

Analisis Penggunaan Platform Sosial Media Bagi Penyebaran Ilmu Islam: Kajian Kes

Analysis of the Use of Social Media Platforms for the Spreading of Islamic Knowledge: Case Studies

Ahmad Arif Shaharizan¹, Nur Zainatul Nadra Zainol^{2*}

¹ Teknologi Web, Fakulti Komputer dan Teknologi Maklumat
Universiti Tun Hussein Onn Malaysia, Parit Raja, Batu Pahat 86400, Malaysia

² Jabatan Penyelidikan, Penerbitan & Dokumentasi, Institut Ahli Sunnah Wal Jamaah,
Universiti Tun Hussein Onn Malaysia, Parit Raja, Batu Pahat, 86400 Malaysia

*Corresponding Author: nadra@uthm.edu.my
DOI: <https://doi.org/10.30880/jqsr.2024.05.02.004>

Maklumat Artikel

Diserah: 30 Julai 2024
Diterima: 12 Disember 2024
Diterbitkan: 15 Disember 2024

Kata Kunci

Pengajian Islam, platform media sosial, ilmu agama, pendakwah Malaysia

Abstrak

Pengajian Islam adalah pengajian pelbagai bidang yang merangkumi bidang utama iaitu Pengajian Akidah, Syariah, Sirah dan Akhlak. Pada masa kini, pendakwah di Malaysia menggunakan platform media sosial untuk menyebarkan ilmu kepada masyarakat. Namun, penyampai ilmu agama menggunakan platform media sering dianggap melanggar disiplin pembelajaran secara talaqqi. Artikel ini mengupas dakwah menggunakan media sosial dan penggunaan media sosial oleh pendakwah terpilih bagi menyebarkan ilmu. Artikel ini menggunakan kajian kes sebagai kaedah pengumpulan data. Manakala analisis data menggunakan analisis diskriptif. Hasil kajian menunjukkan dakwah melalui media ini menepati zaman bagi memenuhi tuntutan dakwah dan pendakwah di Malaysia menggunakan platform platform Youtube, Tiktok, Instagram dan X. Implikasi kajian menunjukkan penggunaan platform media sosial oleh pendakwah memainkan peranan yang penting untuk penyebaran ilmu kepada masyarakat.

Keywords

Islamic studies, social media platforms, religious studies, preachers in Malaysia

Abstract

Islamic Studies is a multi-field study that includes the main fields of Aqidah, Sharia, Sirah and Ethics. Nowadays, preachers in Malaysia use social media platforms to spread knowledge to the community. However, religious knowledge presenters using media platforms are often considered to violate the discipline of learning in a talaqqi manner. This article examines preaching using social media and the use of social media by selected preachers to spread knowledge. This article uses a case study as a data collection method. While data analysis uses descriptive analysis. The results of the study show that da'wah through this media is in keeping with the times to meet the demands of da'wah and preachers in Malaysia using YouTube, Tiktok, Instagram and X platforms. The implications of the study show that the use of social media platforms by preachers plays an important role in spreading knowledge to the community.

1. Pengenalan

Pengenalan Islam ialah pengajian yang merangkumi pelbagai kategori seperti pengajian agama Islam, sejarah, budaya, dan undang-undang. Ia merangkumi pelbagai cabang ilmu seperti teologi, fiqh, pengajian al-Quran, pengajian Hadith, tasawuf, dan aspek sosio-politik Islam. Ulama dalam bidang ini menganalisa teks, peristiwa sejarah, amalan budaya, dan isu-isu yang berkaitan dengan dunia Islam. Dakwah pula merupakan ajakan atau seruan ke arah penerimaan, penghayatan ajaran dan nilai-nilai Islam. Ambisi ini dapat dipenuhi dengan pengurusan dan perancangan yang teratur sesuai dengan peringatan Al-Quran supaya dakwah itu disampaikan dan disebarkan secara hemat dan teratur. Seperti firman Allah dalam Surah al-Nahl: 125:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْلُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥

Maksudnya: Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.

Ibn Kathir menyatakan ayat 125 Surah al-Nahl merupakan perintah Allah SWT kepada Rasul-Nya—Nabi Muhammad SAW agar menyeru manusia untuk menyembah Allah dengan cara yang bijaksana. Ibnu Jarir mengatakan bahwa yang diserukan kepada manusia ialah wahyu yang diturunkan kepadanya berupa Al-Qur'an, Sunnah, dan pelajaran yang baik; yakni semua yang terkandung di dalamnya berupa larangan-larangan dan kejadian-kejadian yang menimpa manusia (di masa lalu). Pelajaran yang baik itu agar dijadikan peringatan buat mereka akan pembalasan Allah SWT (terhadap mereka yang durhaka). Firman Allah SWT:

وَجِدْلُهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

Maksudnya:...dan bantahlah mereka dengan cara yang baik...

yang memberi makna orang-orang yang dalam rangka menyeru mereka diperlukan perdebatan dan bantahan. Maka hendaklah hal ini dilakukan dengan cara yang baik. yaitu dengan lemah lembut, tutur kata yang baik, serta cara yang bijak. Ayat ini sama pengertiannya dengan ayat lain yang disebutkan oleh firman-Nya:

وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ ۖ

Maksudnya: Dan janganlah kamu berdebat dengan Ahli Kitab, melainkan dengan cara yang paling baik, kecuali dengan orang-orang zalim di antara mereka..

