

PEMODELAN PENERIMAGUNAAN MAKLUMAT BERKAITAN ISLAM DI INTERNET: PENGAPLIKASIAN MODEL PENERIMAAN TEKNOLOGI (TAM)

Mohd Sobhi Ishak

*Pusat Pengajian Teknologi Multimedia dan Komunikasi
Kolej Sastera dan Sains
Universiti Utara Malaysia*

msobhiphd@gmail.com

Abstrak

Model Penerimaan Teknologi (TAM) sering digunakan dalam kajian berkaitan pengaplikasian teknologi dalam masyarakat. Dalam konteks kajian berkaitan Internet, persepsi terhadap medium Internet, tahap keinginan menggunakan Internet dan tahap penggunaan Internet untuk berkaitan maklumat agama memerlukan penelitian secara empirikal. Artikel ini memfokuskan kepada tahap penerimgunaan maklumat dalam perspektif agama Islam di Internet berdasarkan Model Penerimaan Teknologi (TAM). Seramai 1180 orang responden terdiri daripada pengguna Internet dari latar pendidikan agama Islam terlibat dalam kajian tinjauan cross sectional berdasarkan borang soal selidik. Analisis Pemodelan Persamaan Struktur (SEM) digunakan untuk menentukan model hipotesis kajian yang dibentuk. Dapatan kajian menunjukkan bahawa golongan berpendidikan agama menerimgunaan maklumat berkaitan Islam di Internet berdasarkan tanggapan bahawa Internet mudah diguna dan tanggapan Internet adalah berguna. Kesimpulannya, pengguna Internet daripada latar pendidikan agama telah dapat menerima penggunaan medium Internet sebagai medium komunikasi maklumat berkaitan Islam. Penerimaan ini menjadi petanda signifikan dalam menjelaskan kepentingan Internet sebagai medium komunikasi maklumat merentasi bidang ilmu.

Katakunci: *Internet, Islam, Model Penerimaan Teknologi (TAM), Pemodelan Persamaan Struktur (SEM)*

1.0 PENGENALAN

Pelbagai bentuk dan medium teknologi giat dimanfaatkan untuk tujuan mengkomunikasikan maklumat di seluruh dunia (Annenberg School Center for the Digital Future, 2010). Kebergantungan terhadap kemudahan teknologi dalam menguruskan kehidupan telah mewarnai kehidupan majoriti ahli masyarakat. Persepsi dan sikap pengguna teknologi didapati mempengaruhi mereka dalam menentukan corak kehidupan

dan cara bertingkah laku (Adamson & Shine, 2003; Edison & Geissler, 2003), merubah cara individu dan masyarakat berfikir serta berkongsi berita (Liu, 2003), membolehkan berita disampaikan dengan cepat dan mudah dalam kos yang rendah (Abdul Razak & Ezry Fahmy, 2009; Liu, 2003; Musa, 2002; Cooke, 1999). Generasi muda yang terlalu terdedah kepada persekitaran berasaskan Internet menyebabkan mereka sentiasa inginkan capaian Internet merentasi masa dan ruang (Rafiza, 2010; Mohd Radzi, 2009).

Kehadiran Internet membuka peluang besar kepada umat Islam masa kini untuk turut menikmati manfaat Internet sebagai gedung maklumat, platform interaksi dan komunikasi, serta perniagaan (Hanudin, 2008). Internet turut menjadi medium penting dalam konteks mengingatkan kembali tatacara pelaksanaan ibadah khusus dan penyebaran ilmu (dakwah) bersesuaian dengan era globalisasi (Zulkiple, 2010). Walaupun ramai pengguna secara umumnya, tertarik dan bergantung kepada Internet, namun masih sukar dibuktikan bagaimana penggunaannya telah membantu memenuhi kehendak mereka (Hilligoss & Rieh, 2008; Clark & Slotta, 2000). Bagi masyarakat Islam, kebimbangan terhadap kesahihan maklumat khususnya, berkaitan agama Islam menjadi kebimbangan ramai sarjana dan ilmuan Islam (antaranya Zulkiple, 2010; Mohd Nasran, 2009; Mohd Sabri, 2009), dari segi kebenaran fakta dan niat dipaparkan kerana kebanyakan maklumat yang sukar ditentukan kesahihan itu bersifat sangkaan dan khabar angin. Terdapat maklumat dikeluarkan daripada penganut agama lain dan golongan Islam yang melampau (Zulkiple; 2010; Abdul Razak & Edry Fahmy; 2009; Shaikh Mohd Saifuddeen, 2000).

