secara sedar mahupun tidak. Oleh itu daya pengaruh adalah unsur yang wajib dimiliki oleh individu yang hendak mempengaruhi orang lain.

Berdasarkan kenyataan di atas, boleh difahami dalam konteks berdakwah atau menyampaikan mesej dakwah dengan penulisan melalui media baharu atas talian juga memerlukan seorang pendakwah mempunyai daya pengaruh bagi mendorong penerimaan seterusnya menghasilkan perubahan kepada para *mad'u*. Oleh kerana medium interaksi atas talian adalah aksara dan penulisan maka kaedah-kaedah menulis dan membina isi serta bentuk mesej dakwah yang berpengaruh perlu dikuasai oleh seorang *da'i da'wah bi al-kitabah* atau bagi setiap Muslim yang punya kesedaran bagi menyampaikan dan berkongsi mesej Islam kepada sesiapa sahaja di atas talian.

Bagaimanapun, isi penulisan adalah sesuatu yang lahir daripada jiwa dan akal seseorang, justeru elemen-elemen sifat mahmudah daripada diri seseorang *da'i*-penulis amat penting bagi memastikan isi penulisan mereka berjiwa dan mampu mempengaruhi para *mad'u* (pembaca tulisan mereka), ternyata kejayaan dakwah Rasulullah SAW selain daripada strategi yang terbaik, akhlak

Rasulullah SAW merupakan aset dan faktor utama yang mempengaruhi dan mendorong perubahan masyarakat jahiliyyah kepada Islam (Abd Aziz 2012).

Justeru, antara ciri strategi komunikasi-penulisan yang digunakan dalam menyampaikan ucapan-tulisan dakwah dalam rangka mempengaruhi pemikiran para mad`u-pendengar-pembaca sehingga mendorong kepada perubahan sikap:

1. Penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat

Menurut Abdullah (2007), penulisan yang cuba mempengaruhi pemikiran sasaran dakwah dengan mengemukakan fakta-fakta, data-data, bukti, kesaksian dan hujah-hujah logikal. Pengaruh maklumat dapat menghasilkan perubahan ke atas tingkah laku dan juga pemikiran sasaran dakwah. Antara strategi yang perlu dilakukan jika mahu menulis penulisan yang mempunyai pengaruh maklumat adalah:

- a. Kemukakan maklumat-maklumat baru yang belum diketahui oleh *mad`u* (pembaca) contohnya daripada al-Qur'an dan al-Hadith khususnya daripada tafsir dan syarah oleh ulama muktabar.
- b. Kemukakan penghujahan logikal yang di luar kotak, yang belum biasa didengar oleh *mad`u* (pembaca).
- c. Gunakan maklumat dan hujah yang selaras dengan pemikiran *mad`u* (pembaca) berdasarkan demografi; latar belakang sosial dan pengajian, umur, jantina dan lain-lain.

2. Penulisan yang mempunyai pengaruh rujukan

Menurut Abdullah (2007), penulisan yang ditulis oleh tokoh-tokoh yang popular dan dikenali sama ada daripada kalangan artis mahupun ilmuwan atau ahli politik. Mereka berpengaruh malah menjadi idola bagi sesetengah orang yang berhasrat mahu menjadi seperti mereka. Dalam konteks dakwah penulisan oleh para ilmuwan seharusnya menjadi sumber pengaruh rujukan tersebut.

- a. Penulisan oleh tokoh yang diminati oleh *mad`u* (pembaca) itu sendiri.
- b. Penulisan berkenaan dengan tokoh yang disukai oleh *mad`u* (pembaca).

3. Penulisan yang mempunyai pengaruh kepakaran

Menurut Abdullah (2007), penulisan yang ditulis oleh pakar dalam sesuatu bidang sama ada kerana pengalaman bekerja mereka (biasanya lebih 5 tahun dalam bidang tersebut) atau latar pengajian secara

profesional sehingga tahap Sarjana dan Ph.D. atau penulisan yang merujuk kepada pakar-pakar dalam bidang khusus yang dibincangkan bergantung kepada topik penulisan.