(Surah Al-'Ankabut: 46)

Allah Swt. memerintahkan Nabi SAW untuk bersikap lemah lembut, seperti halnya yang telah Dia perintahkan kepada Musa dan Harun, ketika keduanya diutus oleh Allah SWT kepada Fir'aun, yang kisahnya disebutkan oleh Allah SWT melalui firman-Nya:

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى ٤٤

Maksudnya: maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut".

(Surah Thaha: 44)

Dalam surah lain firman Allah SWT:

إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ١٢٥

Maksudnya: ...Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang sesat dari jalan-Nya.

(An-Nahl: 125)

Maksudnya, Allah telah mengetahui siapa yang celaka dan siapa yang berbahagia di antara mereka, dan hal tersebut telah dicatat di sisi-Nya serta telah dirampungkan kepastiannya. Maka serulah mereka untuk

menyembah Allah, dan janganlah kamu merasa kecewa (bersedih hati) terhadap orang yang sesat di antara mereka. Karena sesungguhnya bukanlah tugasmu memberi mereka petunjuk. Sesungguhnya tugasmu hanyalah menyampaikan, dan Kamilah yang akan menghisab. Dalam ayat yang lain disebutkan oleh firman-Nya:

إِنَّكَ لَا تَهْدِي مَنْ أَحْبَبْتَ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ٥٦

Maksunya: Sesungguhnya kamu tidak akan dapat memberi petunjuk kepada orang yang kamu kasihi, tetapi Allah memberi petunjuk kepada orang yang dikehendaki-Nya, dan Allah lebih mengetahui orang-orang yang mau menerima petunjuk.

(Surah Al-Qasas: 56)

﴿لَيْسَ عَلَيْكَ هُدَاهُمْ وَلَكِنَّ اللَّهَ يَهْدِي مَنْ يَشَاءُ﴾

Maksudnya: Bukanlah kewajibanmu menjadikan mereka mendapat petunjuk, akan tetapi Allah-lah yang memberi petunjuk (memberi taufiq) siapa yang dikehendaki-Nya.

(Surah Al-Baqarah: 272)

Berdasarkan kepada tafsiran ayat 125 Surah al-Nahl yang menggalakkan pendakwah untuk mangajak manusia ke arah kebaikan dengan pendekatan yang hikmah lagi bijaksana. Hikmah di sini bermaksud hikmah dari sudut pendekatan dakwah, isi kandungan dan metodologi yang sesuai. Selain itu, dakwah yang dituntut hendaklah mengikuti arus dan peredaran zaman serta bersesuaian dengan adat dan budaya Masyarakat setempat. Oleh itu, penggunaan platform media sosial menjadi pilihan yang utama dalam menyebarkan ilmu bagi kebanyakan pendakwah di dalam mahupun luar negara.

Platform media sosial telah mengubah sepenuhnya cara manusia berinteraksi, berkongsi kandungan dan berkomunikasi antara satu sama lain. TikTok, YouTube, Instagram dan X (sebelum ini dirujuk sebagai Twitter) hanyalah sebahagian kecil daripada banyak platform media sosial yang tersedia. Perkhidmatan ini terkenal dengan ciri-ciri yang unik serta bilangan pengguna yang besar. Secara amnya, setiap platform media sosial mempunyai ciri-ciri yang tersendiri yang memenuhi pelbagai aspek dari segi komunikasi, hiburan dan penglibatan sosial. Ditubuhkan pada tahun 2005, YouTube ialah laman web perkongsian video paling popular di seluruh dunia. Ia menyediakan arkib kandungan video yang besar, termasuk strim siaran langsung, vlog, dan pelajaran serta pengajaran di samping deretan video muzik.

Manakala Instagram bermula sebagai perisian perkongsian foto yang dilancarkan pada tahun 2010 dan kemudiannya diperolehi oleh Facebook (kini Meta) pada 2012. Sejak itu, ia telah berkembang menjadi rangkaian media sosial yang sempurna. Ia menawarkan ciri-ciri seperti IGTV untuk filem yang lebih panjang dan Kekili untuk bahan gaya TikTok yang lebih pendek, selain membenarkan pengguna bertukar cerita, gambar dan video. Instagram adalah mengenai perkongsian visual, jadi niat utama semua orang adalah untuk berkongsi dan mencari hanya foto dan video terbaik. Setiap profil pengguna mempunyai kiraan "Pengikut" dan "Mengikuti", yang mewakili bilangan orang yang mereka mengikuti dan berapa ramai pengguna lain yang mengikuti mereka. Setiap profil pengguna mempunyai butang yang boleh anda ketik untuk mengikuti mereka. Jika pengguna menetapkan profil mereka kepada peribadi, mereka perlu meluluskan permintaan anda dahulu.

