



INTERNATIONAL JOURNAL OF LAW,
GOVERNMENT AND COMMUNICATION
(IJLGC)

www.ijlgc.com



TINGKAH LAKU PENCARIAN MAKLUMAT ISLAM DI MEDIA
SOSIAL DALAM KALANGAN SAUDARA BAHARU: KAJIAN
RINTIS

*ISLAMIC INFORMATION SEEKING BEHAVIOUR IN MEDIA SOCIAL AMONG
MUALLAF: PILOT STUDY*

Nur'Aina Nabila Dundai Abdullah^{1*}

¹ Department of English and Communication, Universiti Islam Selangor, Malaysia

Email: nurainabila@kuis.edu.my

* Corresponding Author

Article Info:

Article history:

Received date: 03.01.2024

Revised date: 01.02.2024

Accepted date: 22.02.2024

Published date: 13.03.2024

To cite this document:

Abdullah, N. A. N. D. (2024). Tingkah Laku Pencarian Maklumat Islam Di Media Sosial Dalam Kalangan Saudara Baharu: Kajian Rintis. *International Journal Of Law, Government And Communication*, 9 (35), 56-73.

DOI: 10.35631/IJLGC.935006

This work is licensed under [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



Abstrak:

Media sosial semakin diterima masyarakat di seluruh dunia sebagai medium pencarian maklumat termasuklah maklumat keagamaan kerana mudah diakses. Saudara baharu merupakan saudara yang baharu dalam Islam. Mereka masih banyak lagi belum menguasai kefahaman tentang agama Islam sepenuhnya. kemunculan media sosial boleh dimanfaatkan untuk mencari maklumat Islam bagi membantu meningkatkan kefahaman serta amalan Islam mereka. Kajian ini dijalankan untuk mengenalpasti aplikasi media sosial yang digunakan, jenis maklumat Islam yang dicari dan tingkah laku pencarian maklumat Islam di media sosial dalam kalangan saudara baharu. Data dikumpul melalui kaedah kuantitatif secara tinjauan terhadap 30 saudara baharu di sekitar Lembah Klang. Satu set borang soal selidik diedarkan secara bersemuka dan juga secara *online* kepada responden. Perisian *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) digunakan bagi tujuan menganalisis data. Data dianalisis secara deskriptif: kekerapan, min dan sisihan piawai. Hasil kajian rintis mendapati aplikasi YouTube (Min=5.60) dan WhatApps (min=4.30) antara yang tertinggi digunakan untuk mencari maklumat Islam. Mereka juga mencari pelbagai maklumat Islam di media sosial seperti hukum hakam, ceramah agama, kelas mengaji dan sedekah. Mereka juga mencari maklumat agama Islam untuk meningkatkan kefahaman dan ibadah mereka. Bacaan ujian kebolehpercayaan bagi dimensi tingkah laku pencarian maklumat agama ialah dengan nilai Cronbach Alpha $\alpha=.97$. Kajian ini memberikan gambaran serta kefahaman kepada umum tentang penggunaan media sosial dan tingkah laku pencarian maklumat Islam di media sosial dalam kalangan saudara baharu. Walau bagaimana pun kajian rintis ini masih lagi terbatas dan memerlukan lebih banyak kajian bagi mendalami dan mengembangkan ilmu tingkah laku pencarian maklumat Islam dalam kalangan saudara baharu.

Kata Kunci:

Sosial Media, Tingkah Laku, Pencarian Maklumat, Islam, Saudara Baharu

Abstract:

Social media is increasingly accepted by people around the world as a medium for searching for information including religious information as it is easily accessible. Muallaf is an individual who has recently converted to Islam. Many of them not yet mastered the full understanding of Islam. The emergence of social media can be used to search an Islamic information to improve their understanding and to practice of Islam. This study was conducted to identify the social media application used, the type of an Islamic information sought and the behavior of searching for an Islamic information on social media among muallaf. Data was collected through a quantitative method by surveying 30 of muallaf around Klang Valley. A set questionnaires are distributed face to face and online (*Google Form*). The statistical Package for Social Sciences (SPSS) software are used to analyzing reliability and descriptive tests. The result of the pilot test found that WhatsApps (mean=5.96) and YouTube (mean=5.60) applications were among the highest used to find an Islamic information. They also look for various Islamic information on social media such as hukum hakam, religious talks, recital classes and sedekah. They also seek Islamic religious information to improve their understanding and worship (ibadah). The reliability test for dimension of behavior of religious information seeking accepted with value Cronbach Alpha $\alpha=.976$. This study provides an overview and general understanding of the use of social media and the behavior of Islamic information seeking on social media among muallaf. However this pilot study is still limited and requires more studies to explore the Islamic information seeking behavior among muallaf.

Keywords:

Media Social, Behaviour, Information Seeking, Islam, Muallaf

Pengenalan

Penggunaan media sosial pada era teknologi maklumat dan komunikasi kini semakin signifikan dalam mempengaruhi proses komunikasi dan interaksi manusia. Fenomena ini menciptakan dunia tanpa sempadan. Menurut Filo, Lock, dan Karg (2015), media sosial merupakan teknologi media baharu yang memudahkan interaktiviti dan kolaborasi, membolehkan pengguna untuk mencipta dan berkongsi kandungan bersama. Media sosial juga memungkinkan individu, kumpulan, dan organisasi berinteraksi serta berkomunikasi dengan berkongsi kandungan dan maklumat dalam pelbagai format seperti teks, foto, imej, video dan format digital yang lain. Dalam konteks komunikasi Islam, media sosial memainkan peranan penting sebagai medium untuk menyampaikan idea, mesej, dan maklumat (Ismail, Muda, dan Ahmad 2021).

Berdasarkan laporan Internet World Stats (2023) setakat Januari 2023, pengguna media sosial di Malaysia telah mencapai 26.80 juta orang. Dari jumlah tersebut, 48.6 peratus adalah wanita dan 51.4 peratus adalah lelaki (<https://www.internetworldstats.com/stats.htm>). Kadar penembusan internet sebanyak 96.8 peratus menunjukkan Malaysia menduduki tempat yang ke 10 dalam hal penggunaan internet di dunia dengan 30.25 juta penduduknya aktif sebagai

pengguna media sosial. Ini menegaskan bahawa media sosial telah menjadi suatu platform penting untuk berkomunikasi dan berinteraksi dalam masyarakat Malaysia, serta menunjukkan betapa signifikannya pengaruh internet dalam kehidupan harian penduduk negara ini.

Internet juga menawarkan banyak saluran kepada masyarakat siber untuk mengakses pelbagai pengetahuan termasuk pengetahuan keagamaan (Hasan & Haron, 2019). Masyarakat Islam kini cenderung menggunakannya untuk tujuan menyebarkan dakwah, menyampaikan ceramah agama, mencari dan mengakses maklumat berkaitan dengan Islam, termasuk jawapan mengenai rukun, ritual, isu semasa, dan juga masalah harian. Internet dan laman web Islam menjadi platform utama digunakan untuk menyampaikan pelbagai maklumat Islam yang melibatkan aspek mazhab, ideologi, situasi politik, sosial, dan ekonomi dalam masyarakat (Salleh & lain-lain., 2022). Oleh itu, media sosial boleh menjadi alat yang berkuasa untuk mempromosikan ajaran dan acara keagamaan dalam kalangan masyarakat.

Kemajuan teknologi komunikasi berperanan penting dalam perkembangan ilmu pengetahuan termasuklah ilmu keagamaan. Teknologi ini juga membantu pengguna akses kepada maklumat pelbagai bidang dan ilmu pengetahuan melalui perkongsian pemilik akaun media sosial, sama ada melalui penulisan ataupun secara visual. Ruang siber dan internet kini menjadi platform utama untuk menyebarkan agama (El Naggat, 2014). Alat mikroblog yang popular juga memungkinkan pendakwah berkongsi dan menyampaikan ajaran secara lebih kreatif dan berinovatif (Cheong, 2014). Secara umumnya, media sosial memainkan peranan penting dan memberi manfaat dalam aktiviti keagamaan manusia.