4. Penulisan yang mempunyai pengaruh kuasa sah

Menurut Abdullah (2007), penulisan yang ditulis oleh individu yang mempunyai kuasa secara legal atau sosial seperti ibu dan ayah kepada anak-anak mereka atau daripada suami kepada isteri. Tulisan seorang Perdana Menteri kepada rakyatnya, pimpinan politik dan sosial kepada para pengikutnya dan seumpama. Ketua pengarah, jabatan, unit dan seumpama.

5. Penulisan yang mempunyai pengaruh ganjaran dan ancaman

Dalam tradisi keilmuan Islam yang merujuk kepada al-Quran dan al-Hadith sebagai rujukan tertinggi dalam keilmuan dan syariat, antara ciri ayat al-Qur'an dan al-Hadith adalah ada yang berbentuk *targhib* (ganjaran) dan *tarhib* (ancaman). Justeru, penulisan yang mempunyai nilai yang membahaskan mengenai ganjaran dan ancaman sesuatu perbuatan dan sikap lebih berpengaruh namun seorang penulis pendakwah perlu berhati-hati agar tidak menyentuh seseorang individu secara peribadi melainkan menceritakan targhib dan tarhib amal perbuatan secara umum sahaja.

6. Penulisan yang mempunyai pengaruh maklum balas

Menurut Abdullah (2007), penulisan-penulisan bersifat menjawab persoalan di ruangan akhbar, majalah, buku dan juga media baru khususnya berkenaan dengan hukum-hakam fiqh dan juga motivasi pembangunan diri berkaitan dengan percintaan, kekeluargaan, kerjaya dan apa sahaja yang berkaitan dengan kehidupan seharian manusia akan mendapat perhatian daripada pembaca apatah lagi jika koresponden itu adalah tokoh ilmuwan yang mempunyai pengaruh pakar dan juga pengaruh rujukan. Begitu juga fenomena yang berlaku dalam media siar konvensional atau atas talian. Rancangan seperti Tanyalah Ustaz & Tanyalah Ustazah - TV9, 30 Minit Ustaz Don dan Pentas Dakwah – TvAlHijrah, Semanisnya Kurma - TV9, Enta Tanya Ana Jawab dan Kalau Dah Jodoh - Astro Oasis dan lain-lain.

7. Penulisan yang mempunyai pengaruh keserupaan

Menurut Abdullah (2007), penulisan yang mempunyai kisah-kisah dan pengalaman yang mempunyai keserupaan dengan pembaca sebagai

contoh pengalaman kematian orang yang tersayang, pengalaman kesusahan semasa kecil dan belajar dan pelbagai lagi. Pengalaman mengalami kesan kenaikan harga minyak juga termasuk dalam pengaruh keserupaan.

KAEDAH DAN CIRI, BENTUK DAN ISI PENULISAN DAKWAH YANG BERPENGARUH

Sebagaimana yang dibincangkan di atas, dakwah daripada perspektif psikologi bermaksud satu proses mempengaruhi sasaran dakwah (*mad'u*) bagi mendorong perubahan pemikiran dan sikap mereka kepada kefahaman dan amalan yang sesuai dengan tuntutan agamama Islam. Namun dalam penulisan, sebuah penulisan hanya akan memberikan kesan atau pengaruh hanya selepas ia dibaca, jadi seorang *da'i* (penulis) perlu memastikan sasaran dakwah (*mad'u*) mereka membaca, berasa seronok dan terpengaruh seterusnya terdorong mempraktikkan idea-idea dan saranan dalam penulisan mereka (Hilal Asyraf dan Zahiruddin 2015).