Sejak penubuhannya pada 2016 oleh syarikat permulaan China ByteDance, TikTok telah berkembang menjadi suatu media platform yang masyur dan viral di seluruh dunia. Ia amat disukai oleh khalayak muda kerana ia menyediakan tempat yang menarik untuk ciri pembuatan video mudah alih yang pendek serta mudah untuk dibuat. Media sosial X, yang menukar namanya daripada Twitter pada 2023, ialah tapak microblogging yang terkenal dengan format pesanan ringkas dan pertukaran maklumat masa nyata. X ialah platform ulasan, berita dan perbualan sosial yang diasaskan pada tahun 2006. Pengguna boleh menyiarkan dan berkomunikasi dengan satu sama lain menggunakan 280 aksara. Apabila digabungkan, saluran ini menunjukkan kepelbagaian dan tenaga media sosial. Selain menggalakkan komunikasi dan keseronokan, mereka juga mempunyai kesan terhadap pendapat umum, budaya dan perubahan sosial. TikTok, YouTube, Instagram dan X ialah beberapa platform unik yang membolehkan pengguna menyambung, menghasilkan dan menggunakan maklumat dalam era digital, sama ada melalui video pendek, kandungan visual berbentuk panjang atau tweet ringkas.

Objektif kajian adalah suatu komponen penting dalam mana-mana projek penyelidikan, yang menggariskan matlamat dan tujuan kajian. Objektif tersebut membimbing proses penyelidikan, membantu memastikan penyiasatan kekal fokus dan relevan. Objektif penyelidikan yang ditakrifkan dengan baik menyediakan hala tuju dan struktur yang jelas untuk penyelidikan, membantu dalam perumusan hipotesis, pemilihan metodologi, dan analisis data. Artikel ini bertujuan untuk mengupas aktiviti dakwah yang dilakukan di media sosial dan mengkaji pendakwah terpilih yang aktif menggunakan media sosial sebagai medium penyebaran ilmu Islam

2. Sorotan Literatur

2.1 Pembelajaran Ilmu Islam

Pembelajaran Ilmu Islam di Malaysia telah berkembang dengan pesat melalui penggunaan teknologi, terutama dalam era digitalisasi. Pelbagai platform teknologi seperti aplikasi mudah alih, laman web, dan kursus dalam talian telah digunakan untuk memperluas akses kepada ilmu Islam. Sebagai contoh, aplikasi Quran digital, video ceramah di YouTube, dan modul e-pembelajaran di institusi pendidikan tinggi telah membantu pelajar memahami Islam secara lebih mendalam dan interaktif (Ahmad et al., 2020). Selain itu, pengenalan kepada teknologi realiti maya dan kecerdasan buatan turut memperkayakan pengalaman pembelajaran melalui simulasi haji dan tanya-jawab automatik berkaitan isu agama. Usaha ini tidak hanya meningkatkan keberkesanan pembelajaran tetapi juga menjadikan ilmu Islam lebih inklusif dan mudah diakses oleh masyarakat umum (Ismail & Rahman, 2019).

2.2 Dakwah Melalui Media

Islam dan dakwah adalah suatu kebangkitan yang seiring. Lebih jelas lagi jika dikatakan bahawa dakwah adalah sebahagian dari ajaran Islam yang tidak dapat dibezakan. Hubungan yang erat antara ajaran Islam dan aktiviti dakwah membuka sebuah penelitian dan panduan yang boleh digunakan oleh semua pihak yang terlibat dalam aliran dan ajaran Islam itu sendiri. Media dakwah membawa maksud saluran dakwah atau saluran sesuatu isi dakwah disampaikan kepada pengguna dan masyarakat. Dalam bahasa Arab ia disebut *wasilah al-da'wah* – wasilah dakwah. Berdakwah dalam Islam bukan sekadar berceramah semata-mata, ianya meliputi aspek bagaimana dakwah itu harus diatur dan disusun menjadi sebuah program yang mesti dijalankan secara sistematik. Media menjadi salah satu wasilah dakwah yang digunakan oleh para pendakwah pada masa kini. Sebagaimana media banyak membantu komunikasi dan penyebaran maklumat dalam kalangan Masyarakat. Ia juga banyak membantu gerakan dakwah dalam sesebuah organisasi mahupun individu itu sendiri dalam memperjuangkan amanah Allah di muka bumi.

Media dalam Islam juga membantu para pendakwah untuk memahami audien dakwah mereka. Etika dalam komunikasi media yang efektif akan membuat audien dakwah percaya kepada pendakwah dan akan mengungkapkan masalah mereka. Pendakwah mempunyai tanggungjawab untuk berkontribusi untuk berdakwah melalui pendekatan yang sesuai dan sesuai dengan tingkat audien melalui saluran media yang efektif pada masa kini, mengingat populariti dan peranan media sebagai alat yang memiliki manfaat yang besar.

