

Dakwah di Internet: Aplikasi Model Tetingkap Ekni (TtEKNI) ke atas wacana mesej dakwah di 'group page' Islamik Malaysia.

**Syahrudin Hj. Awg. Ahmad
Mohd. Shaukhi Mohd. Radzi**

Keupayaan menyampaikan mesej dakwah menerusi pelbagai pendekatan adalah laluan pantas kepada pencapaian matlamat sesebuah kumpulan pendakwah. Lewat tahun 2015, fenomena dakwah di negara ini kelihatan sedang memasuki fasa transformasi daripada kaedah tradisi kepada satu kaedah yang lebih memudahkan capaian mesej dakwah itu sendiri. Ahli-ahli masyarakat berupaya memberikan maklumbalas terhadap kandungan bahan yang dikongsi. Sungguhpun begitu, terdapat tatacara dan pendekatan yang perlu diambilkira semasa menyampaikan pandangan dan memberikan maklumbalas dalam wacana ke atas mesej dakwah di laman sosial. Kesan langsung daripada pengabaian tatacara dan pendekatan dakwah ini boleh memberi kesan kepada audien dakwah dan agama Islam itu sendiri. Kajian ke atas laman kumpulan ('group page') di Facebook sebagai medium dakwah memperlihatkan kesungguhan masyarakat Islam untuk menegakkan syiar Islam begitu aktif kebelakangan ini. Media sosial yang kian mendapat tempat dalam kalangan warga negara ini malah juga penduduk seantero dunia berfungsi sebagai medium yang dapat menghubungkan seseorang dengan seseorang atau kumpulan manusia lain pada satu-satu masa dengan tujuan yang tertentu. Pilihan untuk memuat naik maklumat dalam bentuk teks, pendapat, gambar dan bahan multimedia menjadikan 'group page' Islamik di media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp dan Wechat berguna kepada masyarakat khususnya umat Islam. Justeru, Model Tetingkap EKNI (TtEKNI) oleh Syahrudin (2015) diaplikasikan bagi menzahirkan gambaran aktiviti wacana mesej dakwah di 'group page' Islamik yang dijayakan oleh kedua-dua belah pihak iaitu pemilik 'group page' dan pengunjung 'group page' berkenaan. TtEKNI dapat memberikan gambaran tentang aktiviti wacana dari sudut ciri-ciri mesej dakwah yang dalam masa yang sama dapat merumuskan sikap, kelakuan dan kepercayaan seseorang yang berkongsi dan terdedah kepada mesej dakwah berkenaan.

Kata Kunci: media sosial, Facebook, 'group page' Islamik, audien dakwah, Model Tetingkap EKNI (TtEKNI)

Pengenalan

Media sosial berfungsi sebagai alat untuk menghubungkan ahli-ahli masyarakat di setiap penjuru kehidupan. Seorang pelajar yang mempunyai keperluan untuk mendapatkan maklumat tentang pelajaran akan menghubungi rakan atau guru menerusi Facebook, whatsapp dan telegram bagi maksud memperoleh ilmu pengetahuan. Demikianlah juga

dengan suri rumah yang mahu mendapatkan resepi atau berkongsi petua akan saling berinteraksi dengan audien baik secara individu atau kumpulan menerusi laman blog.

Lewat tahun 2004 hingga kini, aktiviti berkongsi maklumat berkaitan agama adalah lumrah di laman sosial dan aplikasi yang menjurus kepada penyebaran maklumat di telefon pintar. Penggunaan Twitter, Facebook, Whatsapp dan Blog kian mendapat tempat dalam kalangan ahli masyarakat yang menyedari bahawa salah satu medium berkesan untuk menyampaikan mesej dakwah adalah menerusi portal internet. Pertambahan bilangan penyedia kandungan bahan agama di laman sosial dan aplikasi telefon pintar kian bertambah. Kemungkinan wujud permintaan yang tinggi bagi bahan tersebut telah menyebabkan pertambahan kapasiti kandungan bahan agama di internet.

Terdapat pelbagai jenis kandungan bahan agama yakni dakwah yang seringkali disebarkan menerusi internet. Antaranya termasuklah potongan ayat Al Quran, hadis, kata-kata hikmah, seerah nabawiyah dan seumpamanya. Penggunaan laman sosial kian ketara sejak beberapa tahun kebelakangan ini memperlihatkan komposisi pengguna yang pelbagai merentasi usia, jenis pekerjaan, jantina dan ideologi politik. Isi kandungan laman sosial juga mempunyai perbezaan dan persamaan dari segi topik tetapi agak keterlaluan dari segi tujuan.

Reaksi dan Proksi Dakwah di Internet

Hebahan bahan agama di internet hari ini direalisasikan secara serius oleh para pengguna laman sosial dan aplikasi telefon pintar itu sendiri. Sejak tahun 2004, kajian tekno-da'ie, mesej kenabian, dakwah di internet dan nilai keagamaan di laman sosial mengambil tempat di satu sudut perbincangan tentang wacana sosial dan kepentingannya terhadap masyarakat. Para pengkaji memberikan nilai tertentu kepada aktiviti dakwah sebegini atas beberapa sebab antaranya, a. dakwah menggunakan media baharu adalah satu pendekatan up-to-date dan ia seiring dengan keperluan meningkatkan kesedaran masyarakat terhadap pentingnya kembali kepada ajaran Islam; b. mesej dakwah lebih mudah disampaikan malah lebih meluas dari sudut capaian audiennya; c. penggunaan multimedia menghasilkan mesej yang lebih menarik, mudah difahami dan bersifat santai, dan; d. pendakwah boleh mengaktifkan kerja-kerja dakwah menggunakan *tablet*, telefon pintar atau komputer peribadi tanpa perlu berada dekat dengan sasaran dakwahnya.

Masyarakat memberikan reaksi yang pelbagai terhadap mesej dan teknik dakwah menerusi laman sosial. Walau bagaimanapun, maklumbalas yang diberikan lebih banyak menyokong usaha murni ini berbanding membantah atau menolaknya. Ini yang demikian kerana sebahagian besar masyarakat Islam di negara ini begitu memerlukan maklumat dakwah secara komprehensif dan disampaikan melalui pelbagai jenis media.