Perkembangan laman rangkaian sosial (SNS) hari ini juga telah meningkatkan penglibatan masyarakat dalam bidang keagamaan. Masyarakat hari ini mudah mendapat pendedahan berkaitan Islam melalui media sosial seperti Facebook, *Facebook*, *newsgroup*, *e-group* dan lain-lain (Borham 2018). Laman-laman media sosial juga berperanan sebagai platform komunikasi yang lengkap, menyediakan pelbagai kemudahan lain seperti ruangan web peribadi, ruangan perkongsian ilmu, ruangan perbincangan forum, e-mel, ruang sembang dan untuk memuat naik gambar dan video serta perisian permainan secara dalam talian. Ini membantu pengguna dengan mudah akses kepada maklumat berkaitan Islam, seperti tafsir al-Quran, hadith, kuliah agama, kelas fardu ain, dan pengajian al-Quran melalui laman sosial media. Minarti dan lain-lain., (2023) turut mengesahkan bahawa media sosial berpotensi besar menjadi alat pembelajaran yang berkesan untuk pendidikan agama Islam di mana kuliah video, artikel, dan soalan-jawapan agama boleh diakses dengan mudah selain boleh dimanfaatkan oleh pendakwah Islam atau dai'e untuk menyampaikan dakwah kepada orang ramai.

Menurut Cloete (2016), hubungan antara media dan agama menjadi fokus penyelidikan yang semakin meluas, memperlihatkan peranan penting media dalam konteks keagamaan. Oleh itu, media sosial juga turut memainkan peranan penting dalam meningkatkan pemahaman agama Islam serta memperluaskan pengetahuan agama dalam kalangan umat Islam dan juga di luar komuniti tersebut. Lantaran itu, Abdul Halim dan lain-lain., (2019) berpendapat media sosial berperanan yang penting terutamanya dalam proses komunikasi Islam sebagai medium menyampaikan idea, mesej, dan maklumat. Sosial media dapat digunakan secara efektif untuk mencari, mempelajari, dan berkongsi maklumat berkaitan dengan agama.

Pada masa lalu, ilmu agama diperolehi melalui membaca buku-buku agama, menghadiri majlis keagamaan, menonton televisyen, atau mendengar radio, tetapi kini kemajuan teknologi

mbolehkan ilmu agama diperolehi melalui media sosial. Keadaan ini menggambarkan trend perubahan dalam konteks keagamaan, di mana teknologi digital telah meningkatkan keterlibatan masyarakat secara rohaniah dan spiritual (Campbell and Connelly, 2020).

Orang ramai cenderung mencari maklumat untuk memenuhi pelbagai keperluan maklumat mereka. Pelbagai kajian telah dijalankan untuk mengkaji tingkah laku pencarian maklumat dalam konteks yang berbeza. Antara bidang kajian yang telah diusahakan termasuklah prestasi akademik dan pelajar (Miraj & lain-lain., 2021); politik (Abdullah & lain-lain., 2021); kesihatan (Ayub & lain-lain., 2017; Hassan & lain-lain., 2022), pembangunan kerjaya (Crowley and High 2018) dan tingkah laku pencarian maklumat agama (Abdullah, 2018; Almobarraz, 2016; Amrullah & lain-lain., 2019; Hasan & Haron, 2019; Mustaffa & lain-lain., 2019; Rahman & lain-lain., 2015). Kajian-kajian ini menunjukkan kepelbagaian minat dan keperluan masyarakat dalam mencari maklumat. Dalam era digital kini, kefahaman terhadap tingkah laku pencarian maklumat memainkan peranan penting memacu pembangunan masyarakat dalam pelbagai aspek termasuklah bidang keagamaan.

Dalam konteks keagamaan, Brubaker dan Haigh (2017) menggambarkan tingkah laku pencarian maklumat sebagai suatu usaha untuk memenuhi keperluan kerohanian. Dari perspektif Teori Kegunaan dan Kepuasan, Ratcliff & lain-lain., (2017) menjelaskan bagaimana media sosial digunakan untuk memenuhi keperluan keagamaan. Oleh itu, penggunaan media sosial tidak hanya sebagai hiburan semata, tetapi juga berperanan sebagai medium yang digunakan aktiviti pembelajaran agama.

Pernyataan Masalah

Menurut Nur Najwa Hanani Abd Rahman, Akmaliza Abdullah, Abdul Hafiz Abdullah (2022), istilah "saudara baharu" merujuk kepada seseorang yang baru memeluk agama Islam, yang juga dikenali sebagai mu'alaf. Di Malaysia, mereka ini menerima bantuan dalam bentuk bimbingan ilmu agama dan sokongan kebajikan untuk membantu mereka dalam penghayatan agama Islam. Kini, terdapat peningkatan jumlah individu yang memeluk Islam, dan jumlah ini terus meningkat setiap tahun. Sebagai contoh, laporan menyatakan bahawa sebanyak 5,220 mu'alaf telah mendaftarkan pengislaman mereka di Majlis Agama Islam Selangor (MAIS) sepanjang tempoh 2022 hingga Jun 2023 (Berita Harian Online, 30 Julai 2023).

Bagi individu yang baru memeluk Islam, mereka kerap berhadapan dengan berbagai-bagai konflik, termasuk cabaran perubahan agama dan penerimaan dari lingkungan sekitar. Oleh itu, dalam fasa yang penuh cabaran ini, saudara baharu memerlukan sokongan motivasi, nasihat, dan sokongan sosial yang kukuh dari pelbagai pihak untuk membantu mereka agar mereka dapat merasa tenang dalam mengamalkan syariat Islam. Mereka juga menghadapi kesulitan dalam mendalami ilmu agama. Di sinilah peranan penting media sosial bukan sahaja menyediakan pelbagai kandungan dakwah dan perkongsian pengalaman tetapi dalam masa yang sama membantu memperkuat saudara baharu mendalami ilmu agama Islam serta memperkuat keyakinan mereka terhadap agama baharu yang mereka anuti. Sebagai contoh, apabila berhadapan dengan konflik kepercayaan, mencari maklumat tentang agama Islam dan meningkatkan pengetahuan agama dapat membantu mereka membuat keputusan untuk memilih Islam sebagai landasan kehidupan baharu mereka (Noreha Che Abah, Asmawati Suhid, & Fathiyah Mohd Fakhruddin, 2019).

Lantaran itu, tidak hairanlah internet semakin diterima sebagai saluran utama untuk mencari maklumat berkaitan agama (Hasan & Haron, 2019). Bagi saudara baharu yang baharu memeluk

Islam, mereka kini dapat mengakses maklumat mengenai Islam yang disediakan oleh umat Muslim dari seluruh dunia melalui media sosial (Ting, 2019). Oleh itu, media sosial membawa pelbagai kelebihan dan umat Islam tidak lagi berhadapan dengan kekekangan untuk mencari maklumat berkaitan Islam.

Seperti halnya dengan media konvensional lainnya, media sosial juga dianggap memainkan peranan penting dalam mendukung tingkah laku pencarian maklumat keagamaan. Ini menunjukkan perkembangan yang positif untuk umat Islam di Malaysia, terutamanya bagi saudara baharu. Memahami kepelbagaian fungsi media sosial dalam masyarakat Islam, penyelidik merasakan perlunya kajian ini dilakukan untuk mengenalpasti media sosial yang digunakan, maklumat Islam yang dicari dan tingkah laku pencarian maklumat Islam di media sosial dalam kalangan saudara baharu.

Objektif Kajian

Kajian ini bertujuan untuk:

1. Menenalpasti jenis media sosial yang digunakan untuk mencari maklumat Islam.
2. Menenalpasti maklumat Islam yang dicari oleh saudara baharu dalam media sosial.
3. Menenalpasti tingkah laku pencarian maklumat Islam di media sosial dalam kalangan saudara baharu.

Kajian Literatur

Berdasarkan penemuan Umar dan Samsudin (2011) dalam kajian mereka di Indonesia, golongan muda memiliki akses yang tinggi kepada internet untuk melayari web e-agama. Keterlibatan mereka dalam e-agama ini didorong oleh motivasi teknologi dengan tujuan mencari maklumat yang berkaitan isu-isu dalam Islam seperti hukum, pelaksanaan haji dan umrah, perkembangan isu-isu kontempori dalam Islam dan dunia Muslim, sejarah Nabi, serta mencari nasihat mengenai jodoh dan tafsiran hukum Islam. Kajian Susilawati & lain-lain., (2021) juga menunjukkan bahawa media sosial merupakan medium pembelajaran agama Islam yang sangat relevan untuk mendidik generasi Z, kerana golongan ini sangat akrab dengan penggunaan media sosial.

