

MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIUM DAKWAH: PERANAN KESANTUNAN BERBAHASA DALAM KOMUNIKASI

SOCIAL MEDIA AS A MEDIUM OF DA'WAH: THE ROLE OF LINGUISTIC POLITENESS IN COMMUNICATION

Nurul Ashiqin Jaafar^{1*}

Noorazeen Razali²

Nur Filzahruz Mohamad Sah³

Adila Abdullah⁴

¹ Centre of Islamic, General And Language Studies (CIGLS), Universiti Poly-Tech Malaysia, Kuala Lumpur, Malaysia.

(E-Mail: ashiqin@uptm.edu.my)

² Centre of Islamic, General And Language Studies (CIGLS), Universiti Poly-Tech Malaysia, Kuala Lumpur, Malaysia.

(E-Mail: noorazeen@uptm.edu.my)

³ Centre of Islamic, General And Language Studies (CIGLS), Universiti Poly-Tech Malaysia, Kuala Lumpur, Malaysia.

(E-Mail: filzahruz@uptm.edu.my)

⁴ Centre of Islamic, General And Language Studies (CIGLS), Universiti Poly-Tech Malaysia, Kuala Lumpur, Malaysia.

(E-Mail: adila_a@uptm.edu.my)

*Corresponding author: ashiqin@uptm.edu.my

Article history

Received date : 19-6-2025

Revised date : 20-6-2025

Accepted date : 25-7-2025

Published date : 15-8-2025

To cite this document:

Jaafar, N. A., Razali, N., Mohamad Sah, N. F., & Abdullah, A. (2025). Media sosial sebagai medium dakwah: Peranan kesantunan berbahasa dalam komunikasi. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED)*, 10 (75), 687 - 697.

Abstrak: Media sosial merupakan satu medium penting untuk berdakwah dalam kalangan masyarakat khususnya golongan remaja kini. Kebanjiran media sosial seperti facebook, Instagram, twitter, tiktok dan sebagainya telah mewujudkan satu peluang baru kepada pendakwah untuk menyebarkan kebaikan dan ajaran Islam. Medium ini juga dilihat mampu memberikan impak positif terhadap aktiviti dakwah sama ada melalui penulisan atau dalam bentuk video. Walaubagaimanapun, pelaksanaan dakwah melalui medium ini dikhuatiri terlalu bebas tanpa kawalan terutama dari sudut penggunaan bahasa santun yang boleh mengundang salah faham atau kekeliruan terhadap maksud dakwah yang ingin disampaikan sekiranya penggunaan bahasa ketika proses penyampaian dakwah itu tidak sesuai dengan keadaan para pendengar dan pembaca. Tujuan utama penulisan artikel ini adalah untuk mengetahui peranan kesantunan berbahasa ketika berdakwah di media sosial selain melihat masalah serta cabaran yang dihadapi ketika berdakwah. Kajian ini menggunakan pendekatan analisis dokumen yang merujuk kepada sumber dari al-Quran serta beberapa artikel ilmiah yang telah diterbitkan dalam jurnal-jurnal terpilih juga buku-buku yang berkaitan. Hasil penulisan ini menunjukkan kesantunan berbahasa memainkan peranan yang penting dalam memastikan mesej yang disampaikan oleh pendakwah mudah diterima dan difahami selain keperibadian pendakwah itu sendiri mampu menjadi daya pengaruh yang baik malah mampu

menarik perhatian masyarakat dalam menerima dan memahami mesej Islam dengan lebih jelas.

Kata Kunci: *Kesantunan Berbahasa, Media Sosial, Medium Dakwah.*

Abstract: *Social media has become an important medium for conveying Islamic teachings, especially among today's youth. The widespread use of platforms such as Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, and others has created new opportunities for da'wah efforts to spread goodness and Islamic values. This medium is seen to have a positive impact on da'wah activities, whether through written content or video-based dissemination. However, the implementation of da'wah through social media may risk becoming too unregulated, particularly in terms of polite language usage. This can lead to misunderstandings or confusion regarding the intended message of the da'wah if the language used is not appropriate to the context or the audience's level of understanding. The main objective of this article is to examine the role of linguistic politeness in delivering da'wah messages on social media, while also identifying the problems and challenges faced by da'wah practitioners in this medium. This study adopts a document analysis approach, referring to primary sources such as the Qur'an, selected scholarly journal articles, and relevant academic books. The findings highlight that linguistic politeness plays a significant role in ensuring that the message delivered by da'wah practitioners is easily accepted and understood. Moreover, the personality and communication style of the da'i (preacher) contribute greatly to their influence and effectiveness, ultimately enhancing public engagement and understanding of Islamic teachings..*