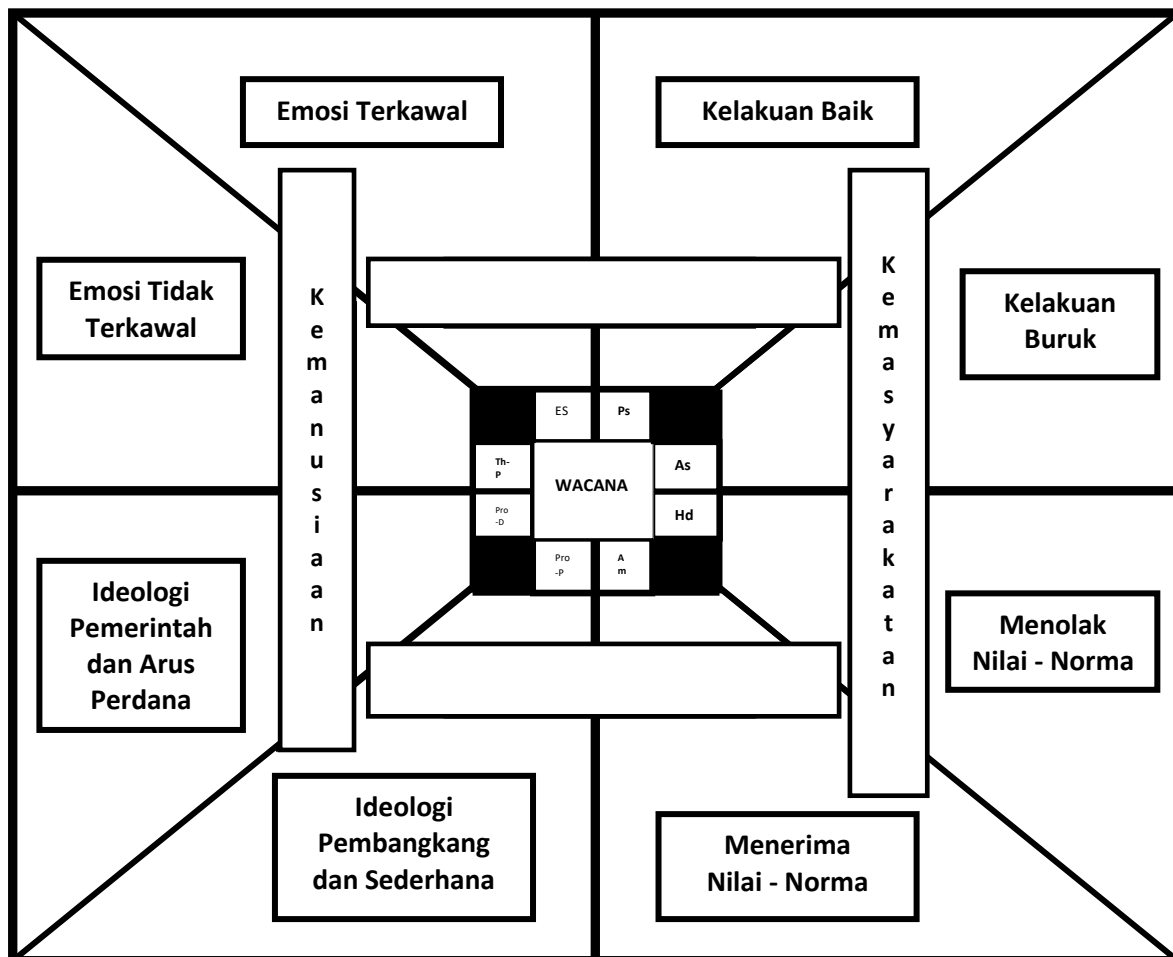
Justeru, laman sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram berperanan sebagai proksi kepada aktiviti dakwah dan ia kian menunjukkan kesan. Pendakwah atau da'ie di internet mempunyai pengaruh tersendiri untuk mencapai matlamat sebagai proksi dakwah menerusi penyertaan ahli-ahli '*group page*' itu sendiri.

Model Tetingkap EKNI (TtEKNI) dan audien dakwah

Khalayak pembaca dan pendengar laman sosial berteraskan dakwah adalah masyarakat Islam secara khusus dan masyarakat di negara ini secara am. Sesiapa sahaja boleh mengakses bahan, membuat carian nama dan memulakan komen di ruangan komentar di setiap laman kumpulan berkenaan.

Secara mikro, TtEKNI (Rajah 1) dapat menceritakan bagaimana setiap bingkai pendapat yang terhasil daripada wacana di laman sosial. Terdapat empat orientasi pembentukan pendapat iaitu orientasi emosi, kelakuan, nilai-norma dan ideologi. Keempat-empat orientasi pembentukan pendapat ini berpusat kepada kandungan status yang dimuatnaik oleh pemilik 'group page' Islamik. Pemilik 'group page' Islamik mengesyorkan topik tertentu untuk dikongsi. Kebanyakan Pemilik 'group page' mengalu-alukan para pengunjung untuk memberikan pandangan tanpa meletakkan batas nilai dan norma (tuntutan agama). Tindakan pemilik 'group page' Islamik ini menjelaskan sifat terbuka beliau terhadap pandangan para peserta wacana.

Rajah 1: Model Tetingkap EKNI (TtEKNI) (Syahrudin, 2015)



*EKNI adalah singkatan untuk *Emosi, Kelakuan, Nilai-Norma* dan *Ideologi*

Petunjuk Model TtEKNI:

Terdapat LAPAN (8) kunci (tetingkap kecil yang terletak di tengah-tengah empat tingkap besar) bagi tetingkap EKNI yang menjadi teras kepada proses mbingkai pendapat menerusi wacana di laman blog. Kelapan-lapan kunci ini terletak dalam kotak kecil di tengah-tengah tingkap besar. Empat tingkap besar ini pula berfungsi sebagai perlambangan wujudnya hubungan *blogger* dan peserta wacana. Butiran terperinci berkaitan kandungan tetingkap EKNI adalah seperti berikut,

- a) **'TH – P'** : Tidak peka dan hormat kepada hak orang lain
- b) **'EM'** : Empati dan Simpati (keupayaan menyelami emosi dan kondisi pihak lain)
- c) **'Ps'** : Penggerak Sosial (pemimpin pendapat)
- d) **'As'** : Anti-sosial (sub-budaya)
- e) **'Hd'** : Hedoni (kontra nilai agama serta moral; menongkah norma masyarakat)
- f) **'Am'** : Agama dan moral (nilai yang dipersetujui sebagai pegangan hidup)
- g) **'Pro-P'** : Pro-pembangkang (Anarki (Kickdefella), Reformis (Penarik Beca) dan *Marxist* (Rockys' Bru))
- h) **'Pro-D'** : Pro-demokrasi (arus perdana)
- i) Garisan sempadan segitiga yang membahagikan setiap tetingkap besar melambangkan proses menghubungkan bingkai pendapat menggunakan struktur wacana yang betul.
- j) Unsur psikologi adalah sebab kepada wujudnya prinsip kemanusiaan, manakala, demokrasi pula menjadi tunjang kepada tatasusila kemasyarakatan
- k) Elemen Ideologi dan nilai-norma masyarakat wujud dalam wacana demokrasi (saling bertindan dengan wacana psikologi)
- l) Elemen emosi dan kelakuan manusia yang berwacana wujud dalam wacana psikologi (saling bertindan dengan wacana demokrasi)

Aspek kemanusiaan dan kemasyarakatan telah berjaya menarik minat insani dalam kalangan peserta wacana untuk mewacanakan isu di '*group page*' Islamik yang berkenaan. Pemilik '*group page*' Islamik dan peserta-peserta wacana memanipulasikan aspek psikologi dan sosiologi ini secara optimum bukan setakat untuk meraih sokongan daripada peserta wacana lain tetapi juga untuk membidas pihak pemerintah. Ketiga-tiga pemilik '*group page*' Islamik yang dikaji mengetengahkan isu yang meletakkan pihak pemerintah untuk dinilai oleh ahli-ahli masyarakat. Faktor tugas dan tanggungjawab kerajaan menjadi intipati perbahasan dalam kalangan peserta wacana untuk mempersoalkan tahap keseriusan pihak kerajaan melaksanakan dasar awam kepada rakyat.

Aspek ideologi pula berperanan sebagai elemen pembimbing sesama peserta wacana untuk mengembangkan fahaman politik masing-masing. Ideologi politik pro-pemerintah dan pro-pembangkang di negara ini seringkali menjadi asas kepada percakapan dan penulisan seseorang. Rakyat negara ini memberikan pandangan berlandaskan kepercayaan politik masing-masing. Peserta wacana menzahirkan persepsi mereka terhadap kerajaan melalui pendapat mereka terhadap isu yang dibahaskan di laman sosial. Namun, untuk kes '*group page*' Islamik laman blog, tiada penghasilan pendapat yang bertunjangkan fahaman politik yang dapat dikaitkan dengan bahan berteraskan Islamik.