Basri dan Murtadlo (2019) melaporkan bahawa media massa dan media sosial berperanan penting sebagai alat pembelajaran agama Islam. Motivasi menggunakan media sosial tidak hanya terbatas pada tujuan hiburan dan pencarian maklumat peribadi, tetapi juga berkait dengan pengalaman, waktu, dan kepuasan (Al-Menayes 2015). Selain itu, dalam konteks keagamaan, media menawarkan akses yang cepat, percuma dan mudah dapat memenuhi keperluan maklumat tentang Islam dan Al-Quran, bahkan boleh menggantikan sumber bercetak dan penerbitan yang terkini (Wan-Chik, 2014). Ini menunjukkan bahawa media sosial memainkan peranan penting dalam menyediakan pelbagai maklumat dan pengetahuan berkaitan Islam yang boleh digunakan oleh masyarakat Muslim di seluruh dunia.

Salleh & lain-lain., (2022) menyimpulkan bahawa ciri-ciri tertentu pada internet, seperti reka letak halaman web yang teratur dan penyusunan data serta maklumat yang rapi, adalah antara faktor penting mempengaruhi penggunaan internet sebagai prasarana mencari maklumat Islam secara atas talian. Media sosial merangsang penglibatan dan penyertaan aktif melalui kandungan interaktif, kuiz, dan perbincangan, menjadikan persekitaran pembelajaran Islam yang dinamik (Minarti dan lain-lain., 2023). Misalnya Facebook dapat menyediakan kandungan kerohanian, yang mendorong pengguna memanfaatkannya untuk mendapatkan bimbingan rohani dan mengakses sumber-sumber keagamaan (Brubaker & Haigh, 2017).

Semasa pandemik Covid-19, Aunul dan Handoko (2022) menemui bahawa platform media sosial digunakan untuk mempromosikan kandungan agama melalui *live streaming*, perjumpaan secara maya, mengikuti akaun media sosial Islamik, serta menyertai kumpulan perbincangan agama Islam seperti menerusi WhatsApp. Platform media sosial adalah penting dalam menyampaikan mesej dakwah (Mohamed Mokhtar & Hassan, 2021). Hasil kajian Ahmad & lain-lain., (2015) juga mendedahkan bahawa penggunaan aplikasi kerohanian mudah alih dalam kalangan warga emas, sebagai contoh bertujuan untuk mempelajari tajwid dan mendengar bacaan al-Quran. Dalam konteks ini, Åhman dan Thorén (2021) menjelaskan bahawa penggunaan media sosial cenderung untuk menggalakkan perkongsian kandungan secara terbuka, atau boleh juga dipanggil amalan terbuka. Ini menunjukkan masyarakat semakin menerima internet dan media sosial sebagai medium penting dan terdapat kecenderungan orang ramai memilih media sosial untuk tujuan keagamaan.

Media sosial memainkan peranan penting dalam menyebarkan isu-isu berkaitan halal kepada masyarakat. Kamarulzaman & lain-lain., (2016) mendapati laman web media sosial juga penting untuk mencari dan mengesahkan sumber makanan halal. Dapatan Adzharuddin dan Yusoff (2018) turut membuktikan faktor agama dan sikap individu memainkan peranan penting dalam menggalakkan tingkah laku pencarian maklumat produk halal. Dalam konteks *halal holiday*, Wingett dan Turnbull (2017) melaporkan faktor seperti makanan halal, kemudahan eksklusif untuk wanita, dan kod pakaian dianggap sebagai perkhidmatan dan kemudahan yang diharapkan, sementara ketiadaan alkohol merupakan isu penting bagi pelancong Islam. Sementara Adel dan lain-lain., (2020) mendapati isu halal juga sebagai salah satu faktor utama yang mempengaruhi dalam memilih destinasi pelancongan terutamanya ke negara bukan Islam dalam kalangan pelancong Muslim.

Penggunaan platform media sosial untuk mendapatkan maklumat terus meningkat. Platform media sosial membolehkan orang ramai di seluruh dunia berkongsi maklumat dengan pantas. Bagaimanapun, penyebaran maklumat palsu antara cabaran yang mesti dihadapi sehingga menimbulkan keraguan dan ketidakpercayaan terhadap kredibiliti media sosial sebagai medium maklumat agama. Dalam konteks ini, Aïmeur & lain-lain., (2023) menyatakan golongan ini adalah terdiri daripada sekumpulan orang yang tidak menyedari kesan penyebaran maklumat yang salah. Selain itu, pengguna boleh menilai terlebih dahulu kebolehpercayaan maklumat untuk memastikan maklumat tersebut datang daripada sumber yang betul (Almobarraz 2016). Pengguna internet juga boleh mengaplikasikan konsep tabayyun untuk membantu mereka lebih sedar, berprinsip serta menjadi pengguna yang bermoral semasa mencari dan menerima maklumat di internet (Mohamad Rosman & Rasit, 2020).

Metodologi Penyelidikan

Kajian ini merupakan kajian kes yang menggunakan pendekatan kuantitatif dan Menurut Queiros dan lain-lain. (2017), penggunaan pendekatan kuantitatif ini membolehkan analisis statistik diukur secara lebih tepat dan boleh dipercayai. Kaedah tinjauan (*survey*) digunakan sebagai teknik untuk mengumpulkan data dengan mengedarkan satu set soal selidik kepada responden yang sudi bekerjasama. Walau bagaimanapun, pengkaji juga turut membantu sekiranya mereka memerlukan sebarang bantuan. Selain itu, soal selidik juga turut diedarkan secara dalam talian menggunakan *Google Form* (GF) yang disebarikan melalui Facebook dan aplikasi WhatApps.

Kajian rintis ini melibatkan seramai 30 orang responden saudara baharu. Responden telah ditemubual di *Hidayah Centre Foundation* (HCF) di Kajang, Selangor semasa kelas pengajian

agama pada sekitar jam 5 petang pada tarikh 18 Julai 2023. Instrumen soal selidik juga diedarkan secara dalam talian menggunakan format Google Form dengan menghantar pautan soalan kepada responden di sekitar Lembah Klang sekitar pertengahan bulan Julai 2023 sehingga Ogos 2024. Responden yang digunakan untuk tujuan kajian rintis ini dipilih berdasarkan teknik pensampelan bertujuan, yang merujuk kepada prosedur pensampelan di mana sekumpulan subjek yang mempunyai ciri-ciri tertentu dipilih sebagai responden kajian.

Pembinaan instrumen kajian ini, pengkaji menggunakan soalan yang diadaptasi dari kajian terdahulu. Untuk mengukur maklumat Islam yang dicari, pengkaji telah menyesuaikan item-item yang digunakan dalam kajian oleh Umar dan Samsudin A. Rahim (2011). Untuk mengkaji tingkah laku pencarian maklumat Islam di media sosial, pengkaji juga telah menyesuaikan soalan dengan mengadaptasi soalan daripada Asghar (2015) dan mengubahsuainya mengikut konteks kajian ini. Dua orang pakar penilai dalam bidang komunikasi juga telah dilantik untuk menilai kesahan kandungan serta konstruk kajian.

Skala Likert tujuh mata digunakan sebagai alat pengukuran untuk menilai maklumat Islam yang dicari dan tingkah laku pencarian maklumat Islam di media sosial. Bagi maklumat Islam yang dicari di media sosial, skala Likert yang digunakan adalah seperti berikut: (1) tidak pernah, (2) jarang-jarang, (3) sekali-sekala, (4) kadang-kadang, (5) agak kerap, (6) kerap, dan (7) sangat kerap. Mana kala tingkah laku pencarian maklumat Islam di media sosial pula menggunakan skala Likert (1) sangat tidak bersetuju; (2) tidak bersetuju; (3) agak tidak bersetuju; (4) tidak pasti; (5) agak bersetuju; (6) bersetuju; (7) sangat bersetuju.