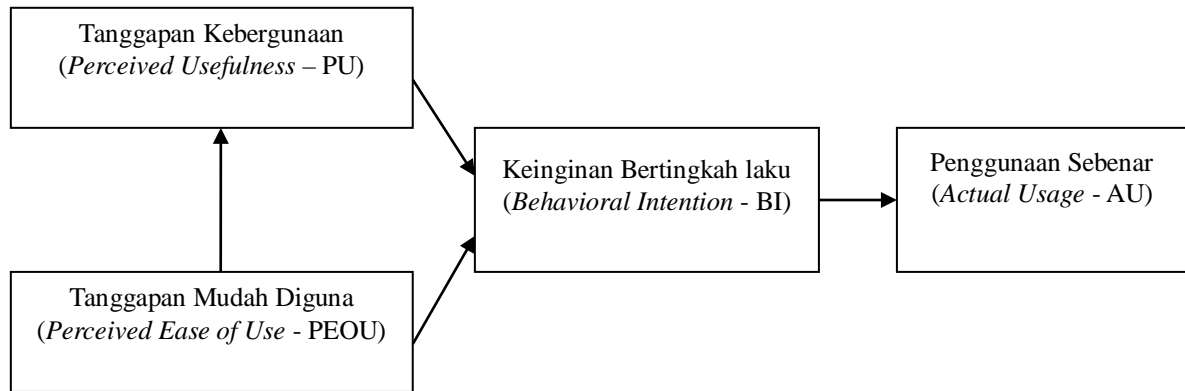
Kertas kerja ini memfokuskan perbincangan mengenai penerimgunaan maklumat berkaitan Islam di Internet dalam kalangan pengguna berpendidikan agama berasaskan pendekatan Teori Penerimaan Teknologi (TAM). Antara fokus perbincangan ialah berkenaan TAM, isu-isu berkaitan TAM dalam konteks penerimgunaan maklumat berkaitan Islam di Internet.

2.0 MODEL PENERIMAAN TEKNOLOGI (TAM)

Model Penerimaan Teknologi (TAM) sering digunakan untuk menjelaskan mengenai penerimaan teknologi dan sistem maklumat (Lu, Yu, Liu, & Yao, 2003). Davis (1989) mengemukakan idea mengenai TAM untuk menerangkan penerimaan pengguna terhadap teknologi komputer berdasarkan justifikasi teori yang jelas. Model asal TAM dibentuk berdasarkan Teori Aksi Bersebab (TRA) (Ajzen & Fishbein, 1980). Matlamat TAM adalah untuk menyediakan asas yang dapat menunjukkan pengaruh pemboleh ubah luaran ke atas kepercayaan dalaman, sikap dan keinginan bertingkah laku (Lu et al., 2003).

Dua konstruk berkenaan kepercayaan dalaman sebagai penentu utama dalam TAM ialah tanggapan kebergunaan (*Perceived Usefulness* – PU) iaitu, “tahap di mana seseorang percaya bahawa menggunakan sistem tertentu akan meningkatkan prestasi individu” (Davis, 1989, p. 320) dan tanggapan mudah diguna (*Perceived Ease of Use* – PEOU) yang

membawa maksud “tahap di mana seseorang percaya bahawa menggunakan sesuatu sistem tidak memerlukan usaha yang bersungguh-sungguh” (Davis, 1989: 320). Model asas TAM yang mempunyai konsep fleksibel ini dicadangkan oleh Davis et al., (1989) dan diperkukuhkan bersama Venkatesh et al., (2003) seperti Rajah 1. Model TAM inilah yang digunakan oleh pengkaji sebagai kerangka perbincangan dalam artikel ini.



Rajah 1: Model Asas Penerimaan Teknologi (TAM)
(Sumber: Furneaux, 2010; Venkatesh et al., 2003; Davis et al., 1989)

3.0 ISU-ISU DALAM PENGAPLIKASIAN TAM

Sungguhpun TAM telah digunakan dengan meluas dalam pelbagai kajian empirikal melibatkan teknologi berlainan, beberapa isu masih diperdebatkan. Antaranya ialah isu ketidakselarasan dalam dapatan kajian berkenaan perkaitan antara tanggapan kebergunaan dan tanggapan mudah diguna terhadap keinginan bertingkah laku. Ketidakselarasan juga wujud dalam penggunaan pembolehubah keinginan bertingkah laku dan penggunaan bagi mengukur teknologi baharu dan lama.

Isu Perkaitan Tanggapan Kebergunaan dan Tanggapan Mudah Diguna Terhadap Keinginan Bertingkah laku Davis (1989) mengemukakan cadangan bahawa kesan langsung PU ke atas BI dan kesan tak langsung PEOU ke atas BI menerusi PU. Lloyd (2002), mendapati perkaitan-perkaitan tersebut agak konsisten dan ditemui dalam kebanyakan kajian berkaitan TAM. Walau bagaimanapun, terdapat juga kajian misalnya, oleh Ha dan Stoel (2005) dan Yu et al. (2005) menunjukkan hasil perkaitan yang tidak konsisten.