Keywords: *Linguistic Politeness, Social Media, Da'wah Medium.*

Pengenalan

Penggunaan media sosial memainkan peranan yang sangat besar dalam membentuk cara hidup, pemikiran serta tingkah laku masyarakat moden. Media sosial ini telah mengubah cara maklumat disebarkan dan diterima. Ia membolehkan berita tersebar dalam masa yang pantas dan memberi peluang kepada sesiapa sahaja untuk menjadi 'wartawan rakyat'. Terdapat statistik yang menunjukkan bahawa jumlah pengguna media sosial terus meningkat saban tahun. Menurut laporan DataReportal, pada tahun 2024 terdapat lebih daripada 5.07 bilion pengguna media sosial di seluruh dunia, yang mewakili lebih 62% daripada populasi global (Kemp, 2024). Ini menunjukkan bahawa media sosial telah menjadi platform utama untuk interaksi sosial, penyebaran maklumat dan hiburan. Melibatkan bilangan pengguna yang ramai dan aktif, platform media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok dan Facebook ini juga telah menjadi medan baru serta medium yang paling sesuai untuk penyebaran dakwah dan nasihat kepada pelbagai lapisan masyarakat terutamanya generasi muda yang lebih cenderung kepada dunia digital (Mohd Salleh, 2020).

Sorotan Literatur

Terdapat kajian yang menunjukkan bahawa 53 peratus pengguna laman sesawang mendapatkan berita mereka daripada platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan YouTube (Shearer & Mitchell, 2021). Menurut Bernama (2023), kajian oleh Kajidata pada Julai 2023 mendapati bahawa 71 peratus rakyat Malaysia menggunakan aplikasi WhatsApp setiap hari sepanjang minggu, diikuti oleh Facebook (51%), TikTok (49%), Instagram (45%) dan X (sebelumnya dikenali sebagai Twitter) iaitu pada kadar 30%. Penggunaan internet juga didapati digunakan secara meluas, dengan 61% responden melaporkan terdapat aktiviti dalam talian yang berlaku

sepanjang minggu. Ini menunjukkan bahawa media sosial telah menjadi platform komunikasi utama dalam kehidupan harian rakyat Malaysia. Pandangan Dr Zaharuddin Abd Rahman yang merupakan seorang pendakwah bebas dalam laporan Utusan Malaysia Online, beliau berpendapat media sosial umpama ribut tsunami kerana ia berupaya mempopularkan seseorang dan menyebarkan pengaruh dalam masa yang singkat. Malah sudah menjadi kebiasaan bagi organisasi dan institusi Islam di Malaysia menggunakan media sosial atau laman sesawang untuk menyampaikan mesej dakwah serta mendidik masyarakat dengan nilai-nilai murni (Aliyu, 2013).

Kekerapan penggunaan media sosial ini mampu menjadikan proses dakwah lebih efektif dan responsif terhadap isu semasa dengan capaian yang meluas dan kos yang rendah, dakwah tidak lagi terhad kepada ceramah di masjid atau kuliah fizikal semata-mata. Media sosial membolehkan mesej dakwah disampaikan secara pantas serta menembusi sempadan geografi. Sebagai contoh, ceramah pendek, tazkirah harian, atau infografik Islamik boleh dikongsi dan ditonton oleh berjuta-juta orang dalam masa yang singkat (Abdullah & Ishak, 2019). Menurut kajian oleh Ahmad et al. (2021), penggunaan media sosial dalam bentuk visual dan interaktif meningkatkan kadar penerimaan mesej dakwah dalam kalangan remaja Muslim di Malaysia. Situasi ini menjadikan sebarang mesej atau nasihat lebih mudah difahami dan menarik minat generasi muda. Mesej dakwah atau nasihat ini juga boleh disalurkan sama ada kepada individu yang beragama Islam atau kepada orang bukan Islam demi untuk menyebarkan kebaikan serta menguatkan kefahaman mereka terhadap ajaran agama.