Analisis ujian kebolehpercayaan menunjukkan pekali kebolehpercayaan Alpha Cronbach untuk item maklumat Islam yang dicari dan tingkah laku pencarian maklumat Islam di media sosial ialah $\alpha=0.92$ dan $\alpha=0.97$. Ini menunjukkan bahawa instrumen yang digunakan dalam kajian ini mempunyai nilai kebolehpercayaan sangat tinggi dan item dalam soal selidik ini sesuai untuk mengukur tingkah laku pencarian maklumat Islam di media sosial dalam kalangan saudara baharu. Menurut Hair dan lain-lain. (2010) nilai kebolehpercayaan bagi instrumen penyelidikan yang memperoleh nilai Alpha Cronbach minimum 0.7 dianggap boleh dipercayai. Ini bermakna instrumen soal selidik ini mampu mengukur perkara yang ingin diukur dengan melebihi nilai maksimum. Penilaian interpretasi bagi nilai kebolehpercayaan kajian ini berdasarkan Jadual 1.

Bagi tujuan menganalisis data, pengkaji menggunakan perisian *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 21*. Data dianalisis secara deskriptif, iaitu menggunakan data kekerapan, peratusan, min, dan sisihan piawai yang ditunjukkan dalam bentuk jadual. Skala interpretasi skor min oleh Nik Mohd Rahimi (2004) (dalam Yusri et al., 2011) telah digunakan bagi menentukan tahap skor bagi setiap nilai min. Menurut skala ini, skor min dari 1.00 hingga 3.00 dianggap sebagai tahap rendah, skor min dari 3.01 hingga 5.00 dianggap sebagai tahap sederhana, dan skor min dari 5.01 hingga 7.00 dianggap sebagai tahap tinggi.

Jadual 1: Nilai Alpha Cronbach

| | Cronbach's Alpha | Description |
|---|------------------|-------------|
| 1 | <0.60 | Weak |
| 2 | 0.60 to 0.69 | Moderate |
| 3 | 0.70 to 0.79 | Good |
| 4 | 0.79 to 0.89 | Very Good |
| 5 | 0.90 to 1.00 | Excellent |

Sumber: Hair et al., (2010)

Hasil Kajian

Data Demografi

Taburan profail demografi merujuk kepada jantina, umur, pendidikan, tempat tinggal, etnik, status perkahwinan dan juga tahun memeluk Islam responden. Jadual 2 menunjukkan seramai 30 orang responden yang menyertai kajian rintis ini, 10 orang lelaki (33.3 %) dan 20 orang perempuan (66.7 %). Dari segi umur, dua orang (6.7%) berusia 16-20 tahun, tiga orang (10 %) berusia 21-25 tahun, dua orang (7.7 %) berusia antara 26-30 tahun, enam (6) orang (20 %) berusia 31-35 tahun, tiga orang (10 %) berusia 36-40 tahun, empat orang (13.3 %) berusia 41-45 tahun, empat orang (13.3 %) berusia 46-50 tahun, seorang (3.3 %) berusia 51-55 tahun, empat orang (13.3 %) berusia 56-60 tahun dan seorang (3.3%) berusia 60 ke atas.

Jadual 2: Taburan Profile Demografi Responden Kajian (N=30)

| | Jumlah | Peratusan |
|-------------------|--------|-----------|
| Jantina | | |
| Lelaki | 10 | 33.3 |
| Perempuan | 20 | 66.7 |
| Umur | | |
| 16-20 | 2 | 6.7 |
| 21-25 | 3 | 10 |
| 26-30 | 2 | 6.7 |
| 31-35 | 6 | 20 |
| 36-40 | 3 | 10 |
| 41-45 | 4 | 13.3 |
| 46-50 | 4 | 13.3 |
| 51-55 | 1 | 3.3 |
| 56-60 | 4 | 13.3 |
| 60 ke atas | 1 | 3.3 |
| Pendidikan | | |
| UPSR | 2 | 6.7 |
| PMR/PT3 | 1 | 3.3 |
| SPM/SPV | 11 | 36.7 |
| STPM | 6 | 20 |
| Ijazah sarjana | 8 | 26.7 |
| Sarjana | 2 | 6.7 |
| Ph.d | - | - |

Tempat Tinggal

| | | |
|--------------|----|------|
| Putrajaya | - | |
| Kuala Lumpur | 7 | 23.3 |
| Petaling | 4 | 13.3 |
| Klang | 2 | 6.7 |
| Gombak | 2 | 6.7 |
| Hulu Langat | 13 | 43.3 |
| Kuala Langat | - | - |
| Sepang | 2 | 6.7 |

Etnik

| | | |
|------------------------------|----|----|
| Cina | 6 | 20 |
| India | 6 | 20 |
| Bumiputera Sabah dan Sarawak | 15 | 50 |
| Orang Asli | - | - |
| Lain-lain | 3 | 10 |

Status Perkahwinan

| | | |
|-----------------|----|------|
| Bujang | 7 | 23.3 |
| Berkahwin | 17 | 56.7 |
| Janda/duda/balu | 6 | 20 |

Tahun memeluk Islam

| | | |
|---------------------|----|------|
| Kurang dari setahun | - | - |
| 1-2 tahun | 2 | 6.6 |
| 3-4 tahun | 5 | 16.7 |
| 5 tahun | 23 | 76.7 |

Dapatan kajian menunjukkan bahawa dalam kalangan responden, 36.7% mempunyai latar belakang pendidikan Sijil Pelajaran Malaysia (SPM), 26.7% memiliki Ijazah Sarjana Muda, 20% merupakan individu yang mempunyai SPM, 6.7% memegang sijil Ujian Penilaian Sekolah Rendah (UPSR), 3.3% mempunyai sijil Penilaian Menengah Rendah (PMR), dan 6.7% lagi mempunyai Ijazah Sarjana.

Dari segi tempat tinggal 23.3% responden dari Kuala Lumpur, 13.3% dari Petaling, 6.7% dari daerah Klang, 6.7% dari Gombak, 43.3% dari Hulu Langat, dan 6.7% dari Sepang. Dari segi etnik pula, 20% merupakan Cina, 20% dari India, 50% adalah Bumiputera Sabah dan Sarawak, dan 10% dari etnik lain.

Daripada jumlah responden, 23.3% masih bujang, 56.7% sudah berkahwin, dan 20% berstatus Janda/Duda/Balu. Dari segi tahun memeluk Islam, 6.6% telah memeluk Islam selama 1-2 tahun, 16.7% selama 3-4 tahun, dan 76.7% sudah memeluk Islam selama 5 tahun.

Penggunaan Media Sosial Untuk Mencari Maklumat Islam

Jadual 3 menunjukkan taburan penggunaan media sosial untuk memperoleh maklumat Islam. Dapatan kajian menunjukkan skor min keseluruhan 2.91 (SP=1.20). Hasil kajian mendapati YouTube (min=5.60: SP=5.49) dan WhatSapp (min=4.30: SP=2.13) adalah dua platform yang

tertinggi digunakan berbanding yang lain. Keadaan ini mungkin disebabkan oleh ciri-ciri YouTube yang menyampaikan maklumat dalam bentuk audio dan visual menjadikannya sangat popular dalam kalangan responden. Kemudian disusuli penggunaan TikTok (min=4.23: SP=2.34), Facebook (min=3.90:SP=2.23), Instagram (min=3.20: SP=2.34), Telegram (min=2.73: SP=21.83), Twitter/X (min=2.20: SP=1.82), Snapchat (min=1.86: SP=1.43), Skype (min=2.20: SP=1.82), Snapchat (min=1.46: SP=1.33), WeChat (min=1.26: SP=.69).

Jadual 3: Nilai Skor Min Penggunaan Media Sosial Untuk Carian Maklumat Islam

| | Nilai Min | Sisihan Piawai | Interpretasi |
|------------------------|-------------|----------------|---------------|
| WhatSapp | 4.30 | 2.13 | Sederhana |
| Facebook | 3.90 | 2.23 | Sederhana |
| Instagram | 3.20 | 2.34 | Sederhana |
| Twitter/X | 2.20 | 1.82 | Rendah |
| TikTok | 4.23 | 2.44 | Sederhana |
| YouTube | 5.60 | 5.49 | Tinggi |
| Telegram | 2.73 | 1.83 | Rendah |
| Snapchat | 1.86 | 1.43 | Rendah |
| Tumblr | 1.33 | 0.75 | Rendah |
| Skype | 1.46 | 1.13 | Rendah |
| WeChat | 1.26 | 0.69 | Rendah |
| Min keseluruhan | 2.91 | 1.20 | Rendah |

Walaupun min keseluruhan rendah, dapatan kajian menunjukkan YouTube antara platform media sosial yang utama digunakan untuk mendapatkan maklumat berkaitan Islam dalam kalangan saudara baharu. Dapatlah disimpulkan YouTube, WhatsApp, dan TikTok menjadi pilihan utama bagi saudara baharu untuk mendapatkan maklumat berkaitan Islam.