4.0 ISU DALAM PENGGUNAAN KEINGINAN BERTINGKAH LAKU DAN PENGGUNAAN SEBENAR

TAM menjelaskan kewujudan dua bentuk dapatan terhadap penerimaan teknologi iaitu keinginan bertingkah laku (BI) dan penggunaan sebenar (AU). Kebanyakan pengkaji yang mengaplikasikan penggunaan TAM dalam pelbagai konteks teknologi seringkali

memfokuskan kepada pemboleh ubah penggunaan BI (Tsai, Zhu, Ho, & Wu, 2010; Pai & Huang, 2011). Terdapat perbincangan dalam kalangan sarjana (antaranya seperti Davis, 1989; Szajna, 1996; Hsu & Lu, 2004) mempersoalkan sama ada model asas TAM ini mencukupi untuk menerangkan mengenai kelangsungan penggunaan teknologi pada masa hadapan jika penelitian hanya terfokus kepada BI sahaja. Terdapat kajian lain yang mendapati bahawa BI mempunyai pengaruh positif ke atas AU (contohnya, Chen et al., 2002; Moon & Kim, 2001). Terdapat pengkaji yang mengaplikasikan kedua-dua pemboleh ubah BI dan PS secara bersama untuk menentukan hubungannya dan mendapati wujud hubungan positif yang signifikan antara keduanya (Davis, 1989; Szajna, 1996; Hsu & Lu, 2004). Kajian-kajian tersebut menjelaskan bahawa TAM seharusnya tidak mengasingkan penelitian terhadap keinginan untuk mengguna teknologi pada masa sekarang dengan keinginan untuk mengguna teknologi pada masa hadapan. Jangkaan mengenai penggunaan masa hadapan dianggap lebih penting kerana mampu memperlihatkan implikasi penggunaan secara berterusan dan berulang. Oleh itu, penggunaan sebenar merupakan pengukuran penting diteliti untuk menentukan kelangsungan penggunaan sesuatu teknologi.

5.0 METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini direka bentuk berdasarkan kaedah tinjauan *cross-sectional*. Instrumen borang soal selidik dikemukakan kepada guru-guru pelatih Kursus Perguruan Lepas Ijazah (KPLI) dalam bidang Jawi, Al-Quran, Bahasa Arab dan Fardhu Ain (j-QAF). Pemilihan subjek kajian berkenaan adalah untuk memastikan bahawa pengguna Internet yang dikaji mempunyai latar belakang pendidikan agama dan sekurang-kurangnya pernah menggunakan Internet untuk mendapatkan, menyebarkan atau menerima maklumat berkaitan Islam.

Pengumpulan data dilakukan dalam tempoh seminggu semasa subjek kajian menghadiri kursus dalam cuti di Institut Pendidikan Guru (IPG). Sebanyak 4085 orang subjek kajian mengikuti kursus ini di 26 IPG seluruh Malaysia. Pengkaji menggunakan kaedah persampelan rawak mudah dengan membuat cabutan dua buah IPG dari lima zon di Malaysia iaitu Zon Utara, Zon Tengah, Zon, Selatan, Zon Timur Semenanjung, dan Zon Malaysia Timur. Hasil persampelan menyenaraikan 10 buah IPG yang melibatkan 1884 orang responden. Pengkaji menghantar borang selidik melalui pos kepada enumerator yang dilantik dalam kalangan pensyarah j-QAF di IPG terpilih. Sebanyak 1300 borang soal selidik dikembalikan selepas tempoh pengumpulan data berakhir. Daripada jumlah tersebut, hanya 1180 borang soal selidik dapat diterima untuk dikodkan ke dalam perisian *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) bagi tujuan penganalisan data.

Borang soal selidik kajian ini mengandungi lima bahagian. Bahagian A berkenaan kredibiliti maklumat daripada perspektif Islam. Bahagian ini tidak dibincangkan dalam kertas kerja ini. Bahagian B mengandungi soalan-soalan yang diadaptasi dari kajian asal

TAM oleh Davis (1989) untuk mengukur pemboleh ubah tanggapan kebergunaan (PU) manakala bahagian C mengandungi soalan-soalan untuk mengukur pemboleh ubah tanggapan mudah diguna (PEOU). Nilai alfa cronbach asal yang diperoleh oleh Davis (1989) bagi PU ialah 0.915 manakala PEOU ialah 0.917.