Secara keseluruhan, Model TtEKNI (Syahrudin, 2015) berupaya menggambarkan penggunaan nada atau ton yang relatif dalam kalangan pengunjung '*group page*' berkenaan sebagai rakan sosial sesama mereka di alam maya membolehkan diskusi sihat untuk

mencari jalan penyelesaian ke atas satu-satu isu yang dihadapi oleh ahli-ahli masyarakat. Sungguhpun begitu, maklumat yang berteraskan minat insani seharusnya menjadi tunjang yang membina asas pembentukan kumpulan diskusi sedemikian. Ini kerana manusia memiliki sifat ingin tahu, emosi, pengalaman yang '*proximid*' (dekat dengan diri sendiri) kepada persekitaran, kepercayaan (agama), budaya dan ideologi. Semua ini menjadi sebab yang kuat yang mewujudkan momentum yang akhirnya mengembangkan aktiviti wacana di laman blog. Dalam masa yang sama, para peserta wacana sepatutnya sentiasa mengutamakan proses berfikir tatkala berhadapan dengan apa-apa persoalan, dakwaan, perbahasan, makluman atau apa sahaja rangsangan yang didorong oleh bahan yang dikongsi dalam diskusi. Walau bagaimanapun, corak maklumbalas baik dalam nada marah atau gembira lazimnya dikaitkan dengan personaliti seseorang.

Dari satu sudut, proses berkongsi maklumat di '*group page*' Islamik menggalakkan proses mengembangkan rangkaian yang secara langsung membina kumpulan diskusi secara berstruktur. Proses berkongsi maklumat rangkaian pula menyebabkan pengguna-pengguna portal sosial mendapat gambaran tentang satu-satu isu dari pelbagai dimensi pandangan.

Justeru, pengguna internet secara umum adalah bebas untuk memilih mana-mana maklumat yang sesuai dimanfaatkan. Namun, pertimbangan wajar perlu dilakukan ke atas maklumat yang mempunyai status maklumat yang diragui kesahihannya. Di sinilah letaknya kematangan seseorang tatkala berhadapan dengan genre maklumat yang bermacam ragam di mana meskipun wujud unsur sensasi dalam bahan yang dikongsi ia sepatutnya tidak menjadi sebab bagi seseorang itu untuk menerimanya bulat-bulat.

Aspek Emosi (E), Kelakuan (K) dan Nilais erta Norma (N) dalam mesej '*group page*' berorientasikan Islam dan Jihad

Kemunculan '*group page*' yang menjadikan Islam sebagai landasan memperjuangkan syiar Islam membentuk satu lanskap baru dalam persekitaran media sosial di negara ini. Pemilik-pemilik '*group page*' Islamik di laman sosial seperti facebook banyak menyumbang kepada usaha perkongsian bahan-bahan ilmu berkaitan tauhid, fiqh, al quran dan hadis. Kandungan bahan daripada sumber-sumber sebegini lazimnya menarik minat ramai pengunjung facebook yang bukan setakat memberikan maklumbalas positif (menyokong) kandungan bahan sedemikian malah turut menyebarkan bahan tersebut kepada rakan-rakan yang lain.

Terdapat sebilangan '*group page*' Islamik yang aktif dengan tujuan dan kandungan bahan yang pelbagai di Facebook. Ia wujud sebagai platform berkumpul dan memberikan hujah tentang satu-satu isu berkaitan Islam. Setiap satu '*group page*' memberikan mesej dalam genre dan tujuan yang tersendiri terhadap peribadi dan perwatakan seseorang penganut Islam di negara ini. Oleh itu, empat kategori kandungan mesej '*group page*' yang menyentuh soal emosi (E), kelakuan (K) dan nilai serta norma (N) antaranya termasuklah, a. maklumat pendidikan dan kaunseling Islam seperti Majlis Dakwah dan Kebajikan GAMIS Hidayah Centre Sabah, Kumpulan Doa-Doa Islam Sehari-Hari, DA'IE Remaja, Majalah Al-Ustaz, Sahabat YADIM, TVAIHijrah, ABIM, Usrah Muslimah, Sampaikan Nasihat Tanpa Debat, Usrah Terapi Jiwa Muslim, MAPIM : *Malaysian Consultative Council for Islamic Organization*, dan Wacana Sejarah Islam Borneo –WADAH; b. maklumat perjuangan memerangi Zionis di Palestin, Syria dan seluruh dunia seperti Viva Palestina Malaysia, Aqsa Sharif, Ya Allah Selamatkanlah Islam, dan Syria Care: Pertubuhan Penyayang Islam

Membantu Syria,; c. maklumat soal jawab agama berkaitan hukum seperti Klip Soal Jawab Agama Ustaz Azhar Idrus @UstazYouTube, Ustaz Azhar Idrus (Original), DrMAZA.com, Ustaz Don Daniyal (Original), Ustaz Abdullah Khairi, Sekretariat Talaqqi Kitab Turath, Usrah "Terapi Jiwa Muslim" dan Zaharuddin.net dan; d. maklumat tentang hadis dan ayat Al Quran seperti Video Sunnah, Majlis Ta'lim Darul Murtadza Pencinta Rasulullah (saw), Himpunan Hadis Sahih Muslim, Himpunan Hadis Rasulullah S.A.W., We Love Al-Quran, Himpunan Hadis Nabi S.A.W, dan Himpunan Hadis Bimbingan.

Setiap ahli masyarakat khususnya mereka yang beragama Islam menjadikan 'group page' Islamik sebagai platform rujukan bahan berkaitan hukum, tauhid dan pengajaran yang dipetik terus dari sumber Al Quran dan Hadis. Kemunculan 'group page' Islamik di Facebook tumbuh bak cendawan selepas hujan. Terdapat kemungkinan 'group page' sebegini wujud atas sebab dorongan 'group page' serupa. Keinginan pemilik 'group page' Islamik untuk tampil sebagai penyedia wadah dakwah tidak dinafikan lantaran permintaan bagi kandungan 'group page' sedemikian yang begitu menggalakkan.

Contoh-contoh perbincangan di 'group page' Islamik dan analisis menggunakan model Tetingkap EKNI.

- a. **Maklumat pendidikan dan kaunseling Islam menerusi penggunaan grafik dalam menyampaikan mesej dakwah**

a.1 Poster dakwah mengandungi petikan

hadis



Sumber: "Majlis Dakwah dan Kebajikan GAMIS"

Pendidikan kaunseling menerusi penggunaan grafik dapat memberi impak kepada aspek Norma dan Nilai (N). 'Group page' Majlis Dakwah dan Kebajikan GAMIS mempamerkan

grafik dalam bentuk poster yang mengandungi mesej dakwah secara santai, menarik tetapi bermaklumat. Penampilan mesej 'peringatan (pesanan)' dan 'galakan' untuk berbuat baik seperti yang dianjurkan dalam Hadis Rasulullah saw secara bersahaja tetapi kemas dan menarik sudah tentu dapat menarik minat pengunjung 'group page' untuk memahami kandungan maklumat di dalamnya.

a.1 Poster dakwah memaparkan kata-kata pesanan dan ajakan



Sumber: "DA'IE Remaja"

'Trend' terkini dakwah di laman sosial cenderung menggunakan mod grafik sebagai satu pendekatan untuk menggigit perhatian pengunjung 'group page.' Pendekatan sebegini berupaya memberi impak kepada aspek emosi (E) jika unsur-unsur seni dan prinsip seni reka diaplikasikan dengan betul. Mesej yang disampaikan secara luar biasa melalui rekabentuk gambar serta ilustrasi yang disertakan dengan warna dan 'font' yang menarik sudah tentu dapat memberi kesan yang mendalam dan berkekalan kepada emosi seseorang. Elemen lelucon dan satira boleh diterapkan sebagai sebahagian daripada mesej dakwah dalam bentuk grafik.