Maklumat Islam Yang Dicari Di Media Sosial

Dalam instrumen ini terdapat 24 item yang dibangunkan mewakili konstruk maklumat Islam yang dicari dalam media sosial. Dapatan kajian menunjukkan skor min keseluruhan bagi maklumat Islam yang dicari di media sosial adalah 5.35 (SP=1.60). Nilai min yang tinggi ini menunjukkan responden secara aktif mencari maklumat Islam yang relevan untuk memenuhi keperluan maklumat mereka sekaligus boleh membantu mereka menjalani kehidupan sebagai muslim yang taat.

Jadual 4: Nilai Skor Min Bagi Maklumat Islam Yang Dicari Di Media Sosial

| | Nilai Min | Sisihan Piawai | Interpretasi |
|-------------------------|-----------|----------------|--------------|
| Hukum hakam | 6.03 | 5.31 | Tinggi |
| Tajwid | 4.46 | 1.73 | Sederhana |
| Motivasi | 4.80 | 1.51 | Sederhana |
| Ceramah agama | 5.13 | 1.85 | Tinggi |
| Isu semasa | 4.56 | 1.71 | Sederhana |
| Ilmu perbandingan agama | 4.40 | 1.94 | Sederhana |
| Zikir dan doa | 5.43 | 1.50 | Tinggi |
| Hiburan | 3.83 | 1.70 | Sederhana |
| Haji/umrah | 4.00 | 1.61 | Sederhana |
| Perkahwinan | 2.93 | 1.96 | Rendah |
| Tafsiran hadis | 4.33 | 1.86 | Sederhana |

| | | | |
|------------------------|-------------|-------------|---------------|
| Kelas mengaji | 5.20 | 1.74 | Tinggi |
| Solat | 5.36 | 1.65 | Tinggi |
| Puasa | 4.80 | 1.80 | Sederhana |
| Jual beli | 4.00 | 1.64 | Sederhana |
| Makanan halal | 4.53 | 1.56 | Sederhana |
| Restoran halal | 4.93 | 1.52 | Sederhana |
| Perlancongan Islam | 3.60 | 2.04 | Sederhana |
| Buku agama | 4.53 | 1.90 | Sederhana |
| Akidah | 4.86 | 1.67 | Sederhana |
| Syariah | 4.86 | 1.87 | Sederhana |
| Sirah Nabi | 4.83 | 1.70 | Sederhana |
| Zakat | 4.50 | 1.73 | Sederhana |
| Sedekah | 5.00 | 1.92 | Tinggi |
| Min keseluruhan | 5.35 | 1.60 | Tinggi |

Jadual 4 menunjukkan dapatan maklumat Islam yang dicari oleh saudara baharu di media sosial. Analisis data deskriptif menunjukkan beberapa item yang mencapai skor min tertinggi seperti hukum hakam (min=6.00: SP=5.31) yang menunjukkan responden aktif mencari maklumat berkaitan hukum Islam. Selanjutnya, hasil kajian menunjukkan tingkah laku responden mencari maklumat mengenai zikir dan doa (min=5.43: SP=1.50), solat (min=5.36: SP=1.65), kelas mengaji (min=5.20: SP=1.74), ceramah agama (min=5.13: SP=1.85), dan sedekah (min=5.00: SP=1.92) juga mencapai skor yang tinggi. Kesemua ini membuktikan bahawa saudara baharu menunjukkan minat yang tinggi dalam aspek-aspek keagamaan.

Selain itu, aspek lain yang turut diukur termasuklah mencari maklumat berkaitan restoran halal (min=4.93:SP=1.52), akidah (min=4.86: SP=1.67), syariah (min=4.86: SP=1.87), motivasi (min=4.80: SP=1.81), puasa (min=4.80: SP=1.80), buku agama (min=4.53: SP=1.90), makanan halal (min=4.53: SP=1.56). Mana kala item lain seperti hiburan (min= 3.83: SP=1.70), perlancongan Islam (min=3.60: SP=2.04), perkahwinan (min=2.93: SP=1.96) mendapat skor yang lebih rendah, menunjukkan minat yang rendah dalam maklumat berkaitan dengan aspek tersebut.

Secara keseluruhannya, kajian ini menunjukkan minat yang tinggi dalam aktiviti-aktiviti keagamaan seperti zikir, doa, solat, kelas mengaji, ceramah agama dan sedekah. Walau bagaimanapun, minat mereka cenderung lebih rendah terhadap aspek-aspek seperti hiburan, pelancongan Islam, dan perkahwinan. Melalui keterlibatan aktif dalam aktiviti pencarian maklumat Islam membantu saudara baharu memperkukuhkan akidah serta pemahaman agama mereka.

Tingkah Laku Pencarian Maklumat Islam Di Media Sosial

Jadual 5 memaparkan skor min dan sisihan piawai bagi setiap item tingkah laku pencarian maklumat Islam di media sosial dalam kalangan saudara baharu. Dapatan kajian menunjukkan skor min keseluruhan bagi tingkah laku pencarian maklumat Islam di media sosial adalah 4.62 (SP=1.25) berada di tahap sederhana. Nilai min yang sederhana ini menunjukkan tingkah laku pencarian maklumat Islam di media sosial dalam kalangan saudara baharu masih dilihat sebagai kurang aktif. Keadaan ini mungkin pengaruhi oleh tahap pengetahuan agama mereka mungkin turut mempengaruhi tingkah laku pencarian maklumat Islam mereka. Keadaan ini

juga boleh dipengaruhi oleh kurangnya pengetahuan tentang proses pencarian maklumat di media sosial.

Kajian menunjukkan penggunaan media sosial memberikan gambaran yang positif dalam pelbagai aspek keagamaan dalam kalangan saudara baharu. Dapatan kajian mendapati penggunaan media sosial membantu mereka meningkatkan bacaan al-Quran (min=5.70; SP=1.34) dan meningkatkan kefahaman mereka tentang Islam (min=5.63; SP=1.35). Selain itu, penggunaan media sosial juga dianggap sebagai faktor yang meningkatkan ibadah kepada Allah (min=5.36; SP=1.92), memahami isu berkaitan fardu ain dengan lebih jelas (min=5.36; SP=1.82), memahami isu hukum hakam dengan lebih jelas (min=5.36; SP=1.86), meningkatkan amal soleh (min=5.33; SP=1.78), semangat solat berjemaah di masjid (min=6.26; SP=1.72), berkongsi maklumat Islam dengan orang lain (min=5.23; SP=2.01), dan berdakwah (min=5.03; SP=2.05).

Secara keseluruhan dapatan kajian ini memberikan gambaran mengenai bagaimana responden memanfaatkan media sosial sebagai sumber maklumat dan interaksi keagamaan dalam konteks Islam. Responden menunjukkan aktiviti menggunakan media sosial untuk pelbagai tingkah laku pencarian maklumat Islam, seperti untuk meningkatkan bacaan al-Quran, mencari maklumat berkaitan hukum hakam dalam Islam serta memperdalamkan pengetahuan tentang Islam. Oleh itu, penggunaan media sosial memainkan peranan penting dalam menyokong responden dalam mempertahankan dan memperkuat keyakinan mereka terhadap agama Islam, sekaligus membantu mereka dalam melaksanakan ajaran Islam dengan lebih baik. Harapannya, saudara baharu ini dapat terus konsisten dan teguh dalam pegangan agama Islam yang mereka pelajari.