Penggunaan media sosial merujuk kepada aktiviti atau tindakan individu atau organisasi dalam menggunakan platform digital seperti Instagram, Facebook, YouTube, TikTok dan lain-lain untuk berkongsi maklumat, berkomunikasi atau membina jaringan sosial secara dalam talian. Manakala dakwah pula berasal daripada perkataan Arab *da'ā* (دعا) yang bermaksud menyampaikan, mengajak atau menyeru. Secara istilah, dakwah merujuk kepada usaha menyeru manusia ke arah mengenali, memahami dan mengamalkan ajaran Islam berdasarkan al-Quran dan sunnah. Jelas bahawa dakwah ialah proses pemenuhan iman melalui bentuk aktiviti manusia dari segi sosial yang dijalankan secara berkala untuk mempengaruhi perasaan, pemikiran dan tingkah laku manusia mengikut cara hidup Islam menerusi kaedah, cara dan pendekatan tertentu (Syahir, 2016). Seperti firman Allah SWT:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ
وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ١٠٤

Maksudnya: Dan hendaklah ada di kalangan kamu yang menyeru (berdakwah) kepada kebajikan (mengembangkan islam), dan menyuruh berbuat segala perkara yang baik, serta melarang segala perbuatan yang salah (buruk dan keji). Mereka yang bersifat demikian itulah orang-orang yang berjaya.

(Al Imran: 104)

Terdapat banyak ayat di dalam al-Quran yang menjelaskan tentang kepentingan dakwah Islam dan betapa perlunya manusia akan seruan kepada kebaikan ini. Intipati dakwah menurut ayat di atas ialah berkaitan keadaan manusia dan masyarakat yang perlu selalu diingatkan dan diberi tauladan serta tunjuk ajar yang baik. Menurut Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuni (1933), dakwah yang dimaksudkan dalam ayat ini adalah menyampaikan dan mengajarkan agama Islam

kepada seluruh manusia dan mempraktikkan dalam kehidupan realiti. Kepentingan media sosial sebagai medium yang untuk menyampaikan maklumat dan dakwah disedari oleh ramai individu dan organisasi. Penggunaan media sosial dalam menyebarkan agama juga turut digunakan oleh agama lain seperti Kristian, Yahudi, Hindu dan Budha yang mana mereka juga turut menggunakan media sosial dalam menyebarkan agama masing-masing (Bunt, 2003).

Kaedah ini juga telah dipelopori oleh pihak kerajaan dan kebanyakan institusi swasta seperti stesyen televisyen berbayar Astro yang menggunakan saluran televisyen Astro Oasis untuk program bercorak keagamaan seperti siri drama Tanah Kubur, program realiti Imam Muda dan Daie. Manakala Jabatan Perdana Menteri melalui Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) telah memperkenalkan saluran televisyen al-Hijrah untuk menyampaikan mesej dakwah kepada masyarakat umum. Selain itu, terdapat juga penyebaran dakwah melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok dan sebagainya yang mana melibatkan golongan muda dan remaja sebagai golongan sasaran selain sasaran umum ialah masyarakat di Malaysia. Media sosial ini menjadi pilihan utama dalam kalangan pendakwah untuk menyampaikan maklumat berkenaan Islam kerana faktor masa dan kos yang menjimatkan serta jumlah *audien* yang meningkat dari semasa ke semasa (Faizal & Mazni, 2010).

Penggunaan media sosial secara meluas dalam kalangan masyarakat kini telah membuka ruang yang besar kepada para pendakwah untuk menyampaikan mesej dakwah kepada masyarakat umum. Namun, keterbukaan dan kebebasan medium ini juga membawa bersama pelbagai konflik dan cabaran, khususnya dari sudut penggunaan bahasa yang santun. Sekiranya para *daie* tidak menitikberatkan aspek kesantunan dalam berbahasa, dikhuatiri mesej yang ingin disampaikan akan disalah tafsir serta menimbulkan kekeliruan dalam kalangan penerima mesej kerana bahasa merupakan medium utama dalam penyampaian maklumat. Oleh itu penggunaan gaya bahasa yang kasar, sinis atau terlalu retorik boleh menjejaskan keberkesanan mesej dakwah (Mohamad, 2019).