b. Maklumat perjuangan memerangi Zionis di Palestin, Syria dan seluruh dunia melalui Komen balas peserta perbincangan (wacana) terhadap[status di 'group page'

b.1 "...Setiap hari revolusi Syria semakin mantap dan kukuh dan semakin menghampiri kejayaan mengulingkan Al Assad. Hari tersebut akan tiba kelak insyaAllah."**(Status di 'group page')**

Khairul Abu Ibrahim :
"Allahuakbar...Allahuakbar...Allahuakbar...Ya Allah Kau berikan Kekuatan dan Pelindungan kepada rakyat Syria,sebak hati kami melihat apatah lagi merasakan anak2 Syiria yang sebaya anak2 kami menanggung kesakitan Kau berikanlah sebaik2 pelindungan kepada mereka Ya Allah...Aaminnn..."**(Komentar peserta wacana)"**

Sumber: "Syria Care: Pertubuhan Penyayang Islam Membantu Syria"

Kaedah perbincangan dalam 'group page' Syria Care menyentuh soal emosi (E) dan K (Kelakuan) positif serta negatif terhadap isu pelarian Syria, kekejaman rejim Assad dan situasi getir di negara tersebut. Komen-komen peserta wacana secara emosional membenci tindakan rejim berkenaan yang kebanyakannya menggesa agar sesuatu dilakukan bagi menamatkan penderitaan warga Syria di sana. Kebanyakan komentar yang diajukan bagi mengupas status di 'group page' 'Syria Care' dan 'group page' yang serupa, menggesa agar tindakan agresif diambil bagi menangani pergolakan di negara berkenaan. Aspek emosi dan kelakuan seringkali diungkapkan sebagai natijah kepada peristiwa peperangan di negara tersebut. Semua pihak sepakat mengatakan bahawa nasib jutaan warga Syria bergantung kepada masyarakat Islam di seluruh dunia baik dalam konteks bantuan kemanusiaan, mahu pun dari sudut sokongan moral bagi menamatkan penderitaan mereka akibat perang yang sudah berlanjutan lebih tiga tahun itu.

b.2 *"...JUTAAN TERIMA KASIH kami ucapkan kepada para penyumbang yang istiqamah menyumbang dan memberi kepercayaan kepada kami untuk menyalurkan sumbangan kepada saudara-saudara kita di Palestin.*

Kami persembahkan pengagihan Projek Ramadhan 1437H di bumi al-Quds. Figur-figur yang terkenal di Palestin turut mengucapkan penghargaan kepada rakyat Malaysia yang sentiasa istiqamah menyumbang melalui MyCARE.

Antara projek-projek yang berjaya dilaksanakan ialah:

- 1. Projek Iftar di Masjid al-Aqsa*
- 2. Projek pengedaran Pek Makanan di Gaza*
- 3. Majlis Iftar Bersama 500 orang Guru Miskin*
- 4. Majlis Iftar bersama 500 orang Doktor*
- 5. Projek Dapur Al Eman*
- 6. Majlis Anugerah Generasi al-Quran Cemerlang*
- 7. 10,000 Pek Makanan kepada Keluarga Miskin*
- 8. Majlis Iftar bersama Orang Kelainan Upaya (OKU)*
- 9. Majlis Meraikan Kanak-Kanak Mangsa Perang*

Kesemua maklumat lanjut mengenai projek-projek di atas boleh di dapati di album kami:

[https://www.facebook.com/aqsa.syarif/photos/?tab=albums...](https://www.facebook.com/aqsa.syarif/photos/?tab=albums)

Sumber: "Aqsa Sharif"

Aqsa Sharif adalah sebuah organisasi bukan berkepentingan yang menjadi *'hub'* kepada usaha menghimpunkan dana serta bantuan material untuk disalurkan ke Palestin dan kini ke Iraq. Banyak maklumat yang dikongsi di *'group page'* adalah berteraskan gerakerja kebajikan dan kemasyarakatan di peringkat antarabangsa di samping usaha dakwah menerusi mesej peringatan tentang pentingnya membantu saudara sesama Islam di seluruh dunia. Inisiatif sebegini dapat memberi kesan kepada aspek kelakuan (K) dan norma dan nilai (N). Mesej utama dakwah berpandukan isu serantau dan global menerusi Aqsa Sharif ini adalah *'persaudaraan Islam'* secara rentas sempadan. Simpati dan empati diraih untuk membantu golongan yang tidak bernasib baik termasuk pelarian dan mangsa perang di sesebuah negara yang bergolak.

c. Maklumat soal jawab agama berkaitan hukum melalui penggunaan 'link' blog untuk menjelaskan isu dalam kalangan masyarakat Islam

c.1. "...Hukum Mencukur Bulu Kening

Syara' telah menjelaskan bahawa adalah haram bagi seseorang perempuan mencukur bulu keningnya kerana ianya bererti merubah ciptaan Allah. Mengubah ciptaan Allah ini adalah dilarang keras di dalam Al-Quran. Perbuatan ini juga menyerupai masyarakat yang bukan Islam, sedangkan Islam mempunyai identiti yang tersendiri dalam soal perhiasan..."

Sumber: "Islamituindah.my
(<http://dirikhalifah.blogspot.my/2016/08/hukum-mencukur-bulu-kening.html>)"

'Group page' Islamituindah.my kerap kali menggunakan 'hiperangkai' laman sesawang dan laman blog untuk mengetengahkan maklumat berkaitan hukum. Penjelasan panjang lebar dalam kandungan penulisan di laman sesawang dan laman blog berorientasikan hukum fiqh berupaya memberi impak kepada emosi (E), kelakuan (K) serta nilai dan norma (N) dalam model Tetingkap EKNI. Antara matlamat dakwah dalam Islam adalah pembentukan sahsiah diri dan pergaulan dalam masyarakat. Justeru, sebarang perkongsian mesej dakwah dalam 'group page' seharusnya memberi kesan kepada kedua-dua matlamat tersebut. Bimbingan yang diketengahkan dalam mesej dakwah berkaitan hukum-hakam seringkali juga berkaitan dengan isu-isu semasa yang berlaku dalam kehidupan seharian seseorang muslim itu sendiri.

c.2. "...Share. Insyaallah lebih ramai yang akan mendoakan ibu-bapanya.

Jom like Kuharians..."



Sumber: "Ustaz Abdullah Khairi"

'Group page' Ustaz Abdullah Khairi pula menggunakan 'hiperangkai' aplikasi 'instagram' untuk menghebahkan mesej dakwah. Pendekatan secara bersepadu dai satu aplikasi laman sosial ke satu aplikasi laman sosial yang lain sebegini berpotensi mempengaruhi audien yang lebih ramai dari sudut emosi (E), kelakuan (K) serta nilai dan norma (N) seperti yang dinyatakan dalam model Tetingkap EKNI. Paparan gambarajah, ilustrasi, foto dan animasi seperti dalam contoh di atas sudah tentu memberi impak kepada ketiga-tiga aspek emosi, kelakuan dan norma serta nilai seseorang apatah lagi mesej yang disampaikan begitu dekat dengan kehidupan khalayak sasar dakwah itu sendiri. Aspek kekeluargaan, kemasyarakatan dan kemanusiaan seringkali digunakan sebagai dasar atau teras perbincangan isu berkaitan manusia dan kehidupannya.

d. Maklumat tentang Hadis dan ayat Al Quran

d.1. HUKUM APRIL FOOL: HARAM HUKUMNYA

Dalil-dalilnya :

Meniru budaya kafir

من تشبه ب قوم فهو منهم

Sesiapa yang meniru budaya satu kaum dia tergolong dari golongan mereka

(Hadis sahih Riwayat Abu Daud)

Jangan mengambil barang orang walaupun melawak

لا يَأْخُذُ عَصَى أَحَدِكُمْ أَخِيهِ جَادًا لَاعِبًا

Janganlah seseorang itu mengambil barang orang dengan serius atau main-main.