Jadual 5: Skor Min Bagi Tingkah Laku Pencarian Maklumat Islam Di Media Sosial

| Saya mencari maklumat Islam di media sosial ... | Nilai Min | Sisihan Piawai | Interpretasi |
|---|-------------|----------------|------------------|
| Tingkatkan kefahaman tentang Islam. | 5.63 | 1.35 | Tinggi |
| meningkatkan ibadah kepada Allah. | 5.36 | 1.92 | Tinggi |
| meningkat semangat solat berjemaah di masjid. | 5.26 | 1.72 | Tinggi |
| mempertingkatkan amalan seperti membaca dan memahami ayat-ayat al-quran | 5.70 | 1.34 | Tinggi |
| membantu memahami tentang isu hukum hakam agama dengan lebih jelas | 5.36 | 1.86 | Tinggi |
| untuk memahami tentang isu fardu ain dengan lebih jelas. | 5.36 | 1.82 | Tinggi |
| Mencari jawapan kepada persoalan dalam Islam | 5.26 | 1.91 | Tinggi |
| untuk memahami isu-isu agama Islam dengan lebih berkesan. | 5.36 | 1.77 | Tinggi |
| meningkatkan amal soleh | 5.33 | 1.78 | Tinggi |
| berkongsi maklumat Islam dengan orang lain | 5.23 | 2.01 | Tinggi |
| berdakwah dengan orang lain. | 5.03 | 2.05 | Tinggi |
| Min keseluruhan | 4.62 | 1.25 | Sederhana |

Perbincangan Kajian

Dalam era kemajuan teknologi digital semasa, adalah penting bagi umat Islam untuk memanfaatkan penggunaan media sosial sebagai platform utama untuk mengakses maklumat Islam. Fenomena ini memberi peluang besar untuk berkongsi ajaran dan nilai Islam dalam

kalangan pengguna melalui dakwah dan bantuan mencari maklumat berkaitan agama. Ini selari dengan dapatan Umar dan Samsudin A. Rahim (2010) yang berpendapat bahawa keperluan maklumat agama mungkin mendorong masyarakat untuk menggunakan internet sebagai medium utama mereka untuk memenuhi keperluan tersebut.

Apabila mencari maklumat di media, setiap orang mengejar matlamat mereka sendiri mengikut keperluan mereka sendiri. Sebagai contoh, kajian menunjukkan maklumat yang dicari merangkumi perbuatan hukum, zikir dan solat, solat, kursus pengajian, kuliah, dan beberapa aspek lain. Keputusan ini juga konsisten dengan penemuan Mustaffa dan lain-lain., (2015) yang mendapati generasi muda mencari maklumat berkaitan bidang tasawwuf, syariah dan aqidah.

Dari segi aktiviti pencarian maklumat Islam, penemuan kajian ini sejajar dengan hasil kajian yang dilaporkan oleh Mustafa dan lain-lain., (2019) yang juga menunjukkan adanya pola pencarian yang tinggi dalam kalangan generasi muda, khususnya berkaitan dengan bidang Syariah. Mereka aktif mencari maklumat mengenai isu-isu seperti solat, aurat, dan hubungan antara lelaki dan wanita, yang menjadi fokus utama dalam pencarian mereka. Kesimpulannya, masyarakat, terutamanya generasi muda, cenderung mencari maklumat yang relevan dengan keperluan dan minat mereka. Ini mencerminkan bagaimana masyarakat memanfaatkan media sosial sebagai sumber maklumat agama.

Walaupun media sosial memudahkan akses kepada maklumat Islam, namun terdapat juga risiko yang tidak dapat dielakkan. Tidak semua maklumat yang dikongsi di media sosial boleh dipercayai. Oleh itu, umat Islam digalakkan supaya lebih berhati-hati dalam menilai maklumat yang diterima (Mohammad dan lain-lain., 2022). Mengamalkan sikap tabayyun ketika menggunakan internet dapat membantu umat Islam menjadi pengguna yang lebih berprinsip dan bermoral. Dengan mengesahkan maklumat sebelum menerima atau menyebarkannya, individu boleh menghalang penyebaran berita palsu, maklumat tidak sahih atau kandungan yang tidak selaras dengan nilai agama. Ini selaras dengan nilai Islam yang menekankan kebenaran, keadilan dan akhlak dalam tindakan seharian. Sikap Tabayyun juga berperanan penting dalam melindungi daripada dimanipulasi dan penyebaran maklumat yang bertentangan dengan doktrin agama. Dalam konteks ini, Mohamad Rosman dan Rasit (2020) menggalakkan pengguna untuk bertindak secara bijak dalam menggunakan maklumat dari internet, dengan tujuan membantu masyarakat menjadi lebih bertanggungjawab dan beretika dalam dunia digital. Mengamalkan sikap tabayyun membantu seseorang individu menentukan kebenaran maklumat melalui pengesahan dan penyelidikan yang teliti. Tindakan ini tidak hanya memperkuat keyakinan agama individu tersebut, tetapi juga membentuk pertahanan yang kukuh terhadap pengaruh maklumat yang mungkin merosakkan serta tidak sejajar dengan prinsip-prinsip keagamaan sebagaimana yang diajar Al-Quran dan as-Sunnah.

Pendapat ini juga turut disokong oleh Borham dan Ghani (2015). Internet kini diakui sebagai medium penting bagi memperoleh ilmu dan memahami Islam dalam masyarakat Islam. Walaupun teknologi ini penting, penggunaannya perlu dilakukan dengan bijak dan bertanggungjawab. Mereka juga menekankan bahawa terdapat aspek-aspek tertentu yang mungkin memberikan kesan negatif kepada kehidupan beragama masyarakat Islam. Hal ini sejajar dengan penemuan Amrullah dan lain-lain., (2019) yang mendapati berita palsu adalah antara halangan yang dihadapi ketika mencari maklumat tentang toleransi beragama.

Aktiviti menyantuni dan berdakwah dalam kalangan saudara baharu juga perlu diperkuat dan diperkukuhkan. Pembelajaran saudara baharu tidak terhad kepada pembelajaran Islam di masjid, tetapi juga boleh dilakukan melalui program bimbingan agama yang boleh diakses melalui agensi dakwah yang lain. Di samping itu, mereka juga perlu menjalani bimbingan agama yang lebih berstruktur bagi memastikan mereka mendapat pendidikan Islam yang benar dengan harapan mereka tidak kembali kepada agama asal.

Melalui pendidikan Islam, seseorang itu boleh dibimbing untuk mengamalkan ajaran Islam yang sebenar dalam kehidupan seharian. Dalam konteks ini, Othman dan lain-lain., (2021) antara manfaat aktiviti menyantuni saudara baharu adalah menyediakan bimbingan ajaran Islam yang berterusan, menjamin keharmonian dalam persaudaraan Islam, serta menyumbangkan kepada kesejahteraan dan bantuan kebajikan. Seiring dengan itu, Zuhaili dan lain-lain., (2021) turut menyatakan bahawa pendekatan dakwah terhadap saudara baharu perlu menggabungkan elemen pendekatan moden dan tradisional bagi memastikan keberkesanan program dakwah terhadap mereka. Pendekatan dakwah melalui media sosial diakui sebagai salah satu kaedah yang dapat membantu meningkatkan pembelajaran agama dengan membuat maklumat agama yang diperlukan menjadi lebih mudah dan cepat diperolehi.

Cadangan Kajian akan Datang

Tumpuan kajian akan datang boleh diberikan kepada kajian tentang tingkah laku pencarian maklumat Islam dalam kalangan saudara baharu berdasarkan latar belakang pendidikan untuk melihat sejauh mana faktor ini mempengaruhi tingkah laku pencarian maklumat Islam. Pengkaji juga mencadangkan agar kajian boleh diperluaskan dalam kalangan saudara baharu di kawasan lain atau negeri lain.

Kesimpulan

Dalam kajian ini, telah dilakukan analisis untuk mengenalpasti penggunaan media sosial dalam pencarian maklumat Islam, jenis maklumat Islam yang dicari, serta tingkah laku pencarian maklumat Islam dalam kalangan saudara baharu. Dapatan kajian turut menunjukkan bahawa media sosial telah menjadi platform bagi saudara baharu dalam mencari maklumat mengenai agama Islam. Kajian juga mendapati saudara baharu menggunakan media sosial bagi tujuan mendapatkan maklumat berkaitan. Selanjutnya, hasil kajian menunjukkan tingkah laku responden mencari maklumat mengenai zikir dan doa, solat, kelas mengaji, ceramah agama, sedekah, dan banyak lagi maklumat berkaitan. Dapatan kajian turut mendapati saudara baharu menggunakan media sosial untuk membantu mereka meningkatkan bacaan al-Quran, meningkatkan kefahaman mereka tentang Islam, untuk meningkatkan ibadah kepada Allah, serta untuk memahami isu berkaitan fardu ain dengan lebih jelas. Kelebihan media sosial dapat memberi sokongan kepada usaha mereka untuk lebih memahami, mendalami dan mempraktikkan ajaran Islam, membentuk asas ilmu agama yang kukuh, serta memperkukuhkan pegangan agama mereka. Jelasnya hasil kajian ini menunjukkan objektif kajian dapat dicapai dengan baik.