Pemboleh ubah PU diadaptasikan sebagai pemboleh ubah tanggapan Internet berguna (TIB) dalam kajian ini manakala pemboleh PEOU diadaptasi sebagai tanggapan Internet mudah diguna (TIMD). TIB mengandungi tiga item soalan, iaitu (B1) Islam dapat dikembangkan dengan lebih baik melalui teknologi Internet, (B2) Internet mudah diguna utk mendapatkan maklumat mengenai Islam, dan (B3) Internet berguna untuk menyebarkan maklumat berkaitan Islam. Nilai alfa cronbach TIB kajian ini ialah 0.888. TIMD mengandungi tiga item soalan iaitu (C1) saya selalu bersangka baik terhadap niat pihak yg menyebarkan maklumat berkaitan Islam di Internet, (C2) saya tidak pernah mencurigai usaha pihak yang menjalankan dakwah di Internet, (C3) saya tidak bimbang terhadap lambakan maklumat mengenai Islam di Internet. Nilai alfa cronbach TIMD ialah 0.790.

Bahagian D mengandungi empat soalan yang digunakan untuk mengukur kesediaan menggunakan Internet untuk mendapatkan maklumat berkaitan Islam (KM) bagi mewakili pemboleh ubah keinginan bertingkh laku (BI) dalam TAM. Soalan-soalan diadaptasi dari kajian Davis, Bagozzi, dan Warshaw (1989), Sussman dan Siegal (2003), dan McKnight dan Kacmar (2006). Item soalan ini ialah: (D1) saya sedia menjadikan Internet sebagai sumber maklumat berkaitan Islam, (D2) saya akan meneliti pelbagai maklumat berkaitan Islam di Internet sebelum memutuskan untuk menggunakannya, (D3) saya mengambilkira maklumat berkaitan Islam di Internet dalam proses membuat sesuatu keputusan, (D4) saya sanggup membuat keputusan berdasarkan maklumat berkaitan Islam yang diperolehi di Internet. Nilai alfa cronbach yang diperoleh bagi kajian ini ialah 0.910 manakala tiada nilai alfa cronbach ditunjukkan oleh Davis, Bagozzi, dan Warshaw (1989).

Bahagian E terdiri daripada soalan-soalan berkenaan demografi responden. Di antara soalan yang dikemukakan ialah jantina, umur, tahap pengajian tertinggi, tempat pengajian tertinggi dan bidang pengajian semasa di universiti dahulu. Beberapa soalan berkenaan tahap penggunaan Internet untuk mendapatkan maklumat berkenaan Islam turut dikemukakan. Antara soalan tersebut ialah: (E6) tempoh pengalaman menggunakan Internet, (E71) kekerapan mencari maklumat berkaitan Islam di Internet setiap hari, (E72) kekerapan mencari maklumat berkaitan Islam di Internet setiap minggu, (E73) kekerapan mencari maklumat berkaitan Islam di Internet setiap bulan, (E74) kekerapan mencari maklumat berkaitan Islam di Internet (bila perlu), (E8) jangka masa setiap kali mengakses Internet untuk mendapatkan maklumat berkenaan Islam, dan topik berkenaan Islam yang sering dicari di Internet.