(Hadis Riwayat at-Tirmizi)

Sumber: "Himpunan Hadis Rasulullah SAW"

Maklumat dalam Al Quran dan Hadis dikupas selari dengan keperluan untuk menghuraikan isu-isu semasa yang dihadapi oleh ahli masyarakat. Aspek emosi (E), kelakuan (K) dan nilai serta norma (N) diiberikan perhatian untuk diubah atau ditambahbaik setiap kali mesej dakwah menggunakan nas serta dalil digunakan. Sebagai umat Islam, ahli-ahli masyarakat yang memahami kandungan ayat suci Al Quran dan Hadis sudah tentu menaakul kandungan kedua-dua sumber rujukan Islam itu dengan mata hati dan fikirannya. Perincian maksud serta kedalaman makna suruhan serta larangan dalam ayat suci Al

Quran misalnya, memberikan gambaran tentang sebab dan akibat perbuatan seseorang penganut Islam di dunia ini.

d.2. "...CARA NAK TINGGALKAN IKHTILAT DAN CINTA SEBELUM NIKAH

1) Faham apakah hukum ikhtilat serta asas-asanya, dan cinta sebelum nikah.

Ini tips pertama yang saya letak. Sebab, ramai orang ikhtilat dan sibuk bercintan-cintun, crush sini sana, sembang dengan berlainan jantina tanpa rasa bersalah atas alasan "takde syahwat" kononnya, dan lain-lain, tanpa rasa BERSALAH LANGSUNG!! Kenapa? Sebab, ramai yang tak tahu pun benda tu salah! Bila tak tahu benda tu salah, bila tak faham, maka benda yang salah mereka anggap tak salah, bila tegur, marah, mengamuk, kutuk dan sebagainya..."

Sumber: "We Love Al Quran

(<http://www.tarbiahsentap.com/2014/08/cara-nak-tinggalkan-couple-crush-dan.html?m=1>)"

Penggunaan 'hiperangkai' oleh pengendali (*admin*) sesebuah 'group page' adalah lumrah apatah lagi jika bahan yang ingin dikongsikan itu wujud dalam bentuk artikel atau bahan bertulis yang dihuraikan secara panjang lebar berpandukan Al Quran dan Hadis. Pendekatan memuatnaik 'hiperangkai' bukan sahaja dapat memberi panduan kepada para pengunjung 'group page' tentang laman sesawang atau laman blog tertentu yang berorientasikan Islam dan dakwah. Kaedah sebegini tentunya berperanan besar dalam menggerakkan tindakan seseorang dan ia jelas memberi kesan kepada kelakuan (K) dan norma serta nilai (N). Kelakuan atau perilaku seseorang dapat dibentuk sekiranya mesej yang diperoleh daripada bahan bertulis benar-benar dapat dihayati. Demikianlah juga dengan unsur-unsur norma serta nilai yang secara tidak langsung membimbing seseorang untuk menghitung yakni muhasabbah dirinya sendiri terhadap apa yang dilaluinya selama ini.

Strategi dan taktik dakwah

Tunjuk ajar adalah antara perkara yang paling signifikan dalam aktiviti perkongsian maklumat dalam kalangan pentadbir kumpulan berkepentingan di laman sosial. Tujuan sebilangan besar ahli sesebuah kumpulan di laman sosial mengetengahkan bahan berupa nasihat dan peringatan adalah khusus iaitu untuk menarik perhatian golongan muda khususnya dan masyarakat secara umum agar kembali kepada Islam. Sebilangan pengunjung

laman sosial turut menunjukkan keprihatinan mereka untuk membetulkan mana-mana kandungan mesej yang menggunakan rujukan ayat Al-Quran dan Hadis dengan maksud memastikan mana-mana bahan yang dikongsi tidak mengandungi apa-apa kesalahan. Walau bagaimanapun, hanya tiga daripada empat (4) aspek dalam Model TtEKNI (Syahrudin, 2015) iaitu emosi (E), kelakuan (K), nilai dan norma (N) sahaja yang begitu menonjol dan meluas diserapkan sebagai matlamat dan kesan mesej dakwah dalam '*group page*' Islamik di negara ini. Aspek 'ideologi' (I) tidak begitu kelihatan dan ia memberi gambaran bahawa masyarakat Islam di negara ini umumnya membincangkan isu-isu agama dan keagamaan secara tuntas dan dalam masa yang sama menghindarkan kandungan perbincangan tersebut daripada dicampur adukkan dengan elemen politik.

Perkongsian maklumat teks

Maklumat dalam bentuk teks merangkumi bahan yang ditulis menggunakan huruf roman dan Arab. Kebanyakan bahan sebegini dipersembahkan secara ringkas dan padat bagi maklumat yang berkaitan peringatan untuk melakukan ibadat khusus seperti solat, puasa, zakat dan haji. Manakala, penulisan secara panjang lebar lebih berupa maklumat berkaitan sirah nabi, cerita yang mengandungi elemen nilai dan pengajaran serta kupasan tentang hukum dalam konteks feqah dan masyarakat sebagaimana yang ditekengahkan melalui '*group page*' "Majlis Dakwah dan Kebajikan GAMIS" dan "We Love Al Quran." Kebanyakan bahan teks yang dikongsi dipetik daripada bahan sedia ada seperti buku (termasuk e-book), majalah, akhbar, makalah dan kitab. Bahan-bahan teks ini sama ada dimuat naik secara terus menggunakan genre fotografi atau bahan serupa dalam bentuk salinan digital.

Penataan subjek multimedia dan grafik

Penyebaran bahan multimedia dan grafik mencerminkan daya usaha yang serius pemilik '*group page*' untuk mempersembahkan maklumat secara lebih realistik. Penggunaan teknik montaj, lagu dan petikan kata-kata tokoh. Sebilangan besar bahan multimedia dan grafik yang dimuatnaik ke dalam '*group page*' adalah bersifat boleh digunakan terus (*ready to use*) sebagai bahan yang dipaparkan dalam bentuk poster digital, sisipan dalam teks, ilustrasi dan gambarfoto. Ini jelas menerusi paparan mesej dakwah di dalam '*group page*' Majlis Dakwah dan Kebajikan GAMIS, DA'IE Remaja, Ustaz Abdullah Khairi.

Sebilangan bahan grafik yang dimuatnaik ini juga boleh didapati dalam bentuk JPEG, TIF dan *Powerpoint*. Ketekunan individu atau kumpulan tertentu yang mengambil inisiatif menghasilkan bahan sedemikian begitu ketara apabila didapati kebanyakan '*group page*' menggunakan bahan dalam format yang pelbagai menggunakan tema, warna, rekabentuk dan penataan subjek dari dimensi yang pelbagai.

Nilai kandungan bahan dakwah kepada khalayak

Dalam konteks penulisan kritikan berkaitan isu dalam masyarakat dan kemasyarakatan, Kahn dan Kellner (2005) serta Connors (2005) sependapat mengatakan bahawa maklumat strategik berkaitan kemasyarakatan dan kemanusiaan (dalam konteks kertas kerja ini maklumat 'dakwah'), boleh memberikan gambaran tentang kredibiliti pihak penyedia bahan dan pihak yang berbahas mengenai isu berkaitan dengan masyarakat berkenaan.