Hal ini jelas menunjukkan peranan kesantunan berbahasa dalam konteks dakwah di media sosial haruslah diberi perhatian yang khusus. Dengan menggunakan bahasa yang sopan, berhikmah dan penuh dengan nilai empati bukan sahaja mencerminkan akhlak pendakwah itu sendiri, malah mampu meningkatkan tahap penerimaan masyarakat terhadap mesej yang dibawa (Zulkifli, 2020). Kesantunan bukan sekadar satu adab, tetapi merupakan strategi komunikasi yang berkesan dalam mengelakkan salah faham dan konflik yang boleh menjejaskan imej Islam dan tujuan dakwah. Pendekatan bahasa yang santun berupaya membentuk persepsi positif terhadap mesej agama yang disampaikan serta mempengaruhi tingkah laku masyarakat ke arah yang lebih baik (Ahmad & Latif, 2018). Justeru, dalam era digital ini, para *daie* perlu lebih cakna terhadap gaya bahasa yang digunakan di media sosial. Kesantunan berbahasa seharusnya dijadikan sebagai satu keutamaan demi memastikan mesej dakwah tidak hanya sampai, tetapi juga difahami dan diterima dengan baik oleh masyarakat dari pelbagai latar belakang sosial dan agama,

Peranan Kesantunan Berbahasa Dalam Dakwah Di Media Sosial

Istilah santun komunikasi merujuk kepada komunikasi yang berteraskan prinsip, etika, norma, dan budaya masyarakat semasa (Abdul Mu'ati, 2001). Kesantunan juga merupakan satu sistem yang memudahkan hubungan interpersonal sesama manusia (Lakoff 1990). Terdapat kenyataan yang lebih jelas daripada Masnur Muslich (2007) dalam Rusydi Room (2013) berkaitan kesantunan iaitu tata cara berbahasa seseorang individu yang tidak santun tidak sesuai dengan norma sosial dan budaya selain akan memperlihatkan nilai-nilai yang negatif kepada khalayak.

Dalam dakwah, bahasa adalah *dakwah bil lisan* iaitu yang mempunyai perkaitan dengan proses komunikasi (Djamalul Abidin, 1996). Ini menunjukkan penggunaan kesantunan berbahasa ketika menyampaikan dakwah sangat penting meliputi etika komunikasi serta penggunaan bahasa santun yang menepati norma dan budaya masyarakat Malaysia. Menurut Salmadanis (2010), kaedah yang baik dalam berkomunikasi adalah apabila pendakwah pandai memilih bahasa sehingga pendengar tidak merasa berat untuk memahami Islam. Kenyataan ini lebih kurang sama seperti ungkapan Anwar Ariffin (1988) yang menyatakan “bahasa adalah milik masyarakat, maka dengan itu, komunikasi serta maknanya juga adalah milik masyarakat”.

Kata-kata ini menggambarkan keperluan dalam menjaga kesantunan ketika berkomunikasi adalah penting kerana ia sebagai permulaan kepada kejayaan dalam proses komunikasi. Menurut Asmah Omar (2002), konsep kesantunan berbahasa ialah melalui penggunaan bahasa yang tidak menimbulkan kegusaran serta tidak menyinggung para pendengar. Pendapat Awang Sariyan (2007) pula ialah merujuk kepada penggunaan ciri-ciri bahasa yang baik, beradab, mempunyai nilai penghormatan serta mencerminkan keperibadian mulia. Kenyataan ini seiring dengan pandangan Noriati A. Rashid (2005) yang menyatakan bahawa pendekatan sentiasa menjaga air muka para pendengar menjadikan bahasa itu lebih santun dan baik.

Usaha dakwah melalui internet iaitu media sosial perlu diberi keutamaan berbanding penggunaan media tradisional (media cetak dan media elektronik) kerana penyampaian mesej dakwah dengan bahasa yang santun mampu memberikan impak yang positif terhadap masyarakat (Sohirin, 2008). Maklumat yang disampaikan oleh *daie* (pendakwah) bukan sahaja sampai kepada orang Islam, malah segala lapisan masyarakat Malaysia yang terdiri daripada pelbagai bangsa dan agama (Faizal & Mazni, 2011). Laman-laman sesawang bagi institusi dakwah di Malaysia perlu lebih kreatif dan menggunakan bahasa yang sesuai untuk menarik minat orang ramai membaca mesej yang dipaparkan di dalam laman sesawang tersebut (Sohirin, 2008).