Pendakwah di Malaysia semakin aktif menggunakan media sosial untuk menyebarkan ilmu agama dan mendekati masyarakat, terutamanya golongan muda. Antara contoh pendakwah yang terkenal ialah Ustaz Ebit Lew, yang menggunakan platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube untuk berkongsi ceramah, nasihat, serta aktiviti kebajikan beliau. Selain itu, Ustaz Azhar Idrus juga terkenal dengan video ceramah beliau yang sering dimuat naik di YouTube dan dikongsi secara meluas di Facebook. Pendekatan ini membolehkan mereka menjangkau audiens yang lebih besar dan memberikan impak positif kepada masyarakat dalam memahami Islam dengan cara yang lebih relevan dan mudah diakses (Rahman et al., 2021).

2.3 Peranan Sosial Media Dalam Penyebaran Ilmu

YouTube yang dilancarkan pada tahun 2005 dan merupakan tapak web perkongsian video paling popular di seluruh dunia. Pengguna boleh melaporkan, melanggan pengguna lain, memuat naik, melihat, menyemak, berkongsi dan menambah video pada senarai main. Klip video, coretan program TV, video muzik, penstriman langsung, rakaman audio, filem pendek dan dokumentari dan banyak lagi semuanya disertakan dalam kandungan. YouTube merupakan sumber maklumat yang hebat. Ramai orang dari seluruh dunia boleh belajar melalui tutorial, kuliah dan filem ilustrasi mengenai pelbagai disiplin melalui saluran pendidikan. Platform ini penting untuk pengedaran berita kerana ia membolehkan wartawan bebas dan organisasi berita memberikan akses ilmu percuma kepada masyarakat.

Sejak pengenalannya pada 2016 oleh ByteDance, TikTok telah berkembang menjadi salah satu rangkaian media sosial yang paling penting, terutamanya dengan khalayak yang lebih muda. Pengguna boleh membuat, berkongsi dan mencari filem pendek pada platform yang biasanya ditetapkan kepada muzik dan bertahan antara 15 hingga 30 saat. Salah satu faktor utama yang menyumbang kepada populariti TikTok ialah sistem rekomendasi yang sangat maju. Algoritma TikTok ialah suatu sistem kompleks yang menggunakan kecerdasan buatan dan pembelajaran mesin untuk menilai tingkah laku pengguna dan memberikan cadangan kandungan yang disesuaikan. Halaman Untuk Anda (FYP), iaitu suapan video yang dipilih dengan teliti yang muncul apabila anda mula-mula menggunakan apl itu, dikuasakan oleh algoritma TikTok. FYP ialah koleksi video yang dipilih secara algoritma daripada pencipta terkenal dan kurang dikenali, yang diperibadikan dan berbeza daripada suapan media sosial standard yang kebanyakannya memaparkan kandungan.

Instagram ialah platform social media visual yang dilancarkan pada tahun 2010 dan dibeli oleh Facebook (kini Meta) pada tahun 2012. Fokus utamanya adalah pada perkongsian gambar dan video. Kini, IG menambahkan lebih banyak ciri, seperti IG Stories, IGTV, Reels dan Shopping. Instagram telah dilancarkan secara teknikal pada 6 Okt. 2010. Dalam masa tiga bulan, ia telah mengumpul satu juta akaun. Walau bagaimanapun, permulaannya bermula pada 2009 apabila Kevin Systrom, seorang graduan Universiti Stanford berusia 27 tahun, bekerja di Nextstop, sebuah syarikat permulaan cadangan perjalanan. Systrom sebelum ini pernah bekerja di Google (GOOG) sebagai syarikat bersekutu pembangunan korporat dan telah menjalani latihan di Odeo, sebuah syarikat yang kemudiannya akan berubah menjadi Twitter (kini X).

X ialah platform microblogging yang pertama kali dilancarkan sebagai Twitter pada tahun 2006 dan terkenal dengan keringkasannya, dengan penerbitan (dahulunya dikenali sebagai tweet) dihadkan kepada 280 aksara. X kerap digunakan untuk perbualan, pengedaran berita dan perkongsian maklumat masa nyata. Aspek masa nyata X adalah salah satu ciri yang membezakannya dengan media social yang lain. Apabila sebarang kejadian atau acara berlaku, pengguna berkongsi berita, menerbitkan kemas kini dan mengadakan perbualan. Oleh kerana kesegeraannya, X telah menjadi platform yang sangat diperlukan untuk personaliti awam, ahli politik dan wartawan untuk berinteraksi dengan orang ramai.

Media sosial memainkan peranan penting dalam penyebaran ilmu Islam di Malaysia, terutamanya dalam memudahkan akses kepada maklumat agama dan mendekatkan masyarakat dengan ajaran Islam. Platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan YouTube digunakan oleh pendakwah, institusi Islam, dan organisasi bukan kerajaan untuk berkongsi ceramah, hadis, tafsir al-Quran, dan panduan ibadah secara visual dan interaktif. Contohnya, banyak masjid dan surau kini mempunyai akaun media sosial untuk menyiarkan kelas agama secara langsung atau berkongsi rakaman ceramah. Selain itu, platform seperti TikTok telah menarik perhatian golongan muda dengan pendekatan dakwah yang kreatif dan ringkas. Pendekatan ini bukan sahaja memperluas jangkauan ilmu Islam, tetapi juga meningkatkan penglibatan masyarakat dalam aktiviti keagamaan (Ismail & Zulkifli, 2022).