Castells dan Cardoso (2005) menegaskan bahawa maklumat dalam sesebuah masyarakat hari ini kian bertambah penting sebagai komponen dalam pembangunan sesebuah masyarakat apatah lagi jika maklumat tersebut bersifat strategik dan signifikan dalam mengukuhkan hubungan antara ahli-ahlinya. Di Malaysia, kebanyakan perbincangan <http://jkob.cseap.edu.my/index.php/journal/full/edisi-khas-2-4.pdf>

berkaitan masyarakat baik yang diutarakan secara terbuka atau dalam komuniti tertentu memfokus kepada isu moral dan sivik.

Sungguhpun begitu, dengan berpandukan aspek emosi (E), kelakuan (K) dan nilai serta norma (N), perbincangan isu berkaitan dakwah dan jihad dalam kalangan masyarakat Islam seharusnya ditampilkan menerusi empat skop penilaian berikut,

- a) Menitikberatkan nilai agama, moral, norma masyarakat dan adil yakni mempertimbangkan kepentingan semua pihak termasuk agensi kerajaan yang dikritik;
- b) Diketengahkan di atas landasan agama dan moral dan bukan bermatlamat untuk memecahbelahkan masyarakat, menimbulkan fitnah terhadap pihak berkuasa dan menjatuhkan maruah mana-mana pihak. Sungguhpun begitu, Postill (2010) percaya bahawa tidak semua wacana di '*group page*' Islamik bersifat menuduh atau meletakkan kesalahan di bahu pihak tertentu sebaliknya pandangan yang mengkritik di '*group page*' Islamik berupaya menghasilkan maklumat yang boleh dikongsi oleh sesiapa juga dalam kalangan masyarakat Islam itu sendiri sepertimana yang diajukan menerusi '*group page*' "We Love Al Quran" dan "Himpunan Hadis Rasulullah SAW."
- c) Perbincangan berteraskan dakwah dan jihad di '*group page*' bermatlamat untuk membaikpulih dan bukan membinasakan; dan,
- d) Dakwah dan jihad mestilah istiqamah yakni dilakukan secara berterusan dengan maksud mengekalkan perkongsian maklumat (ilmu) dan dalam masa yang sama memantau agar masyarakat ambil peduli dengan cara memberikan maklumbalas yang positif.

Justeru, keempat-empat skop penilaian isu berkaitan gelagat masyarakat Islam ini boleh diterjemahkan ke dalam enam langkah menyebarkan maklumat dakwah dan jihat secara sistematik iaitu,

- i. mempraktikkan amalan komunikasi asertif untuk memahami isu berkaitan masyarakat Islam (murtad, hudud, gejala sosial ('hedoni') dan seumpamanya);
- ii. mencerakinkan (analisis) isu dari sudut punca isu, pihak yang terlibat dalam isu, tahap keseriusan isu (halatujju) dan kaitan isu dengan isu-isu lain (kompleksiti);
- iii. mentafsirkan isu secara makro terutama kepentingan isu masyarakat Islam kepada masyarakat umum di Malaysia agar pembinaan rekabentuk pelan penyelesaian isu dilakukan atas dasar keadilan, ketelusan dan kecekapan dari sudut kos dan kecapaian khalayak;
- iv. mengenalpasti sumber dan protokol yang sesuai sebagai syor dalam memastikan pelan penyelesaian isu adalah bersifat realistik dan bukan retorik (cadangan kepada institusi agama dan badan-badan dakwah di negara ini);
- v. menguatkuasakan protokol penyelesaian isu; dan,
- vi. membuat penilaian pasca pelaksanaan protokol penyelesaian isu demi memastikan sebarang kelemahan dapat diatasi jika isu yang serupa timbul pada masa hadapan dan pelan yang sama digunakan untuk menangannya.

Secara keseluruhan, pendapat yang terhasil daripada wacana Islamik sebenarnya wujud dalam bentuk dan tujuan pendapat tersebut mengikut kaedah ia disampaikan menggunakan maklumat tertentu dan oleh individu yang mengutarakan pendapat tersebut. Perkembangan budaya baharu dan kelompok masyarakat boleh dikenalpasti mengikut demografik tertentu. Fenomena dakwah di internet dapat diperhatikan menerusi trend perkongsian maklumat dakwah oleh seseorang dalam bentuk teks, ilustrasi, grafik, gambar dan multimedia kepada rakan-rakan. Walau bagaimanapun, jangkauan ke atas struktur

masyarakat dan cara masyarakat berfikir bukanlah suatu usaha yang mudah kerana perkembangan teknologi komunikasi dan maklumat masih dalam proses perkembangan yang pesat baik dari sudut perkakasan mahu pun perisian.

Dakwah di 'group page' Islamik dalam konteks Malaysia.

Pembentukan minda masyarakat Islam di negara ini menerusi dakwah di laman sosial khususnya dan melalui pendekatan konvensional amnya dilihat begitu matang serta kritis. Kenyataan ini dapat difahami melalui empat atribut berikut,

7.1 Dakwah biasa kepada dakwah luar biasa

Diskusi dan debat yang berlangsung di suatu tempat terpencil yang hanya dihadiri sebilangan ahli komuniti dan terhad pula kepada perbincangan topik setempat kini boleh didengari dan dirasai semangatnya di seluruh negara. Wacana biasa bermaksud aktiviti yang merupakan budaya ahli masyarakat di satu-satu tempat kini bukan lagi biasa tatkala isu setempat menjadi bualan dan kritikan masyarakat di luar daerah di mana isu tersebut dibincangkan. Cara sesebuah komuniti mengambil pendekatan menyelesaikan masalah, jenis masalah dan kosmos kehidupan masyarakat berlegar bukan lagi dalam persekitaran sesebuah masyarakat tetapi dikongsi oleh masyarakat lain.

7.2 Pendapat Islamik bersifat rentas sempadan masa, tempat dan pemikiran

Pandangan individu dan kumpulan dalam masyarakat kini tidak tertakluk kepada tempoh masa dan tempat yang terbatas. Setiap pendapat yang diutarakan di internet mempunyai peluang untuk diakses dari pelbagai tempat pada satu-satu masa. Situasi ini menyebabkan satu-satu set pemikiran yang dikongsi oleh satu masyarakat di tempat yang terpencil turut boleh dibaca dan didengar oleh komuniti lain di tempat lain yang berjauhan dengan tempat tersebut.

Ahli-ahli komuniti yang terlibat dalam diskusi juga muncul dari latarbelakang pengalaman, pendidikan dan pandang dunia yang berbeza. Ini menyebabkan timbulnya variasi pandangan yang boleh ditinjau dari sudut corak dan aliran pendapat terhadap satu-satu isu. Kenyataan ini menjelaskan bagaimana wujud 'group page' Islamik yang dibangunkan oleh warga Malaysia terhadap isu atau peristiwa membabitkan masyarakat Islam di negara lain seperti 'Syria Care,' 'Aman Palestin,' 'Save Gaza,' 'Aqsa Sharif,' dan sebagainya.

7.3 Pertembungan ajaran Islam dan teknologi

Proses 'percantuman' lebih tepat untuk menggambarkan situasi penggunaan teknologi media khusus untuk menghidupkan budaya musyawarah dalam kalangan masyarakat. Budaya masyarakat Malaysia yang gemar berhimpun dan berdialog untuk menyelesaikan isu yang berlegar-legar dalam kehidupan mereka kini dapat dilakukan secara maya. Perhimpunan yang dianjurkan oleh blogger atau pemilik akaun laman sosial seperti *Facebook* dan *Google Hangouts* mengubah landskap perhimpunan tradisi kepada perhimpunan secara atas talian di mana topik perbincangan masih kekal sama seperti perhimpunan tradisi tetapi ruang lingkup

idea yang dilahirkan daripada perhimpunan sedemikian lebih meluas kerana pandangan yang dikongsi adalah datang dari sumber yang berada di luar komuniti tersebut.