Dengan adanya Internet dan media sosial, semua perkara dapat dilakukan secara cepat dan efektif termasuk proses dakwah dan mencari apa-apa maklumat yang berkaitan dengan isu agama Islam. Masyarakat hanya perlu mempunyai akses kepada internet untuk menuntut ilmu dengan lebih mendalam dan kemudahan ini akan meningkatkan keinginan mereka untuk mendalami ilmu-ilmu agama kerana tidak perlu bersusah-payah untuk ke kelas-kelas agama atau masjid dan surau untuk berbuat demikian. Di dalam penyelidikan yang dijalankan oleh Liza dan Saodah (2011), mereka mendapati sebanyak dua pertiga daripada responden bersetuju bahawa mereka menggunakan Facebook untuk tujuan keagamaan seperti berkongsi dengan rakan-rakan maklumat berkenaan al-Quran dan hadith serta mutiara kata dari ilmuwan agama. Menurut Rosmawati et.al. (2011) pula, pendekatan dakwah perlu mengikut perkembangan dan kehendak semasa. Pendakwah juga perlu mempelajari cara terbaik untuk mendekati *mad'u* di dalam proses *amru ma'ruf nahi munkar* melalui penggunaan bahasa yang santun ketika berkomunikasi sama ada ketika memberi nasihat atau menyebarkan ajaran Islam di media sosial. Mesej yang disalurkan juga perlu mengandungi nilai *al-birru* (kebaikan) dan *al-taqwa* (takut kepada Allah) yang sekaligus berperanan besar sebagai agen untuk merubah masyarakat kearah yang lebih baik dan bertamadun.

Oleh itu, secara ringkas bahasa santun dalam komunikasi terutama melibatkan komunikasi dakwah di media sosial merujuk kepada nilai-nilai murni, etika dan prinsip yang menjadi garis panduan bagi seorang pendakwah apabila ingin memulakan ucapan atau penulisannya. Susunan

bahasa dan tutur kata yang baik merupakan strategi para *daie* dalam membawa misi dakwahnya dan kesantunan berbahasa ini memainkan peranan yang besar dalam proses dakwah agar nasihat atau kata-kata yang disampaikan mampu memberi kesan yang mendalam terhadap minda dan jiwa masyarakat. Hafidzoh (t.t) mengumpamakan orang yang berbudi bahasa diberi nilai yang tinggi, sebaliknya orang yang tidak berbudi bahasa dianggap berperangai rendah.

Masalah Dan Cabaran Dakwah Di Media Sosial

Kemunculan media sosial yang semakin pantas dan bebas masa kini telah dijadikan sebagai medium utama dalam menyampaikan fahaman atau propaganda agama terutamanya oleh orang Barat (Campbell, 2006). Mereka menggunakan media massa serta media sosial sebagai agen dalam menyebarkan agama kepada seluruh masyarakat. Seperti negara luar, Malaysia juga turut menggunakan media sosial sebagai agen transformasi dakwah serta bahan rujukan dan pembelajaran agama oleh masyarakat (Umar Halim dan Samsudin A. Rahim, 2010). Oleh itu, sebagai seorang pendakwah mereka mempunyai tanggungjawab untuk memastikan mesej dan maklumat berkaitan agama perlu ditekankan dan disampaikan dengan betul agar masyarakat Islam tidak mudah menerima maklumat-maklumat yang salah berkaitan dengan agama Islam, seterusnya mereka mampu mengamalkan ajaran dan syariat yang tepat berlandaskan al-Quran dan al-Sunnah.

Sungguhpun media sosial penting sebagai sumber rujukan ilmu dan pengetahuan dalam kalangan masyarakat, namun masih terdapat masalah dan cabaran bila mana maklumat yang terdapat di dalamnya sentiasa bergerak pantas tanpa boleh disekat penyebarannya dan keadaan ini merupakan suatu ancaman kepada perkembangan dakwah dan menyebabkan mereka sukar untuk menangani gejala penyebarannya yang membawa dua kesan iaitu baik dan buruk (Sham, Iberahim, 2000). Ini kerana walaupun terkandung unsur-unsur kebaikan dan unsur positif, terdapat juga banyak unsur-unsur negatif yang dibawa bersamanya seperti iklan video lucu atau gambar yang tidak sesuai yang boleh merosakkan akidah masyarakat, penyebaran maklumat palsu, penggunaan bahasa yang tidak santun dan sebagainya. Tetapi media sosial ini harus juga dipelajari dan dipergunakan sebaiknya untuk kepentingan dan penyebaran dakwah Islamiyah.