2.3.1 Kepentingan Media Sosial Untuk Penyebaran Ilmu Islam

Perkembangan platform media sosial sangat mengubah cara ilmu pengetahuan dikongsi. Platform ini membolehkan pengguna mengakses dan berkongsi ilmu pengetahuan dengan cepat di seluruh dunia. Ini memudahkan aktiviti penyebaran maklumat serta ilmu dengan cepat. Ulasan ini memperlihatkan bagaimana media sosial memainkan peranan dalam perkongsian ilmu pengetahuan. Ia memaparkan penyelidikan dan sudut pandangan (POV) yang berbeza mengenai bagaimana asas seperti Facebook, YouTube, Instagram, TikTok dan Twitter (kini X) membantu mengetengahkan dan menyebarkan maklumat.

Laman media sosial adalah platform berkuasa yang digunakan untuk perkongsian maklumat. Mengikut definisi yang disediakan oleh Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial membawa maksud koleksi program berasaskan web yang berkembang berdasarkan asas teknologi dan ideologi Web 2.0 yang memudahkan pengeluaran dan perkongsian kandungan yang dicipta oleh pengguna. Perkongsian maklumat telah melalui fasa revolusi kerana platform ini secara alami, telah meningkatkan kebolehpakaian dan interaktiviti untuk para pengguna.

Media sosial mempunyai kesan yang signifikan terhadap sektor profesional dan akademik. Sebagai contoh, Twitter biasanya digunakan untuk rangkaian dan komunikasi dalam bidang akademik. Veletsianos (2012) memberi tumpuan kepada bagaimana Twitter membolehkan ahli akademik berinteraksi dengan rakan sekerja mereka di seluruh dunia, berkongsi penemuan penyelidikan, dan mempunyai perbualan ilmiah. Platform ini menggalakkan projek penyelidikan koperasi dan membolehkan pertukaran idea masa nyata.

Maklumat yang dikongsi di media sosial sering diragui kualiti dan kepercayaan mereka. Hal ini kerana, platform media sosial ini membenarkan sesiapa sahaja untuk menerbitkan kandungan. Ini menghasilkan campuran maklumat antara yang boleh dipercayai dan yang tidak boleh dipercayai. Kajian Lewandowsky, Ecker, dan Cook (2017) mendapati bahawa para pengguna merasa sukar untuk membezakan antara sumber yang boleh dipercayai dan yang tidak boleh dipercayai di media sosial kerana kekurangan sumber dan kajian yang tepat. Masalah ini menekankan betapa pentingnya mengajar pengetahuan digital supaya pengguna dapat menilai kesahihan maklumat yang diterbitkan.

Media sosial menjadi platform yang sangat penting dalam penyebaran ilmu Islam di Malaysia kerana ia memudahkan akses kepada maklumat agama secara meluas dan pantas. Dengan lebih 30 juta pengguna internet di Malaysia, platform seperti Facebook, YouTube, TikTok, dan Instagram memberikan ruang kepada pendakwah dan organisasi Islam untuk berkongsi ceramah, tafsir al-Quran, hadis, dan panduan ibadah. Contohnya, saluran YouTube seperti "Islamic Relief Malaysia" dan halaman Facebook "Ustaz Azhar Idrus Official" menyediakan kandungan berbentuk video ceramah, kuliah agama, dan sesi soal jawab interaktif yang boleh diakses oleh masyarakat pada bila-bila masa. Pendekatan ini juga memanfaatkan fungsi siaran langsung (live streaming), yang memungkinkan komuniti mengikuti kelas agama tanpa batasan lokasi dan masa (Ahmad et al., 2021).

Selain itu, media sosial berperanan dalam menarik minat generasi muda terhadap ilmu Islam melalui pendekatan kreatif dan interaktif. Sebagai contoh, platform TikTok digunakan oleh pendakwah seperti Ustazah Asma' Harun untuk berkongsi mesej Islamik dalam bentuk video pendek yang menarik. Inisiatif ini membantu

mengatasi cabaran kecenderungan generasi muda terhadap media hiburan dengan menawarkan kandungan yang sesuai dengan gaya hidup mereka. Pendakwah juga menggunakan Instagram untuk berkongsi infografik dan nasihat ringkas yang mudah difahami. Kepentingan ini membuktikan bahawa media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga medium transformasi sosial yang efektif dalam memperkukuh kefahaman Islam di kalangan masyarakat moden (Ismail & Zulkifli, 2022).

3. Metodologi Kajian

Kajian kualitatif ini menerusi pendekatan tinjauan terhadap platform media yang digunakan oleh pendakwah di Malaysia dan institusi autoriti. Kajian ini menggunakan jurnal – jurnal berkaitan kajian media sosial sebagai rujukan utama dalam pengumpulan data. Selain itu, penulisan dan perkongsian daripada laman web juga menjadi rujukan sekunder bagi memastikan kesahihan sumber maklumat. Data yang diperoleh seterusnya dianalisis secara sistematik untuk memperoleh Keputusan kajian. Selain itu, data turut diperoleh daripada platform media sosial itu sendiri dengan cara mencari dan melihat video dan posting yang berkaitan dengan penyebaran ilmu agama di platform sosial itu sendiri.