7.4 Nilai pendapat kepada isu berkaitan agama

Pendapat yang dikemukakan sebilangan peserta diskusi atau wacana berteraskan Islam ditampilkan dalam bentuk dan tujuan yang tertentu. Namun, kandungan pendapat tersebut mencerminkan sikap dan pendirian seseorang terhadap isu yang diwacanakan. Kedua-dua aspek sikap dan pendirian ini berkisar dalam konteks emosi (E), kelakuan (K) dan nilai serta norma (N) seseorang dan sesebuah masyarakat itu sendiri. Keseriusan seseorang untuk memberikan pendapat bagi menyelesaikan masalah adalah gambaran sikap individu berkenaan terhadap isu. Demikianlah juga dengan pendirian beliau yang boleh dikesan melalui teks wacana yang ditulis dan dimuatnaik di ruangan komentar dalam laman sosial atau forum.

Kedua-dua elemen sikap dan pendirian ini dianggap bernilai jika wujud inisiatif peserta diskusi untuk memasukkan aspek analisis isu. Manakala, hasil analisis tersebut mencambahkan syor atau usul untuk menyelesaikan masalah diikuti motivasi secara berkelompok untuk isu yang dianalisis tadi untuk ditangani mengikut kemampuan dan tempoh yang tertentu. Situasi ini jelas dan begitu kerap diajukan di '*group page*' "Syria Care: Pertubuhan Penyayang Islam Membantu Syria."

Setiap pandangan yang dikongsi dalam diskusi perlu dilayani dengan baik hatta pandangan tersebut bercanggah dengan idealisme satu-satu pihak. Ini kerana satu-satu pandangan akan hanya dapat dipastikan berada di posisi benar dan berfaedah jika ada satu pandangan lain yang dapat mengesahkan pendapat tersebut sebagai betul dan bermanfaat.

Kushin dan Kitchener (2009) berpendapat bahawa hujah yang tidak produktif adalah diskusi tidak beretika dan hujah yang produktif pula dialu-alukan sebagai kenyataan bermaklumat dan diklasifikasikan sebagai diskusi yang beretika. Perspektif maklumat berbeza-beza dari sudut pandangan individu atau kumpulan yang menzahirkan maklumat tersebut, malah setiap individu dan kumpulan perlu bijak memanfaatkannya untuk tujuan yang tertentu. Setiap ahli masyarakat mempunyai hak untuk bersuara untuk memperjuangkan hak mereka dalam mendapatkan keperluan dan kehendak mereka bagi menyempurnakan rutin kehidupan.

Jalan Di hadapan

Keempat-empat atribut ini menjelaskan posisi aktiviti dakwah di laman sosial sebagai satu gerakan sosial berteraskan Islam yang dinamik. Dakwah di laman sosial menyediakan ruang bagi para peserta wacana Islam untuk membentuk pendapat tertentu terhadap pihak kerajaan, peniaga, orang perseorangan, badan bukan kerajaan, institusi agama malah juga masyarakat itu sendiri dengan harapan satu-satu tindakan dapat direalisasikan untuk memenuhi kehendak ahli masyarakat yang menyuarakan pendapat tersebut.

Selain daripada berupaya membuka ruang kepada proses mengkritik, berdiskusi dan mengemukakan idea, laman sosial menurut Lim dan Har (2007) juga berfungsi sebagai medium komunal untuk memudahkan aktiviti perkongsian maklumat alternatif secara

berterusan dalam kalangan masyarakat Malaysia. Istilah sumber maklumat alternatif sebenarnya adalah metafora kepada kandungan laman sosial itu sendiri. Terdapat andaian bahawa maklumat yang disebarikan menerusi internet boleh dipertikaikan dari segi sumber dan tujuan. Namun, pertimbangan akal dan pencarian sumber bagi mengesahkan fakta dalam sebarang perbincangan terbuka sesama ahli masyarakat seharusnya dilakukan.

Setiap ahli masyarakat perlu mendukung prinsip etika semasa berkomunikasi agar sebarang kekeliruan, percanggahan fakta dan lebih teruk lagi hasutan untuk memberontak terhadap pihak berkuasa dapat dihindarkan. Walau bagaimanapun, kebebasan bersuara wujud di Negara ini secara bersyarat sepertimana yang termaktub dalam Perlembagaan Persekutuan (2005) Perkara 10 (1) (a) tiap-tiap warganegara adalah berhak bebas bercakap dan mengeluarkan fikiran iaitu mana-mana individu boleh berkongsi idea dan pandangan baik secara bersemuka hatta secara berperantaraan menggunakan laman sosial.

Para pemilik '*group page*' Islamik perlu peka kepada kehendak perundangan dan mengawasi setiap pandangan yang diutarakan seperti yang dijelaskan dalam Perkara 10 (4) Parlimen boleh meluluskan undang-undang melarang perbuatan mempersoalkan apa-apa perkara, hak, taraf, kedudukan, keistimewaan, kedaulatan atau hak kedaulatan yang ditetapkan atau dilindungi oleh Bahagian 3, Perkara 152, 153 atau 181 Perlembagaan Persekutuan (2005).

Jika pemilik '*group page*' Islamik sedar bahawa mesej yang diketengahkan adalah salah atau tidak sesuai dengan persekitaran dan keselamatan negara, maka sebagai pemilik '*group page*' seseorang itu perlu akur dengan etika keempat kewartawanan Malaysia menyebutkan bahawa sebarang maklumat tersiar yang didapati tidak benar hendaklah diperbetul (Chamil Wariya 2010). Sebaliknya, ada juga pemilik '*group page*' Islamik yang meyakini bahawa kawalan oleh pihak kerajaan agak keterlaluan sehingga menyekat kebebasan bersuara masyarakat sivil seperti yang disebutkan oleh Salbiah Ahmad (2007: 59) bahawa "*speech by civil society is endangered by accusations of sedition, treason, breach of national security and public order.*"

Inisiatif untuk menghasilkan kandungan '*group page*' Islamik bukanlah suatu proses yang mudah sebaliknya dalam situasi tertentu pemilik '*group page*' Islamik menghadapi dilema untuk mempertimbangkan sebilangan perkara penting seperti tema, tujuan, ragam kandungan, nilai dan persembahan laman blognya untuk beliau atau komuniti yang ditampilkan dalam satu-satu laman blog mencapai matlamat yang diinginkan (Mead, 2000). Pemilik '*group page*' Islamik boleh diibaratkan sebagai artis yang '*authentic*' dalam menghasilkan bahan wacana Islamik atas talian yang relevan dengan perkara-perkara yang wujud baik di atas talian mahu pun di luar talian. Lazimnya, kandungan '*group page*' yang boleh menerapkan aspek emosi (E), kelakuan (K) dan nilai serta norma (N) sebagaimana yang dianjurkan menerusi model TtEKNI (Syahrudin, 2015) dalam mesej berjaya menarik perhatian pihak yang berminat atau relevan dengan perkara-perkara yang berkaitan dengan Islam dan dakwah secara umum.

'*Group page*' Islamik di facebook juga kian menyerlah sebagai media alternatif yang membolehkan pengguna laman sosial tersebut menyampaikan maklumat tentang kehidupan dalam komuniti mereka tanpa sekatan pengempang berita (*gatekeeper*) (Nagwa, 2010). Justeru, penggunaan laman sosial untuk tujuan diskusi agama secara atas talian menjadi petunjuk kepada penyertaan secara bebas bagi ahli masyarakat menyuarakan pandangan masing-masing tanpa sekatan (Dailey, Demo, & Spillman, 2008).