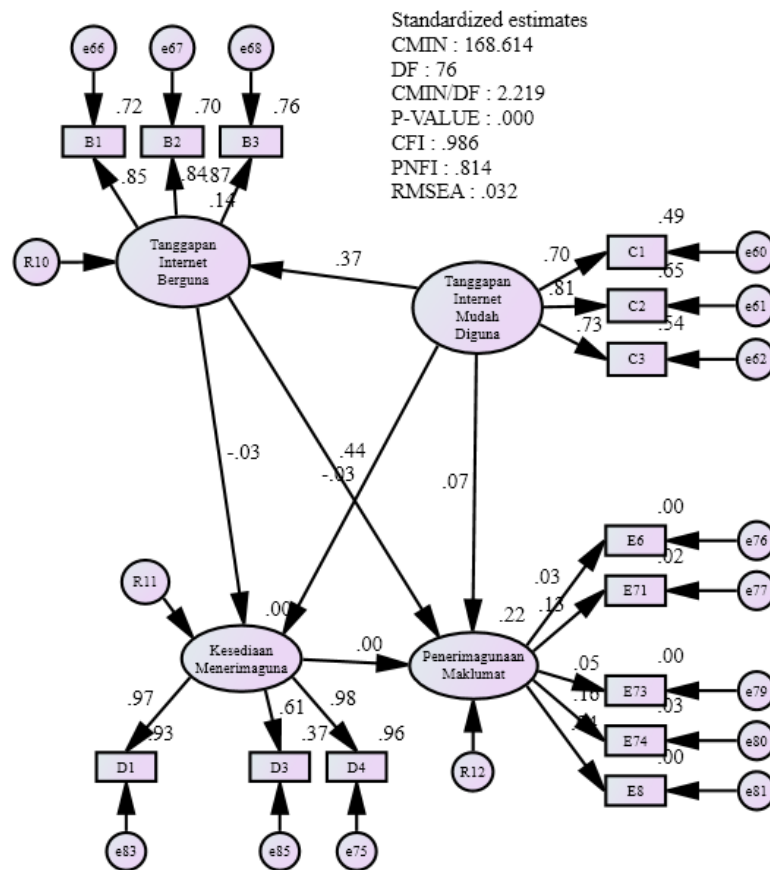
Statistik deskriptif digunakan untuk memperlihatkan data-data berkenaan profil responden (iaitu jantina, umur, tahap pendidikan tertinggi, tempat pengajian, dan bidang pengajian), tahap penggunaan Internet adalah berdasarkan pengalaman menggunakan Internet, kekerapan menggunakan Internet, jangka masa menggunakan Internet, dan topik berkaitan agama yang sering dicari di Internet. Perihal data ini dibuat dalam bentuk kekerapan dan peratusan. Proses penganalisaan data dilaksana berbantuan perisian *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) versi 14.0. Statistik inferensi diguna untuk tujuan pengujian hipotesis. Dalam kajian ini, analisis multivariat Pemodelan Persamaan Struktur (*Structural Equation Modeling* - SEM) digunakan melalui perisian *Analysis of Moment Structure* (AMOS) versi 18.0. SEM merupakan teknik statistik lanjutan yang kompleks untuk memodelkan konstruk pendam dan konstruk cerapan.

Penilaian model kajian dijalankan untuk menentukan ketepatan padanan (*Goodness-of-Fit*) antara model dan data sampel, kesahan konstruk dan kebolehpercayaan konstruk. Ketepatan padanan model adalah berdasarkan nilai model khi kuasa dua, df , p -value > 0.05, $cmindf < 3$, $CFI > 0.95$, $SRMR < 0.09$, $PNFI > 0.6$, dan $RMSEA < 0.08$ (Hair et al., 2010; Hooper et al., 2008). Manakala kesahan konstruk ditentukan berdasarkan kesahan konvergen, kesahan diskriminan, dan kesahan nomologikal. Kesahan konvergen berdasarkan nilai pemberatan faktor > 0.5, Purata Varians Terkestrak (AVE) > 0.5, dan kebolehpercayaan konstruk (CR) (Hair et al., 2010). AVE dikira berdasarkan formula $AVE = \sum \lambda^2 / n$. Manakala kbolehpercayaan konstruk (CR) dikira berdasarkan formula $CR = (\sum \lambda)^2 / ((\sum \lambda)^2 + \sum \delta)$. Kesahan diskriminan dikira berdasarkan nilai AVE konstruk melebihi korelasi kuasa dua (r^2) konstruk berkenaan (Hair et al., 2010). Manakala kesahan nomologikal berdasarkan wujud korelasi antara konstruk dalam arah tertentu yang selari dengan teori atau ulasan litaratur.

6.0 HASIL KAJIAN

6.1 Demografi Responden

Responden kajian berjumlah 1180 orang terdiri daripada 63.7 peratus perempuan dan 36.3 peratus lelaki berumur di antara 23 hingga 38 tahun dengan purata umur = 27.42 (Sisihan Piawai=2.81). Majoriti responden berpendidikan peringkat sarjana muda (97.7 peratus) manakala 2.3 peratus mempunyai master. Sebanyak 66.1 peratus menerima pendidikan dari dalam negara manakala 33.9 peratus mendapat pendidikan dari luar negara, khususnya dari Universiti Al-Azhar. Antara bidang pengajian mereka ialah pengajian Islam (secara umum), Bahasa Arab, Al-Quran dan Sunnah, Dakwah dan Kepimpinan, Fiqh dan Usul Fiqh, Ilmu Wahyu, Usuluddin dan Syariah. Majoriti responden berpengalaman menggunakan Internet di antara 4 hingga 6 tahun (44 peratus). Dari segi kekerapan pencarian maklumat berkaitan Islam di Internet, sebanyak 38 peratus mencari maklumat apabila perlu sahaja dengan kekerapan jangkamasa setiap kali penggunaan di antara ½ hingga 1 jam (22 peratus) dengan topik yang sering dicari ialah berkenaan sirah



Rajah 2: Model Penentuan Semula Tahap Penerimaan Maklumat Berkaitan Islam di Internet Berasaskan TAM