Jadual 1 *Jenis media sosial dan pendakwah*

Jenis media	Link Akaun	Nama Pendakwah
Youtube	https://www.youtube.com/@ustazwadiannuar	Ustaz Wadi Anuar
Youtube	https://www.youtube.com/@UstazAzharIdrusOfficial	Ustaz Azhar Idrus
Youtube	https://www.youtube.com/@UstazMuhaizadOfficial	Ustaz Muhaizad
Instagram	https://www.instagram.com/ustaz_auni_mohamed/?hl=en	Ustaz Auni
Youtube	https://www.youtube.com/@ustadzabdulesomadoofficial	Ustaz Abdul Somad

4. Hasil Kajian

Platform media sosial telah merevolusikan banyak aspek kehidupan kontemporari, salah satunya adalah perkongsian maklumat agama. Kajian ini adalah untuk melihat cara-cara ajaran agama disebarkan dan wacana awam mengenai isu kerohanian dijalankan di laman media sosial seperti Facebook, YouTube, Instagram, dan TikTok. Hasilnya menekankan kelebihan, kesukaran, dan kesan umum menggunakan media sosial untuk penyertaan dan pendidikan agama.

Salah satu kelebihan terbesar penggunaan media sosial untuk menyebarkan maklumat agama adalah ia mampu untuk mencapai penonton di seluruh dunia. Dengan ramainya pengguna di laman media sosial seperti Facebook dan YouTube, pendakwah dan organisasi agama dapat menyebarkan ajaran mereka kepada individu di banyak negara dan budaya. Contohnya, saluran YouTube agama mungkin menarik jutaan penonton dengan menerbitkan dan memuat naik video khutbah, ceramah dan perbincangan agama yang tersedia sepanjang masa. Antara contoh video di youtube ialah (<https://www.youtube.com/watch?v=kFPF9IWwbY>). Ini ialah video Ustaz Muhaizad berkenaan soal jawab tentang agama.

Bagi orang yang kekurangan sumber atau masa untuk menghadiri majlis-majlis keagamaan secara peribadi, media sosial mampu menyediakan akses itu kepada mereka. Pengguna yang tinggal di rumah, kawasan luar bandar, atau tinggal di lain-lain negara yang mempunyai akses untuk mengikuti mana-mana program keagamaan, Contohnya, mereka boleh mengambil bahagian dalam acara keagamaan yang disiarkan secara langsung di dalam talian seperti Facebook, Instagram dan TikTok. Peluang pembelajaran yang interaktif yang mungkin tidak disediakan oleh cara ceramah dan kuliah tradisional dapat dipenuhi oleh media sosial. Pengedaran kandungan yang pantas dan menarik melalui cerita dan video pendek yang boleh menggabungkan sesi Soal Jawab, perbualan langsung dan tinjauan interaktif dimungkinkan oleh platform seperti Instagram dan TikTok. Interaktif ini meningkatkan kefahaman dan interaksi dengan maklumat agama.

Media sosial ialah tempat yang sesuai untuk kumpulan agama dalam talian berkembang. Semangat kemasyarakatan dan kekitaan akan dipupuk oleh kumpulan tersebut dan halaman-halaman yang dikhususkan untuk kepercayaan agama tertentu akan dibentuk untuk tujuan penyebaran dan perbincangan. Dengan membenarkan ahli dan pengguna bertanya soalan, ini menggalakkan mereka untuk berkongsi pengalaman, manakala organisasi ini mengukuhkan ikatan persaudaraan dalam komuniti tersebut. Antara tokoh agamawan yang aktif menggunakan platform media sosial untuk berinteraksi dengan masyarakat ialah Ustaz Wadi Anuar. Beliau kerap membuat siaran langsung untuk ceramah beliau. Link TikTok beliau ([@ustazwadiannuarofficial](https://www.tiktok.com/@ustazwadiannuarofficial)) Official | TikTok membolehkan pengguna untuk mengikuti setiap ceramah atau video yang beliau terbitkan. Selain itu, Ustaz Wadi Anuar juga telah disahkan kesahihan ilmu agama beliau oleh jabatan-jabatan terlibat. Antara ceramah beliau yang menarik ialah tentang “Persiapan Kita untuk Menghadapi Akhir Zaman” di (https://www.youtube.com/watch?v=LM_UNHTJESs)

Di bawah diselitkan contoh-contoh video dan ulasan penceramah serta organisasi berkanun tentang pengeluaran hukum dan penyebaran ilmu kepada masyarakat.