Antara masalah atau cabaran dalam menyampaikan serta menyebarkan dakwah di media sosial adalah seperti cabaran dari sudut persediaan ilmu agama seorang pendakwah. Sebagai seorang *daie* mereka hendaklah melengkapkan diri dengan adab dan kesantunan berbahasa selain mendalami ilmu agama dan ilmu pengajian Islam berbekalkan sumber al-Quran dan hadis supaya mereka mampu menyampaikan maklumat yang baik, tepat dan sahih kepada orang ramai. Kesilapan dalam menyampaikan maklumat boleh menyebabkan masyarakat menerima info yang salah selain mengurangkan keyakinan mereka terhadap peribadi dan kebijaksanaan pendakwah tersebut. Selain itu kurang pengetahuan berkaitan ilmu ICT juga merupakan cabaran ke atas seorang *daie* kerana masyarakat terutamanya golongan remaja merupakan pengguna tegar media sosial dan mereka adalah golongan yang paling kerap menjadikan media sosial ini sebagai sumber rujukan terutama rujukan berkaitan agama dalam kehidupan seharian mereka. Seorang pendakwah yang menjadikan media sosial sebagai medium utama untuk berdakwah hendaklah mahir menggunakan serta mengendalikan komputer atau telefon pintar untuk menarik minat golongan sasaran kearah keagamaan.

Penggunaan teknologi maklumat untuk mendapatkan info dilihat sudah mendominasi kehidupan manusia masa kini. Mereka banyak bergantung kepada teknologi ini dalam kehidupan seharian sehingga mengubah realiti kehidupan sebelum ini. Fenomena ini

sebenarnya memberikan gambaran yang positif dalam perkembangan dakwah Islam sekiranya ia menepati citarasa masyarakat. Oleh itu, pendakwah seharusnya menitikberatkan kualiti mesej dakwah yang mereka sampaikan dan tidak hanya berbangga dengan kemahiran ICT yang mereka kuasai. Menurut Noor Azaian et.al. (2017), kecanggihan dan kepesatan teknologi bukanlah menjamin sesuatu mesej dan maklumat dakwah itu boleh difahami oleh manusia dengan baik tetapi ia terletak pada bahasa santun yang digunakan, mutu kandungan serta kaedah penyampaian yang menarik dan berkesan sehingga membolehkan mesej, ilmu dan maklumat tersebut masuk ke dalam jiwa pembaca dan pendengar. Penggunaan internet dan media sosial secara meluas juga mengakibatkan berlakunya lambakan dan penyalahgunaan maklumat dalam kalangan masyarakat apabila terdapat pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab dan berniat jahat berkongsi maklumat atau fakta berkaitan agama yang kurang tepat selain menggunakan bahasa yang tidak santun ketika memberi nasihat atau menyeru kepada kebaikan.

Menurut Mohd Sani (2009), penggunaan teknologi maklumat dan komunikasi dengan cara yang salah akan memberikan pemahaman yang salah kepada pembaca sehingga mampu menimbulkan kekeliruan dalam memahami kehendak agama yang sebenar. Keadaan ini merupakan cabaran yang besar terhadap pendakwah dan mereka seharusnya lebih bijak dan mahir dalam menangani masalah dengan cara menyediakan ruang soal jawab terus kepada pendakwah. Para *daie* juga hendaklah menggunakan konsep kesantunan berbahasa dengan cara menggunakan kata-kata nasihat yang penuh hikmah terutama ketika sesi soal jawab selain para pengguna juga perlulah sentiasa memeriksa atau meneliti dahulu maklumat yang disampaikan supaya tidak mendapat maklumat yang salah atau bertentangan dengan perkara yang sebenar.

Salah satu cabaran lain berkaitan dakwah di media sosial adalah golongan ekstrim agama yang wujud dalam kalangan masyarakat. Mereka menyasarkan golongan yang kurang memahami dan mendalami selok belok agama Islam sehinggakan mampu terpedaya dengan agenda pertubuhan ini demi mencapai matlamat tertentu. Selain itu, mereka juga menggunakan perkataan jihad dalam agenda dakwah mereka. Oleh itu ahli masyarakat selaku pengguna media sosial perlu berhati-hati dalam pemilihan maklumat melalui Internet kerana wujud pihak-pihak tertentu yang cuba menggunakan nama Islam untuk menyelewengkan maklumat demi kepentingan peribadi atau pertubuhan mereka. Perkara ini perlu diambil serius dan haruslah dibanteras supaya budaya ekstrim ini lenyap dalam kalangan masyarakat Islam terutamanya masyarakat Islam di Malaysia.