Tiga pemboleh ubah menggunakan skala pengukuran sela (*interval*) diuji kesahan konstruk, iaitu Tanggapan Internet Berguna (TIB), Tanggapan Internet Mudah Diguna (TIMD), dan Kesediaan Menerima Maklumat Berkaitan Islam di Internet (KM). Pemboleh ubah Penerimaan Maklumat Sebenarnya tidak diuji kerana dikompisitkan kepada skala nisbah (*ratio*). Jadual 1 menunjukkan bahawa ketiga-tiga pemboleh ubah mempunyai kesahan konvergen yang baik berdasarkan nilai pemberatan faktor melebihi 0.5, nilai AVE melebihi 0.5 dan CR melebihi 0.7.

Perbandingan nilai AVE (Jadual 1) dengan korelasi kuasa dua (Jadual 2) dilakukan untuk menentukan kesahan diskriminan. Nilai AVE TIB didapati lebih besar daripada r^2 TIB ($0.730 > 0.135$, 0.002), AVE TIMD lebih besar daripada r^2 TIMD ($0.560 > 0.002$, 0.135), dan AVE KM lebih besar daripada r^2 KM ($0.757 > 0.002$, 0.002). Ini menunjukkan kesahan diskriminan wujud antara antara konstruk-konstruk tersebut. Kesahan nomologikal juga wujud di antara TIMD dengan TIB dan TIB dengan PM berdasarkan wujud korelasi positif yang signifikan. Manakala KM tidak mempunyai hubungan yang signifikan dengan pembolehubah-pembolehubah lain.

Jadual 1: Nilai pemberatan faktor, Varians Terekstrak dan Kebolehpercayaan Konstruk

Dimensi		Pemberatan Faktor (λ)			Kebolehpercayaan Item (λ^2)	Ralat Varians (δ)
		TIB	TIMD	KM		
Tanggapan Internet Berguna (TIB)	B1	0.847			0.717	0.283
	B2	0.838			0.702	0.298
	B3	0.873			0.762	0.238
	Jumlah	2.558			2.182	0.818
Tanggapan Internet Mudah Diguna (TIMD)	C1		0.699		0.489	0.511
	C2		0.807		0.651	0.349
	C3		0.735		0.540	0.460
	Jumlah		2.241		1.680	1.320
Kesediaan Menerimaguna Maklumat (KM)	D1			0.982	0.964	0.036
	D3			0.609	0.371	0.629
	D4			0.967	0.935	0.065
	Jumlah			2.558	2.270	0.730
Purata Varians Terekstrak (AVE)		0.730	0.560	0.757		
Kebolehpercayaan Konstruk (CR)		0.889	0.792	0.900		

Jadual 2: Nilai Korelasi dan Korelasi Kuasa Dua Konstruk TIB, TIMD dan KM

	TIB	TIMD	KM
TIB	1.00	0.135	0.002
TIMD	0.368*	1.00	0.002
KM	-0.042	-0.045	1.00

Aras Signifikan: * = .05

Nota: Bagi pengukuran korelasi, Nilai di bawah diagonal menunjukkan penganggaran korelasi antara TIB dan TIMD, nilai diagonal menunjukkan varians konstruk dan nilai di atas diagonal menunjukkan korelasi kuasa dua.

7.0 PENERIMAGUNAAN MAKLUMAT BERKAITAN ISLAM DI INTERNET

Hasil kajian menunjukkan tanggapan Internet mudah diguna (TIMD) dan tanggapan Internet berguna (TIB) mempunyai korelasi positif yang signifikan ($r = 0.368$, C.R. = 10.318, $p = 0.001$). Dapatan ini selari dengan kajian asal TAM oleh Venkatesh dan Davis (2000), Davis et al., (1989), dan Davis (1989) serta bertepatan dengan kajian-kajian semasa yang menggunakan TAM sebagai asas teori seperti Pai dan Huang (2011), Drennan et al., (2005), dan Dasgupta et al., (2002). Tanggapan Internet berguna (TIB) juga didapati mempunyai hubungan positif yang signifikan dengan penerimagunaan maklumat berkaitan Islam di Internet (PM) ($r = 0.436$, C.R. = 2850, $p = 0.004$). Dapatan ini juga

memenuhi kesahan nomologikal berdasarkan keselarian dengan kajian-kajian berasaskan TAM oleh Delice (2009), Chang et al., (2005), Dasgupta et al., (2002) dan Szajna (1996).