Jadual 2 Senarai platform media dan topik

Bil	Jenis media	Nama penceramah	Topik
1	Youtube	Ustaz Wadi Anuar	Akhir Zaman: Ramai Pemimpin Sufaha'
2	Youtube	Ustaz Azhar Idrus	Hukum Solat Sembur Perfume Berakohol
3	Youtube	Ustaz Azhar Ideus	Hukum Membuat Puasa 6 Baru Ganti Puasa Wajib
4	Youtube	Ustaz Auni	Hakikat Penciptaan Manusia
5	TikTok	Ustaz Azhar Idrus	Hukum Letak Nama Anak Yang Tiada Makna
6	Youtube	Ustaz Muhaizad	Kuliah Perdana: Solat Cara Nabi
7	Youtube	Ustaz Muhaizad	Kitab Zahratul Murid: Kisah Nabi Daud dan Nabi Sulaiman
8	Youtube	Ustaz Abdul Somad	Kegilaan Orang Yahudi

Selain daripada platform media sosial, beberapa organisasi berautoritas telah membangunkan laman web khusus mereka untuk tujuan laporan dan rujukan kepada masyarakat. Hal ini kerana organisasi ini merupakan badan berkanun yang berada di bawah kuasa negeri dan Raja masing-masing. Oleh itu, untuk menggunakan platform media sosial menjadi suatu perkara yang tidak formal dan harus dipertingkatkan agar setaraf dengan bidang kuasa mereka. Antara contoh terbaik ialah Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) yang menjadi sumber rujukan utama bagi seluruh rakyat Malaysia. Selain daripada itu, beberapa organisasi lain yang berada di bawah naungan kuasa seperti Pejabat Mufti Johor yang berkhidmat di negeri Johor.

Jadual 3 Senarai laman web dan topik

Bil	Platform	Organisasi	Permasalahan
1	Laman Web	Pejabat Mufti Wilayah Persekutuan	Hukum Mempercayai Dan Memuat Turun Aplikasi Zodiak
2	Laman Web	Pejabat Mufti Wilayah Persekutuan	Kenapa Kita Diberi Pilihan Sedangkan Takdir Telah Ditetapkan Oleh Allah
3	Laman Web	Pejabat Mufti Wilayah Persekutuan	Hukum Guna Wang Pendaftaran Sebagai Hadiah
4	Laman Web	Pejabat Mufti Johor	Hukum permainan kuda kepang
5	Laman Web	JAKIM	Menanam Rambut di Kepala
6	Laman Web	JAKIM	Laman Web Rasmi JAKIM

5. Kesimpulan

Sebagai kesimpulan, manfaat penggunaan media sosial sebagai medium untuk menyebarkan pengetahuan agama adalah sangat transformatif. Platform-platform ini telah menjadikan ajaran agama lebih mudah diakses, menarik, dan relevan dengan audien. Dengan penggunaan platform media sosial, pendakwah dapat mencapai komuniti yang lebih luas, sekaligus mewujudkan persekitaran rohani yang lebih inklusif dan interaktif. Selain itu, pendakwah yang menggunakan platform media sosial untuk menyebarkan ilmu dimana ilmu mereka dapat diakses dan dirujuk oleh semua orang pada bila-bila masa. Untuk memanfaatkan sepenuhnya peluang ini, adalah penting untuk memperbaiki kekurangan platform media sosial dengan bijaksana. Ini dapat memastikan penyebaran ajaran Islam melalui media sosial tetap berkredibiliti, terhormat, dan berkesan. Masa depan pendidikan dan penglibatan agama tidak dapat dipisahkan dengan evolusi berterusan kerana ajaran Islam dapat disebarkan dengan lebih berkesan.

Kajian tentang analisis penggunaan platform media sosial bagi penyebaran ilmu Islam menunjukkan bahawa media sosial merupakan medium yang sangat efektif dalam mendekatkan masyarakat dengan ajaran Islam, terutamanya dalam era digital. Kajian kes yang dijalankan mendapati bahawa platform seperti Facebook,

Instagram, TikTok, dan YouTube digunakan secara meluas oleh pendakwah dan institusi Islam untuk berkongsi kandungan agama seperti ceramah, hadis, panduan ibadah, dan sesi soal jawab interaktif. Pendekatan ini bukan sahaja memudahkan akses kepada maklumat agama tanpa batasan masa dan tempat tetapi juga memperluaskan jangkauan dakwah kepada golongan muda yang lebih cenderung kepada penggunaan teknologi. Walaupun terdapat cabaran seperti penyebaran maklumat yang tidak sahih dan kurangnya kawalan terhadap komen negatif, manfaat yang diperoleh daripada penggunaan media sosial jauh mengatasi kekurangannya. Oleh itu, usaha berterusan untuk memperkasakan kandungan Islamik yang berkualiti dan strategi penggunaan media sosial yang berkesan sangat diperlukan untuk memaksimumkan impaknya dalam memperkukuh kefahaman dan penghayatan Islam dalam kalangan masyarakat.

Penghargaan

Penulis ingin merakamkan ucapan terima kasih kepada Institut Ahli Sunnah Wal Jamaah, Universiti Tun Hussein Onn Malaysia kerana memberi ruang kepada penulis untuk menjalankan kajian berkaitan dengan tajuk ini. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada semua pihak yang membantu semasa menjalankan tugas sebagai Latihan Industri.

Konflik Kepentingan

Penulis tiada konflik kepentingan dalam penulisan dan penerbitan artikel ini.