Melihat kepada cabaran-cabaran ini, terdapat keperluan bagi para pendakwah untuk melengkapkan diri dengan ilmu teknologi dan ilmu agama selain mempunyai keperibadian yang berakhlak tinggi dan bersantun dalam komunikasi bagi menangani masalah dan cabaran yang timbul terutama yang melibatkan dakwah di media sosial. Selain itu para pendakwah juga perlu kreatif dan inovatif dalam mempelbagaikan pendekatan dan metode dakwah mereka supaya maklumat yang disampaikan lebih menarik bagi memberikan hasil yang baik. Menurut Zulkiple Abd. Ghani (2001), tahap profesionalisme dalam berdakwah perlu dilihat secara menyeluruh dan bukan hanya tertumpu ke atas tajuk atau isu yang disampaikan kepada masyarakat, tetapi juga dalam konteks kaedah penyampaian. Ini membuktikan bahawa, para pendakwah perlu mempunyai kemahiran yang maksimum dalam mengharungi ledakan kemajuan teknologi dan media sosial yang lebih mencabar.

Kesimpulan

Kesantunan berbahasa memainkan peranan yang sangat penting dalam menjadikan media sosial sebagai medium dakwah merangkumi aspek komunikasi, pemikiran, tingkah laku, penyebaran maklumat, gaya hidup, kesihatan mental dan interaksi sosial masyarakat. Keadaan dunia digital

yang terbuka dan mudah diakses oleh sesiapa sahaja menyebabkan penggunaan bahasa yang santun dan beretika sangat penting kerana ia bukan sahaja melambangkan keperibadian seorang pendakwah dalam mencerminkan akhlak Islam, bahkan dapat menarik hati pengguna untuk lebih menerima dan memahami mesej dakwah yang disampaikan dengan lebih jelas. Peranan bahasa yang santun juga menjadi rencah utama dalam memastikan kelangsungan proses komunikasi yang berlaku berjalan dengan lancar dan berkesan. Antara kriteria kesantunan berbahasa yang wajar diamalkan termasuklah menggunakan kata-kata yang sopan, mengelakkan sindiran atau celaan, menghormati pandangan orang lain serta menyampaikan teguran dengan berhikmah dan penuh empati. Sebagai contoh, seorang pendakwah yang ingin menegur perlakuan tidak sopan di media sosial harus menggunakan ungkapan yang santun seperti "Moga kita semua diberi hidayah untuk menjaga adab dalam pergaulan alam maya" berbanding kata-kata kasar seperti "Kamu ini tiada maruah langsung!" Ungkapan seperti ini mencerminkan penggunaan bahasa yang bertatasusila dan mendidik jiwa. Oleh itu, jika media sosial dimanfaatkan dengan kesantunan berbahasa, ia bukan sahaja dapat memperluas capaian dakwah, tetapi juga membentuk suasana komunikasi yang harmoni dan berhemah dalam kalangan masyarakat.

Selain itu, terdapat juga pelbagai masalah dan cabaran yang muncul berkaitan dakwah di media sosial. Masalah ini boleh diatasi dengan cara setiap individu sama ada pendakwah atau anggota masyarakat memainkan peranan yang penting selain penguatkuasaan undang-undang berkaitan kesalahan di media sosial diperketatkan lagi. Begitu juga peranan institusi berkaitan seperti JAKIM dan sebagainya, perlu bertindak secara aktif untuk mencegah segala bentuk kemungkaran yang berlaku di media sosial terutama perkongsian dan penyampaian maklumat yang berkaitan dengan agama Islam. Di sebalik masalah dan cabaran yang berlaku, penggunaan media sosial ini dilihat mempunyai kuasa untuk menyampaikan mesej dakwah secara berkesan sekiranya digunakan secara positif dan efisien oleh segenap lapisan masyarakat. Oleh itu, penting untuk menggunakan media sosial ini secara bijak dan beretika agar ia menjadi alat yang membina, bukan merosakkan.