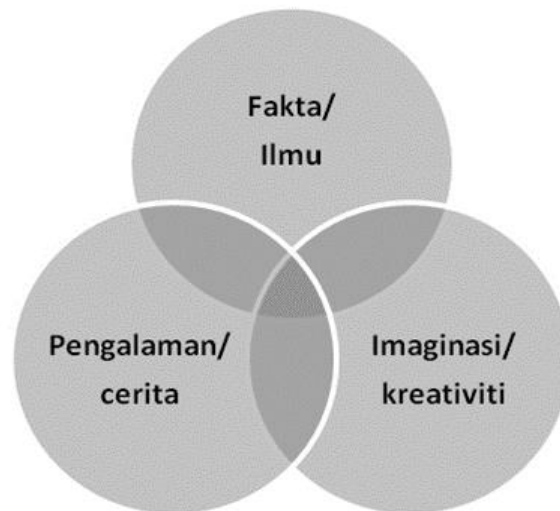
Sebagaimana amalan dalam penyuntingan naskhah buku-buku berunsur agama mutakhir ini, di bawah ini dijelaskan beberapa unsur yang diperakui membantu sesebuah tulisan bagi mempunyai daya tarik bagi dibaca oleh sasaran dakwah *da'i* atau sesiapa sahaja (www.kursuspenulisan.com):

1. Tulisan dalam Bahasa Melayu Tinggi (BMT) dengan sistem ejaan yang penuh dan penggunaan tanda bacaan yang betul. Ini kerana tulisan yang tidak menggunakan ejaan yang penuh dan sistem ejaan yang betul boleh menyebabkan salah faham terhadap mesej dan konteks ayat yang digunakan (www.kursuspenulisan.com).
2. Satu ayat tidak melebihi 12 patah perkataan, atau dalam bentuk perenggan tidak lebih enam baris bagi satu perenggan berdasarkan kesesuaian ruang jika di e-mel atau FB. Ini kerana ayat yang terlalu panjang tanpa koma dan noktah atau perenggan yang panjang akan menyebabkan daya baca *mad'u* (pembaca) menurun (www.kursuspenulisan.com).
3. Jika berbentuk rencana tazkirah atau perkongsian sesuatu fakta dan maklumat ringkas tentang agama namun menarik disyorkan ditulis dalam 500 patah perkataan atau kurang, dengan kadar bacaan kurang lima minit. Jika terlalu panjang dan pelbagai isu dibincangkan sekali gus biasanya akan mengurangkan daya tarikan bagi *mad'u* (pembaca) (www.kursuspenulisan.com).

4. Penulisan tidak bersifat menyerang, mengkritik, mentohmah apatah lagi mengfitnah dan mencerca sesiapa sahaja secara peribadi namun bersifat menyatakan, menceritakan dan menerangkan fakta bersumberkan al-Qur'an dan al-Sunnah atau kitab-kitab ulama muktabar dahulu dan kini khususnya yang bersifat *tazkiyat al-nafs*, *maw'izah* dan *tazkir*. Fakta-fakta dan hasil kajian semasa juga sangat membantu meningkatkan daya pengaruh sesebuah artikel (www.kursuspenulisan.com).

5. Menggabungkan unsur fakta atau ilmu, imaginasi atau kreativiti, pengalaman atau cerita (www.kursuspenulisan.com).

Justeru saranan *Yūsuf al-Qarāḍawī* (2009) dalam bukunya *Thaqāfah al-Dā'iyyah* (Ilmu-ilmu Pengetahun Pendakwah) menyatakan perlu seorang pendakwah menguasai atau paling tidak memahami enam cabang ilmu bagi memastikan gerak kerja dakwah itu berhasil dan mencapai objektifnya. Ilmu-ilmu tersebut adalah: [1] *Thaqāfah al-Dīniyyah*, [2] *Thaqāfah al-Tārīkhiyyah*, [3] *Thaqāfah al-Lungawiyyah wa al-Adabiyyah*, [4] *Thaqāfah al-Insāniyyah*, [5] *Thaqāfah al-`Ilmiyyah*, dan [6] *Thaqāfah al-Wāqi'iyyah*. Demikian juga ia menjawab mengapakah al-Syahid Imam Hassan al-Banna meletakkan rukun pertama dalam *Arkānul Bay'ah* (Rukun Akujanji) adalah *al-fahm* (www.ikhwanonline.com/Article.aspx).