Sebanyak 21.7 peratus varians penerimgunaan maklumat (PM) berkaitan Islam di Internet dapat diterangkan oleh tanggapan Internet mudah diguna (TIMD), tanggapan Internet berguna (TIB), dan kesediaan meerimgunaan maklumat berkaitan Islam (KM). Walau bagaimanapun, hanya tanggapan Internet mudah diguna (TIMD) dan tanggapan Internet berguna (TIB) sahaja menerangkan penerimgunaan maklumat berkaitan Islam di Internet secara signifikan. Tanggapan Internet mudah diguna menerangkan penerimgunaan maklumat berkaitan Islam di Internet sebanyak 36.8 peratus manakala tanggapan Internet berguna menerangkan penerimgunaan maklumat berkaitan Islam di Internet sebanyak 43.6 peratus.

Jadual 4.28: Ringkasan Perkaitan Langsung Antara Pemboleh Ubah TAM

Perkaitan Langsung Pemboleh Ubah	Pemberatan Regresi Piawai	Pemberatan Regresi	Ralat Piawai (S.E)	Nisbah Kritikal (C.R)	p
Tanggapan Internet Mudah Diguna (TIMD) → Tanggapan Internet Berguna (TIB)	0.368	0.448	0.043	10.318	.001*
Tanggapan Internet Berguna (TIB) → Penerimgunaan Maklumat (PM)	0.436	0.046	0.016	2.850	.004*
Tanggapan Internet Mudah Diguna (TIMD) → Penerimgunaan Maklumat (PM)	0.068	0.009	0.021	0.424	.672
Korelasi Berbilang Berganda Dua (SMC):					
Tanggapan Internet Berguna	0.135				
Penerimgunaan Maklumat	0.217				

Nota: * signifikan pada $p < 0.05$

8.0 RUMUSAN

Menerusi kajian ini, golongan berpendidikan agama didapati telah menerimgunaan Internet sebagai medium komunikasi maklumat Islam dalam kehidupan seharian. Persepsi bahawa Internet mudah diguna dan Internet berguna untuk menyebarkan maklumat berkaitan agama dapat memangkin penggunaan sebenar Internet secara lebih meluas dalam kalangan kelompok berpendidikan agama. Ini bertepatan dengan saranan Dr. Muhammad ‘Uthman El-Muhammady” (Muhammad ‘Uthman, 2000: 66) bahawa Internet sangat penting dalam era ini kerana ia menyediakan peluang keemasan kepada sarjana Islam, ulama dan pakar ICT Islam, pendakwah dan umat Islam seluruhnya untuk meninggikan kalimah Allah dengan lebih luas.

Model penerimgunaan maklumat berkaitan Islam di Internet yang dibentuk hasil pengaplikasian Model Penerimaan Teknologi (TAM) memperlihatkan kesediaan

menerimaguna maklumat berkaitan Islam di Internet (iaitu faktor keinginan bertingkah laku) tidak lagi relevan dan signifikan dalam konteks kajian ini. Hal ini disebabkan Internet telah lama hadir dan digunakan dalam masyarakat di Malaysia sejak awal 1990-an. Dalam tempoh berkenaan golongan agama turut menggunakan Internet dengan meluas khususnya dalam perkongsian, komunikasi dan perbincangan pelbagai konteks maklumat dan ilmu berkaitan agama Islam (Zulkiple, 2010; Uthman, 2000). Dapatan ini menjelaskan keperluan mengetengahkan penggunaan sebenar teknologi apabila menjalankan kajian terhadap teknologi yang telah lama diperkenalkan apabila menggunakan TAM. Perkembangan teknologi pada masa hadapan dalam jangka panjang juga boleh dijelaskan dengan baik melalui penelitian terhadap penggunaan sebenar untuk memperlihatkan penggunaan yang berterusan dan berulang. Manakala kesediaan menerimaguna ternyata sesuai digunakan dalam kajian-kajian yang memfokuskan kepada teknologi-teknologi baharu.