Sumbangan Penulis

*Penulis ingin menyatakan sumbangan setiap penulis dalam penulisan artikel ini seperti berikut: **konsep dan gaya penulisan:** Ahmad Arif Bin Shaharizan, Nur Zainatul Nadra Zainol; **pengumpulan data:** Ahmad Arif Shaharizan; **analisis data dan interpretasi data:** Ahmad Arif Shaharizan, Nur Zainatul Nadra Zainol; **penyediaan draf penulisan:** Ahmad Arif Shaharizan, Nur Zainatul Nadra Zainol. Semua penulis telah menilai dapatan kajian dalam manuskrip akhir artikel ini.*

Rujukan

- Al-Quran al-Karim
- Amanda Hetker. (2024). Twitter. <https://www.techtarget.com/whatis/definition/Twitter>
- Ahmad, N., Hassan, R., & Zulkifli, M. (2020). Digitalizing Islamic education: A study on trends and challenges in Malaysia. *Journal of Islamic Studies*.
- Ahmad, N., Hassan, R., & Zulkifli, M. (2021). Digital transformation in Islamic education: Social media as a tool for dakwah. *Journal of Islamic Studies*.
- Borham, A. H. (2018). Media baharu dan impak terhadap dakwah. *Sains Humanika*, 10(3-4).
- Caroline Forsey. (2021). What Is Twitter and How Does It Work? <https://blog.hubspot.com/marketing/what-is-twitter>
- Donelan, H. (2016). Social media for professional development and networking opportunities in academia. *Journal of Further and Higher Education*, 40(5), 706-729.
- Fajrussalam, H., Farhatunnisa, G., Realistiya, R., Rosyani, W. A., & Rahmawati, Y. (2023). Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Pengembangan Dakwah Islam. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 2337-2447.
- Floridi, L. (2014). The ethical impact of data science. In *The ethics of information*. Oxford University Press.
- Greenhow, C., & Lewin, C. (2016). Social media and education: Reconceptualizing the boundaries of formal and informal learning. *Learning, Media and Technology*, 41(1), 6-30.
- Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014, May). What we instagram: A first analysis of instagram photo content and user types. In *Proceedings of the international AAAI conference on web and social media* (Vol. 8, No. 1, pp. 595-598).
- Influencer Marketing Hub. (2024). What Is TikTok? – Everything You Need to Know in 2024. <https://influencermarketinghub.com/what-is-tiktok/#toc-0>
- Ismail, R., & Zulkifli, A. M. (2022). Social media as a tool for Islamic education: Insights from Malaysia. *Journal of Islamic Communication Studies*.
- Ismail, S., & Rahman, A. (2019). The impact of technology in teaching Islamic studies: A Malaysian perspective. *International Journal of Education and Development*.
- Jasmi, K. A. (2012). Metodologi pengumpulan data dalam penyelidikan kualitatif. *Kursus Penyelidikan Kualitatif Siri*, 1(2012), 28-29.
- Jenkins, H., Ito, M., & boyd, d. (2016). *Participatory culture in a networked era: A conversation on youth, learning, commerce, and politics*. Polity Press.

- Jima'ain, M. T. A. (2023). Dawah in the Digital Age: Utilizing Social Media for the Spread of Islamic Teachings. *Journal of Current Social and Political Issues*, 1(1), 1-7.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Khan, M. M. (1986). *Sahih Bukhari*. Peace Vision.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K. H., & Cook, J. (2017). Beyond misinformation: Understanding and coping with the "post-truth" era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, 6(4), 353-369.
- Meek, D. (2012). YouTube and social movements: A phenomenological analysis of participation, events and cyberspace. *Antipode*, 44(4), 1429-1448.
- [Pejabat Mufti Wilayah Persekutuan - Utama \(muftiwp.gov.my\)](http://muftiwp.gov.my)
- Rahman, N. A., Yusof, M., & Ahmad, S. (2021). *The role of social media in promoting Islamic knowledge: A Malaysian perspective*. *Journal of Islamic Media Studies*.
- Siddiqui, A. H. (1976). *Sahih Muslim*. Peace Vision.
- Steve Biko. (2024). Decoding The TikTok Algorithm: A Data Science Perspective on Social Media Engagement. <https://moringaschool.com/blog/decoding-the-tiktok-algorithm-a-data-science-perspective-on-social-media-engagement/#content>
- Veletsianos, G. (2012). Higher education scholars' participation and practices on Twitter. *Journal of Computer Assisted Learning*, 28(4), 336-349.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151.
- Wahid, M. S. F. A., Ridzuan, A. R., Ridzuan, N. L., Nasrin, N. A., Wahab, I. N. A. A., Djuyandi, Y., & Durani, N. (2023). The Acceptance Of Tiktok As A Da'wah And Learning Platform. *I-iECONS e-proceedings*, 407-415.
- YouTube, L. L. C. (2011). YouTube. Retrieved, 27, 2011.
- Zakariya, N., & Mohamad, A. D. (2013). Media sebagai wasilah dakwah. *Al-Hikmah*, 5, 92-99.