Rajah 1 Bentuk elemen penulisan ideal

KESIMPULAN

Da'wah bi al-kitābah atau dakwah melalui penulisan di media baharu adalah satu cabang yang berkembang pesat sesuai dengan kepesatan teknologi gajet, *tab*, *Ipad* dan seumpama di pasaran selain daya akses internet yang semakin meluas dan murah. Ini bermaksud ruang bagi mesej-mesej Islam mengimbangi pengisian yang negatif di internet juga semakin meningkat. Boleh dirumuskan, bersedia bagi pendakwah atau sebenarnya semua umat Islam paling tidak perlu memenuhi kriteria di bawah:

$$\begin{aligned} & \text{DAKWAH MELALUI PENULISAN} \\ & = \\ & \text{ILMU-ILMU ISLAM} \\ & + \\ & \text{ILMU PSIKOLOGI (KOMUNIKASI+PENULISAN)} \\ & + \\ & \text{ILMU-ILMU SEMASA (TEKNOLOGI MAKLUMAT)} \end{aligned}$$

RUJUKAN

Al-Qur'an.

- Ab. Aziz Mohd Zin. 2012. *Strategi Dakwah dalam Sirah Nabi SAW*. Kuala Lumpur: Jabatan Dakwah dan Pembangunan Insan.
- Abdullah Hassan. 2007. *Berdakwah Dengan Efektif: Teori dan Teknik Moden Mendorong Perubahan Tingkah Laku*. Selangor: PTS Islamika Sdn. Bhd.
- Aini Maznina A. Manaf dan Syed Arabi Idid. 2014. Dakwah melalui media baru: Membentuk tingkah laku positif.
- Al-Qarāḍawī, Yūsuf. 2009. *Thāqafah al-Dā'iyyah*. Al-Qāhirah: Maktabah Wahbah.
- Hamka. 1985. *Tafsir Al-Azhar*. Juz 28, 29&30. Jakarta: Pustaka Panjimas.
- Hilal Asyraf dan Zahiruddin Zabidi. 2015. *Catatan Fikir Dua Penulis: 2 Penulis 2 Pengalaman 1 Tujuan*. Shah Alam: Karya Bestari Sdn. Bhd.
- Mohd Nor Mamat. 2014. *Dakwah Biar Santai Asal Sampai*, Shah Alam: Karya Bestari Sdn. Bhd.
- Nor Raudah Hj. Siren. 2006. E-Dakwah: Kepentingan dan Pelaksanaannya di Malaysia. Dlm. *Dakwah Islam Semasa: Konsep*

- dan Pelaksanaannya*. Nor Raudah Hj. Siren *et. al.* (ed.). Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- Nor Raudah Hj. Siren. 2013. *Retorik Penulisan Dakwah*, Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- Shaikh Mohd Saifuddeen Shaikh Mohd Salleh. 2003. *Memahami Konsep Tekno-Da'i*. Kertas Kerja Seminar Memahami Agama Islam Melalui Tekno-da'i di Institut Kefahaman Islam Malaysia, Kuala Lumpur. 25-26 Februari.
- Sinar Harian. 2014. *Rakyat Malaysia ketagih internet?* 26 September.
- Wan Adli Wan Ramli dan Mohamad Kamil Hj. Ab. Majid. 2006. *Memahami Islam Melalui Tekno-Da'i*". Dlm. *Dakwah Islam Semasa: Konsep dan Pelaksanaannya*. Nor Raudah Hj. Siren *et. al.* (ed.). Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- www.ikhwanonline.com/Article.aspx?ArtID=21254&SecID=371 [23 Oktober 2014].
- www.kursuspenulisan.com [23 Oktober 2014].

*Ahmad Zahiruddin Mohd Zabidi
Akademi Pengajian Islam,
Universiti Malaya.
Mel-e: zahiruddinabidi@gmail.com