BIBLIOGRAFI

- Abdul Razak, A. M., & Ezry Fahmy, E. Y. (2009, Julai). *Penerimaan dan penyampaian maklumat oleh media daripada perspektif Islam*. Paper presented at the meeting of the Seminar Kebangsaan 2009 Media dan Pemikiran Islam, USIM.
- Adamson, I., & Shine, J. (2003). Extending the new technology acceptance model to measure the end user information systems satisfaction in a mandatory environment: A bank's treasury. *Technology Analysis & Strategic Management*, 15, 441-455.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Annenberg School Center for the Digital Future. (2010). *The digital future report: Surveying the digital future: Year Nine*. Los Angeles: University of Southern California.
- Chen, L., Gillenson, M. L., & Sherrell, D. L. (2002). Enticing online consumers: An extended technology acceptance perspective. *Information & Management*, 39, 705-719.
- Clark, D. B., & Slotta, J. D. (2000). Evaluating media-enhancement and source authority on the Internet: The Knowledge Integration Environment. *International Journal of Science Education*, 22, 859-871.
- Cooke, A. (1999). *A guide to finding quality information on the Internet: selection and evaluation strategies*. London: Library Association Publishing.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.
- Edison, S., & Geissler, G. (2003). Measuring attitudes towards general technology: Antecedents, hypotheses and scale development. *Journal of Targeting, Measurement, and Analysis for Marketing*, 12(2), 137-156.
- Ha, S., & Stoel, L. (2005, April). *E-shopping quality, trust and consumer acceptance: Additions to the technology acceptance model*. Paper presented at the meeting of the ACRA, Philadelphia, PA.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Hanudin, A. (2008). E-Business from Islamic Perspectives: Prospects and Challenges. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 13(3).
- Hilligoss, B., & Rieh, S. Y. (2008). Developing a unifying framework of credibility assessment: Construct, heuristics, and interaction in context. *Information Processing & Management*, 44(4), 1467-1484.
- Liu, Z. (2003). Perception of credibility of scholarly information on the web. *Information Processing & Management*, 40, 1027-1038.
- Lloyd, S. M. (2002). *Consumers' experiences with e-commerce technologies: Three essays* (Unpublished doctoral dissertation). University of Illinois at Urbana-Champaign.
- Lu, J., Yu, C., Liu, C., & Yao, J. E. (2003). Technology acceptance model for wireless Internet. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 13, 206-222.
- McKnight, D. H., & Kacmar, C. J. (2006). Factors of Information Credibility for an Internet Advice Site Symposium conducted at the meeting of the 39th Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii.
- Mohd Nasran, M. (2009). Kerangka media menurut perspektif Islam. Dalam S. H. Hasim & A. G. Zulkiple (Eds.), *Komunikasi di Malaysia: Suatu penelitian awal pendekatan Islam Hadhari*. (pp. 49-62). Selangor: Institut Islam Hadhari, UKM.
- Mohd Radzi, M. Z. (2009, February 24). 'Wartawan segera' jejas profesionalisme. *Utusan Malaysia*.
- Mohd Sabri, H. (2009). Konsep dan falsafah Islam dalam media. Dalam S. H. Hasim & A. G. Zulkiple (Eds.), *Komunikasi di Malaysia: Suatu penelitian awal pendekatan Islam Hadhari*. (pp. 35-48). Selangor: Institut Islam Hadhari, UKM.
- Moon, J., & Kim, Y. (2001). Extending the TAM for a World-Wide-Web context. *Information & Management*, 38, 217-230.
- Muhammad 'Uthman, E. (2000). Adaptasi pendekatan dakwah dalam era globalisasi. Dalam S.M.S. Shaikh Mohd Saifuddeen (Eds.), *Memahami Islam melalui teknologi maklumat dan komunikasi*. (pp. 109-122). Kuala Lumpur: Unit Penerbitan IKIM.
- Musa, A. H. (2002). *Peranan dan penggunaan ICT di kalangan masyarakat* (Vol. 1). Serdang: Universiti Putra Malaysia.
- Pai, F., & Huang, K. (2011). Applying the Technology Acceptance Model to the introduction of healthcare information systems. *Technological Forecasting and Social Change*, 78(4), 650-660.
- Rafiza, K. (2010, Jun). E-Dagang: Kajian analisis model perniagaan E-dagang dan kekangan dalam pelaksanaan E-dagang menurut persepsi dan penerimaan syariah Islam Symposium conducted at the meeting of the Regional Conference on Knowledge Integration in ICT 2010, Putrajaya, Malaysia.
- Shaikh Mohd Saifuddeen, S. M. S. (2000). Merombak dan membentuk imej Islam dengan teknologi maklumat dan komunikasi. Dalam S.M.S. Shaikh Mohd Saifuddeen (Eds.), *Memahami Islam melalui teknologi maklumat dan komunikasi*. (pp. 109-122). Kuala Lumpur: Unit Penerbitan IKIM.
- Sussman, S. W., & Siegal, W. S. (2003). Informational Influence in Organizations: An Integrated Approach to Knowledge Adoption. *Information Systems Research*, 14(1), 47-65.
- Szajna, B. (1996). Empirical evaluation of the revised technology acceptance model. *Management Science*, 42, 85-92.

- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Yu, J., Ha, I., Choi, M., & Rho, J. (2005). Extending the TAM for a t-commerce. *Information & Management*, 42, 965-976.
- Zulkiple, A. G. (2010). *Dakwah dalam era siber di Malaysia*. Bandar Baru Nilai: Universiti Sains Islam Malaysia.