Fenomena mutakhir dalam lanskap aktiviti laman sosial di Malaysia ini menyokong pandangan Nagwa serta Chaffee dan Metzger (2001) bahawa media baharu seperti laman sosial membolehkan seseorang penggunaanya bukan setakat menentukan agenda media peribadi tetapi juga mempengaruhi agenda pihak lain. Keadaan ini menggalakkan berlakunya perhubungan antara pihak-pihak yang berlainan di laman '*group page*' khusus untuk membincangkan isu yang sama. Sungguhpun begitu, laman sosial berhadapan dengan masalah ketidakpastian kredibiliti dalam kalangan pengguna-penggunaanya tatkala mereka memberikan maklumbalas terhadap satu-satu isu terutama apabila bahan yang dikongsi kabur dari segi sumber yang dipetik.

Kesimpulan

Model tettingkap EKNI (TtEKNI) (Syahrudin, 2015) dapat menjelaskan perilaku pemberi pendapat dan kandungan mesej Islamik yang dimuatkan dalam setiap perbincangan yang diaktifkan oleh para peserta '*group page*' Islamik di Facebook terutama dari segi kelakuan, nilai-norma, ideologi (jika berkaitan dengan fahaman politik) dan emosi peserta-peserta atau individu yang mengunjungi satu-satu '*group page*' Islamik yang berkenaan. Oleh itu, sebagai kumpulan pendakwah (*da'ie*) di internet, penyedia '*group page*' Islamik telah merangsang penyertaan ahli masyarakat dalam gerakan sosial sesebuah masyarakat. Keupayaan penyedia '*group page*' menjadikan laman sosial sebagai medan berdakwah adalah satu petunjuk bahawa masyarakat mula memahami faedah di sebalik penggunaan laman sosial. Kesedaran tentang timbulnya banyak isu-isu kemasyarakatan dan kemanusiaan di negara ini dan di peringkat antarabangsa mungkin turut menjadi faktor kemunculan banyak '*group page*' Islamik di Facebook.

Justeru, '*group page*' model TtEKNI telah menunjukkan bahawa '*group page*' Islamik di laman sosial telah membentuk lanskap baru dalam persekitaran laman maya di negara ini. Beberapa petunjuk yang membuktikan transformasi budaya dalam komuniti maya ini termasuklah perubahan pendekatan dakwah biasa kepada dakwah luar biasa menerusi penggunaan '*group page*,' himpunan pendapat Islamik yang boleh dilihat sebagai telah merentas sempadan baik dari dimensi masa, tempat dan pemikiran dan tumbuhnya nilai pendapat yang berkaitan dengan isu agama. Namun, apa yang lebih penting adalah, masyarakat Islam khususnya dan bukan Islam amnya dapat menyaksikan pertembungan antara syiar yakni ajaran Islam dan teknologi yang dapat memberi manfaat kepada masyarakat pelbagai kaum di negara ini.

Rujukan

- Castells, M. & Cardoso, G. (Ed.) (2005) *The Network Society: From Knowledge to Policy*. Washington, DC: Johns Hopkins Center for Transatlantic Relations. Dipetik daripada: http://www.umass.edu/digitalcenter/research/pdfs/JF_NetworkSociety.pdf. Diakses pada 13 Mei 2011
- Chaffee, S., & Metzger, M., (2001) The End of MassCommunication?. *Mass Communication & Society*, 4 (4) : 365-379.
- Chamil Wariya. 2010. *Memapar Realiti: Prinsip-Prinsip Utama dan Asas Kewartawanan Siaran*. Kuala Lumpur: Malaysian Press Institute.

- Conners, J. (2005, September). *Meetup, Blogs, and Online Involvement: U.S. Senate Campaign Websites of 2004*. The 2005 Annual Meeting of the American Political Science Association. Dipetik daripada: <http://blogcampaigning.com/wp-content/uploads/2007/03/blogsmeetup.pdf>. Diakses pada 15 Julai 2011
- Dailey, L., Demo, L., & Spillman, M. (2008). Newspaper Political Blogs Generate Little Interaction. *Newspaper Research Journal*. 29(4).Pp. 53-65.
- Haas, T. (2001), Public Journalism As A Journalism Of Publics: Implications Of The Habermas-Fraser Debate For Public Journalism. *Journalism*. 2: 123-147
- Kahn, R. and Kellner, D. (2005). New Media and Oppositional Politics: A Critical/Reconstructive Approach to Blogs and Beyond Digital Tools/Cultural Contexts *Cultural Politics*. 1(1): 22-26.
- Kushin, M. J. & Kitchener, K. (2009, Mac). Getting political on social network sites: Exploring online political discourse on Facebook. Kertas kerja dibentangkan di The annual convention of the Western States Communication Association. Phoenix, Arizona. Dipetik daripada: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2645/2350>. Diakses pada 15 Julai 2011
- Lim Kim Hui & Har Wai Mun. (2007). *Globalisasi, media dan budaya: antara hegemoni barat dengan kebangkitan Asia*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Mead, R. (2000). You've Got Blog. *The New Yorker*, 13 November 2000.
- Motion, J. (2005). Participative public relations: Power to the people or legitimacy for government discourse. *Public Relations Review*. 31(4): 505-512.
- Nagwa Abdel Salam Fahmy (2010). *Revealing the "Agenda-Cutting" through Egyptian Blogs: An Empirical Study*. Dipetik daripada: <http://online.journalism.utexas.edu/papers.php>. Diakses pada 23 April 2011
- Perlembagaan Persekutuan. 2005. *Perlembagaan Persekutuan (sehingga 5 April 2005)*. Petaling Jaya, Selangor: International Law Book Services.
- Postill, J. (2010). Running cyburbia: new media and local governance in Subang Jaya. Dalam Yeoh Seng Guan (ed) *Media, Culture and Power in Malaysia*, London and New York: Routledge.
- Reese, D.S., Rutigliano, L. Kideuk Hyun & Jaekwan Jeong. (2005, Ogos). *Mapping the blogosphere: Citizen-based media in the global news arena*. Kertas kerja dibentangkan di The 2005 Annual Convention, San Antonio, Texas. Dipetik daripada: <http://www.uk.sagepub.com/mcquail6/Online%20readings/14e%20Reese%20et%20al.pdf>. Diakses pada 2 Mac 2011
- Salbiah Ahmad (2007). *Critical thoughts on Islam, rights and freedom in Malaysia*. Petaling Jaya, Selangor: SIRD.
- Smeltzer, C.S. (2009). *Bloggging in Malaysia: Hope for a New Democratic Technology?* Dipetik daripada: http://www.cprsouth.org/wp-content/uploads/drupal/Sandra_Smeltzer.pdf. social groups, and the communication of public opinion. *American Journal of Political Science*. 39(4).Pp. 1025-1054.
- Ooi Kee Beng & Wan Hamidi Hamid. (2015). *Young and malay*. Petaling Jaya, Selangor: Gerakbudaya enterprise.
- Wan Ji Wan Hussin. (2015). *Ulama yang bukan pewaris nabi*. Petaling Jaya, Selangor: Ilhambooks.
- AB Sulaiman. (2013). *Sensitive truths in malaysia: a critical appraisal of the malay problem*. Petaling Jaya, Selangor: Strategic Information and Research Development Centre (SIRD)

- Schmidt, E. & Cohen, J. (2013). *The new digital age: reshaping the future of people, nations and business*. London: John Murray.
- Syahrudin Ag. Ahmad. (2015). *Wacana di laman blog dan pembentukan pendapat umum terhadap kerajaan* (Tesis Doktor Falsafah Tidak Diterbitkan).Universiti Sains Malaysia, Pulau Pinang.