Secara tidak langsung, kehadiran dan penggunaan media sosial memberikan kelebihan kepada saudara baharu dalam meningkatkan aktiviti carian maklumat berkaitan Islam. Ini membantu secara positif dalam memperkukuh kelestarian agama Islam dalam kalangan saudara baharu. Kemudahan akses kepada maklumat agama melalui platform media sosial seperti YouTube, Twitter/X, Facebook, TikTok, dan sebagainya, membantu saudara baharu lebih aktif dan efisien dalam mencari maklumat keagamaan. Kelebihan ini dapat memberi sokongan kepada

usaha mereka untuk lebih memahami, mendalami dan mempraktikkan ajaran Islam, membentuk asas ilmu agama yang kukuh, serta memperkukuhkan pegangan agama mereka.

Dalam konteks Malaysia, media baharu telah menyediakan platform baharu kepada masyarakat Islam memperoleh dan memahami agama. Platform media sosial, termasuk YouTube, Twitter/X, Facebook, TikTok, dan lain-lain, berperanan penting dalam meningkatkan literasi agama dalam kalangan masyarakat. Platform-platform ini memberikan kemudahan kepada individu khususnya saudara baharu memperoleh maklumat berkaitan agama dengan lebih mudah. Media sosial juga merangsang pembentukan komuniti pembelajaran agama secara atas talian dengan menyediakan akses yang mudah dan sebaran maklumat yang cepat. Justeru, media sosial tidak hanya memperluaskan pengetahuan agama, malah memupuk interaksi dan saling bertukar-tukar fikiran dalam kalangan komuniti yang berkongsi minat keagamaan. Hal ini menggambarkan peranan media sosial yang semakin penting dan positif dalam memajukan literasi agama serta memperkuat ikatan keagamaan secara digital dalam kalangan umat Islam.

Kajian ini juga mempunyai kekangan dengan sampel yang terhad hanya kepada saudara baharu yang tinggal di Lembah Klang sahaja. Kajian ini mempunyai potensi yang tinggi untuk dikembangkan. Dapatan juga menunjukkan keperluan bagi saudara baharu untuk mencari maklumat Islam sebagai suatu usaha penglibatan aktif mereka meneroka dan mempelajari agama sebagai pegangan dan panduan kehidupan seharian mereka melalui teknologi komunikasi. Dapatan ini kemudiannya dapat membuka satu dimensi baharu dalam memahami tingkah laku pencarian maklumat Islam dalam kalangan individu baru. Melalui kajian ini kita dapat melihat pola tingkah laku pencarian maklumat Islam di media sosial dalam kalangan umat Islam di Malaysia khususnya saudara baharu.

Penghargaan

Saya ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada Dr. Ali Salman selaku penyelia saya dan juga kepada semua responden yang terlibat dalam kajian rintis ini.

Rujukan

- Abdullah, N.H., Hassan, I., Ahmad, M.F., Hassan, N.A & Ismail, M.M. (2021). Social Media, Youths and Political Participation in Malaysia: A Review of Literature. *SSRN Electronic Journal*. 1(4). doi: 10.2139/ssrn.3849948.
- Adel, A. M., Dai, X., Roshdy, R.S & Yan, C. (2020). Muslims' Travel Decision-Making to Non-Islamic Destinations: Perspectives from Information-Seeking Models and Theory of Planned Behavior. *Journal of Islamic Marketing*. 12(4):918–40. doi: 10.1108/JIMA-04-2020-0095.
- Adzharuddin, N.A & Yusoff, S.Z. (2018). Faktor Keagamaan Dan Sikap : Perkaitan Dengan Pencarian Maklumat Produk Makanan Halal Dalam Kalangan Keluarga Islam Di Malaysia. *JCIS*. 4(1). doi: 10.24191/jcis.v4i1.18.
- Ahmad, N.A., Zainal, A., Abdul Razak, H.F & Wan Adnan, A.D & Osman, S. (2015). User Experience Evaluation of Mobile Spiritual Applications for Older People: An Interview and Observation Study. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*. 72(1):76–85.
- Åhman, H & Thorén, C. (2021). When Facebook Becomes Faithbook : Exploring Religious Communication in a Social Media Context. *Social Media + Society*. 1–12. doi: 10.1177/20563051211041644.
- Aïmeur, E., Amri, S & Brassard, G. (2023). *Fake News, Disinformation and Misinformation in Social Media: A Review*. Vol. 13. Springer Vienna.

- Al-Menayes, J.J. (2015). Motivations for Using Social Media: An Exploratory Factor Analysis. *International Journal of Psychological Studies*. 7(1). doi: 10.5539/ijps.v7n1p43.
- Almobarraz, A. (2016). Investigating the Seeking Behavior for Religious Information in Social Media. *International Journal of Information Systems and Social Change*. 7(4):67–79. doi: 10.4018/ijissc.2016100104.
- Amrullah, H. F., Ali, M.N.S & Sukimi, M. F. (2019). Information-Seeking Behavior of College Students on Religious Tolerance through Social Media. *Islamiyyat: Jurnal Antarabangsa Pengajian Islam; International Journal of Islamic Studies*. 41(2):9–15.
- Ismail, A., Muda, F.L & Ahmad, S. (2021). Penggunaan Media Sosial Dan Kesejahteraan Penggunaan Menurut Islam. *E-Prosiding Seminar Antarabangsa Islam Dan Sains 2021*. (September):532–46.
- Asghar, H. M. (2015). Measuring Information Seeking through Facebook: Scale Development and Initial Evidence of Information Seeking in Facebook Scale (ISFS). *Computers in Human Behavior*. 52:259–70. doi: 10.1016/j.chb.2015.06.005.
- Aunul, S & Handoko, D. (2022). Digital Religion: How Digital Immigrants Access Religious Content during Pandemic. *Islamic Communication Journal*. 7(1):77–88. doi: 10.21580/icj.2022.7.1.10088.
- Ayub, S. H, Hamzah, M.R., Syed Azmy, S.N.M., Wan Omar, W.A.H., Abdullah, N.H., Wahab, Z & Salim, H. (2017). Sexual Health Communication among Youth: A Study of Knowledge and Attitude. *Jurnal Komunikasi*. 33(4):234–48. doi: 10.17576/JKMJC-2017-3304-15.
- Basri, H & Murtadlo, M. (2019). Social Media in Learning of Islamic Religion. *IRCRE*. doi: 10.4108/eai.8-10-2019.2294524.
- Borham, A. H. (2018). Media Baharu Dan Impak Terhadap Dakwah. *Sains Humanika* 10(3–4). doi: 10.11113/sh.v10n3-4.1538.
- Borham, A. H. & Abd Ghani, Z. (2015). Pola Pendedahan Internet dan Impaknya Terhadap Kefahaman Islam di Kalangan Ahli Akademik di UKM dan USIM. *Jurnal Komunikasi*. 31(2):405–21.
- Brubaker, P. J. & Haigh, M.M. (2017). The Religious Facebook Experience: Uses and Gratifications of Faith-Based Content. *Social Media and Society*. 3(2). doi: 10.1177/2056305117703723.
- Campbell, H. A., & Connelly, L. (2020). Religion and Digital Media. *The Wiley Blackwell Companion to Religion and Materiality*. 471–86. doi: 10.1002/9781118660072.ch25.
- Cheong, P. H. (2014). Tweet the Message? Religious Authority and Social Media Innovation. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*. 3(3):1–19. doi: 10.1163/21659214-90000059.
- Cloete, A. L. (2016). Mediated Religion: Implications for Religious Authority. *Verbum et Ecclesia* 37(1):1–6. doi: 10.4102/ve.v37i1.1544.
- Crowley, J.L., & High, A. C. (2018). Parents' Information Seeking during Adolescent Career Development: A Test of the Theory of Motivated Information Management. *Journal of Applied Communication Research*. 9882(May). doi: 10.1080/00909882.2018.1468570.
- Filo, K., Lock, D. & Karg, A. (2015). Sport and Social Media Research: A Review. *Sport Management Review*. 18(2):166–81. doi: 10.1016/j.smr.2014.11.001.
- Hair, J. F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. 7th ed. Pearson Prentice Hall.
- Halim, U & Samsudin A. Rahim. (2011). Penglibatan Digital: Akses Dan Penggunaan E-Agama Dalam Kalangan Generasi Muda Muslim. *Jurnal Komunikasi; Malaysian Journal of Communication*. 27(2):121–35.

- Abdul Halim, Z. Z., Azmi, D.S. & Marni, N. (2019). Media Sosial Dan Trend Penggunaan Menurut Islam. *Prosiding Seminar Sains Teknologi Dan Manusia 2019 (SSTM'19) Pada 15hb. Disember 2019 Di DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia Dan Tena- Ga, UTM. Program Anjuran Akademi Tamadun Islam, FSSK, UTM*, p. 001-016 1–16.
- Hasan, H. & Haron, H. (2019). Religious Online Information Behaviour among the Malays in the Digital Era. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*. 9(1):638–44. doi: 10.35940/ijitee.A4515.119119.
- Hassan, N.A., Majeed, H.A., Mohd Tajuddin, J., Abdullah, N.H & Ahmad, R (2022). Investigating Mental Health Among Malaysian University Students During Covid-19 Pandemic. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanitie.s (MJSSH)* 7(1):251–60. doi: 10.47405/mjssh.v7i1.1224.
- Kamarulzaman, Y., Veeck, A., Mumuni, A.G., Luqmani, M. & Quraeshi, Z.A. (2016). Religion, Markets, and Digital Media: Seeking Halal Food in the U.S. *Journal of Macromarketing*. 36(4):400–411. doi: 10.1177/0276146715622243.
- Minarti, M., Rahmah, M.N., Khalilurrahman, K., Samsir, S., & Mardiana, M. (2023). Utilization of Social Media in Learning Islamic Religion: Its Impact on Strengthening Student Outcomes and Achievements. *Nidhomul Haq : Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. 8(2):279–91. doi: 10.31538/ndh.v8i2.3930.
- Miraj, M., Chuntian, L., Mohd Said, R., Osei-Bonsu, R. & Rehman, R. (2021). How Information-Seeking Behavior, Essential Technologies, and Resilience Enhance the Academic Performance of Students. *Frontiers in Psychology*. 12(August). doi: 10.3389/fpsyg.2021.651550.
- Mohammad, S.H.S., Abdul Rahman, & Che Zarrina. (2022). Penggunaan Media Sosial Baharu : Isu-Isu Dan Panduan Perspektif Islam. *Jurnal Usuluddin*. 50(1):73–96.
- Mohamed Mokhtar, M. & Hassan, H. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Medium Dakwah Islam Dalam Kalangan Penduduk Kampung Beserah, Kuantan, Pahang. *International Journal of Humanities Technology and Civilization*. 6(1):41–48. doi: 10.15282/ijhtc.v6i1.6667.
- Mustaffa, M.F., Aripin, N. & Ishak, M.S. (2019). Pencarian Maklumat Berkaitan Syariah Di YouTube Dalam Kalangan Generasi Muda Islam Di Malaysia. *Journal of Humanities, Language, Culture and Business. (HLCB)* 3(11):82–90.
- Mustaffa, M.F., Ishak, M.S & Aripin, N. (2015).Ekspresi Pemikiran Generasi Muda Islam Terhadap Maklumat Berkaitan Agama Melalui Pencarian Di Youtube. Dlm. Yusmini Md Yusoff et.al (Pnyt.)” *Isu- Isu Semasa Media Dan Dakwah* 35–42.
- El Naggar, S. (2014). The Impact of Digitization on the Religious Sphere: Televangelism as an Example. *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies*. 4(2):189–211. doi: 10.18326/ijims.v4i2.189-211.
- Noreha Che Abah, Asmawati Suhid, & Fathiyah Mohd Fakhrudin. (2019). Isu Dan Cabaran Saudara Baharu Di Malaysia: Satu Tinjauan Awal. *Jurnal AL-ANWAR*. 8(2):1–13.
- Abdullah, N.N. (2018). Faktor Mempengaruhi Tingkah Laku Pencarian Maklumat Keagamaan Dalam Talian Dalam Kalangan Generasi Muda Muslim. *Proceeding of the 5th International Conference on Management and Muamalah 2018*. 2018(ICoMM):351–59.
- Nur Najwa Hanani Abd Rahman, Akmaliza Abdullah, Abdul Hafiz Abdullah, Abdul Basit Darawi@Samat & Badlihisam. (2022). Analisis Keperluan Program-Program Sokongan Sosial Dalam Pemerkasaan Saudara Baru. *UMRAN - International Journal of Islamic and Civilizational Studies*. 09(2):29–38.

- Othman, Sh Mohd Firdaus Sh, A. E. Mokhtar, S. R. A. Karim, Hidayah Suhaimi, Hidayah Saidi, (2021). The Concept of Honoring New Brothers in Islam: Challenges and Approaches in Pahang. *Jurnal Al Sirat*. 19(II):143–59.
- Queiros, A., Faria, D. & Almeida, F. (2017). Strengths And Limitations Of Qualitative And Qualitative Research Methods. *European Journal of Education Studies*. 3(9):369–87. doi: 10.5281/zenodo.887089.
- Rahman, A.A., Hashim,N.H. & Mustafa, H. (2015). Muslims in Cyberspace: Exploring Factors Influencing Online Religious Engagements in Malaysia. *Media Asia* .42(1–2):61–73. doi: 10.1080/01296612.2015.1072343.
- Ratcliff, A. J, McCarty, J. & Ritter, M. (2017). Religion and New Media: A Uses and Gratifications Approach. *Journal of Media and Religion* 16(1):15–26. doi: 10.1080/15348423.2017.1274589.
- Rosman. N.M. & Rasit, R.(2020). Sikap Netizen Belia Muslim Dalam Mencari Dan Menerima Maklumat Di Media Sosial: Satu Analisis Kualitatif. *Jurnal Islam Dan Masyarakat Kontemporari*. 21(3):189–205.
- Salleh, A., Yusoff, K., Abdul Razak, M.S. & Mohd Said, K.F. (2022). Menilai Gelagat Pengguna Muslim Dalam Pencarian Maklumat Isalm Secara Atas Talian. *Journal of Fatwa Management and Research. (Special Edition)* 27(2):73–88.
- Susilawati, S., Chakim, A., Hambali, M., Islamy, M.I & Rahmaniah, A. (2021). The Urgency of Digital Literacy for Generation Z in Improving Learning of Islamic Religious Education. *Library Philosophy and Practice*. 2021:1–16.
- Ting, Ma. (2019). Exploring Information Seeking In New Media Among Convert Chinese Muslim Doctor Of Philosophy. *Thesis*.
- Wan-Chik, R.Z.(2014). A User Study on the Experience of Information Seeking for Islamic and Quranic Information on the Web. *2014 the 5th International Conference on Information and Communication Technology for the Muslim World, ICT4M 2014*. doi: 10.1109/ICT4M.2014.7020625.
- Wingett, F, & Turnbull, S. (2017). Halal Holidays: Exploring Expectations of Muslim-Friendly Holidays. *Journal of Islamic Marketing*. 8(4):642–55. doi: 10.1108/JIMA-01-2016-0002.
- Zuhaili, M., Basir,K., Tan Abdullah, N.A., Ismail,L., Omar Mokhtar, M.Y., (2021). Implementation Methods of Revert Da ' Wah Program in Malaysia : A Literature Review Implementation Methods of Revert Da ' Wah Program in Malaysia : A Literature Review. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 1(3):542–55. doi: 10.6007/IJARBSS/v11-i3/8967.

Akhbar

<https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2023/07/1133439/lebih-5000-mualaf-didaftar-di-mais-sepanjang-2022-hingga-jun-lalu>