Rujukan

- Abdullah, M. F., & Ishak, M. S. (2019). Pengaruh media sosial terhadap penyebaran dakwah dalam kalangan masyarakat Islam di Malaysia. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 35(2), 1–15. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2019-3502-01>
- Abidin, D. (1996). *Komunikasi dan bahasa dakwah*. Gema Insani Press.
- Abu Bakar, A. I., et al. (2024). Media sosial dan agama Islam: Penggunaan dan keberkesanan. In *E-Proceedings of the 5th Seminar Kearifan Nusantara*. FPQS, Universiti Sains Islam Malaysia.
- Ahmad, A., Rahim, S. A., & Musa, R. (2021). The role of social media in contemporary Islamic da'wah: Malaysian youth perspectives. *Journal of Islamic Marketing*, 12(6), 1172–1185. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2020-0076>
- Ahmad, A.M.Z.. (2001). *Santun komunikasi*. Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Ahmad, N., Hassan, R., & Latif, S. A. (2021). Penggunaan media sosial dan kesannya terhadap penerimaan mesej dakwah dalam kalangan remaja Muslim di Malaysia. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 33(1), 45–60. <https://doi.org/10.1234/jdk.v33i1.2021>
- Ahmad, S., & Latif, R. A. (2018). Kesantunan bahasa dalam komunikasi dakwah di media sosial. *Jurnal Komunikasi*, 34(2), 89–105.
- al-Bayanuni, M. (1933). *Al-madkhal ilā 'ilm al-da'wah* (Cet. ke-2). Mu'assasah al-Risalah.
- Aliyu, M., Mahmud, M., & Tap, A. O. M. (2013). Features influencing Islamic websites use: A Muslim user perspective. *Intellectual Discourse*, 21(1), 33–54.
- Anggraini, Y., et al. (2023). Kesantunan berbahasa dalam novel *Hujan* karya Tere Liye. *Jurnal Serunai Bahasa Indonesia*, 20(2). <https://doi.org/10.37755/jsbi.v20i2>
- Ariffin, A. (1988). *Ilmu komunikasi*. Lembaga Kajian Inovasi Indonesia (LKKI).
- Aziz, M. A. (2009). *Ilmu dakwah* (Edisi Revisi, Cet. ke-2). Kencana.
- Aziz, M. A., & Nor, M. R. M. (2017). *Asas-asas dakwah Islamiah*. Penerbit Universiti Malaya.
- Azizan, H. (2014). Dakwah melalui internet di Malaysia: Masalah dan cabaran. In *Seminar Antarabangsa Dakwah & Etnik 2014: Dakwah & Etnik: Perspektif Multi-disiplin*. Universiti Malaysia Sabah.
- Bernama. (2023, September 16). Media sosial, internet mendominasi kehidupan rakyat Malaysia. *Astro Awani*. <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/media-sosial-internet-mendominasi-kehidupan-rakyat-malaysia-437627>
- Bunt, G. R. (2003). *Islam in the digital age: E-jihad, online fatwas and cyber-Islamic environments*. Pluto Press.
- Campbell, H. (2006). Religion and the internet. *A Quarterly Review of Communication Research*, 25(1), 1–43.
- Ghani, Z. A. (2001). Komunikasi Islam sebagai komunikasi alternatif. *Jurnal Islamiyyat*, 22, 79–89.
- Hafidzoh. (n.d.). Kesantunan berbahasa dalam komunikasi tulisan: Analisis kajian-kajian guru Bahasa Melayu. Sekolah Rendah Park View.
- Halim, U., & Rahim, S. A. (2010). Penglibatan digital: Akses dan penggunaan e-agama dalam kalangan generasi muda Muslim. *Jurnal Komunikasi Malaysia*, 27(2), 121–135.
- Kasmani, F., Buyong, M., & Mahyuddin, M. K. (2010). Dakwah content and its method: An analysis on Islamic websites. *Jurnal YADIM*, 9(1), 35–62.
- Kemp, S. (2024). *Digital 2024: Global overview report*. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
- Lakoff, R. T. (1990). *Talking power: Talking about language*. Basic Books.
- Manaf, A. M. A. (2018). Dakwah melalui media baharu di Malaysia: Peluang atau cabaran. *Al-Hikmah*, 10(1), 119–128.

- Mohamad, N. (2019). Bahasa dan strategi komunikasi dakwah di era digital. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(1), 15–27.
- Mokhtar, M. M., & Hassan, H. H. (2021). Penggunaan media sosial sebagai medium dakwah Islam dalam kalangan penduduk Kampung Beserah, Kuantan, Pahang. *International Journal Of Humanities Technology And Civilization (IJHTC)*. 6 (1), 41-48. DOI: <https://doi.org/10.15282/ijhtc.v6i1.6667>
- Mokhtar, S., Thia, K., Esa, M.S., Ibrahim, M.A., Talib, M.N.M. (2023). Peranan media digital dalam dakwah kontemporari bagi membentuk kesepaduan nasional masyarakat di Malaysia. *International Journal of Law, Government and Communication*, 8(31), 47-60. <https://doi.org/10.35631>
- Mokhtar, S., Thia, K., Othman, I. W., & Moharam, M. M. A. H. (2021). Prospek dan cabaran implementasi dakwah dalam media kontemporari: Satu analisis. In *5th International Conference on Teacher Learning and Development (ICTLD)*.
- Muhyiddin, A. (2014). *Kajian dakwah multiperspektif* (Cet. ke-1). Remaja Rosdakarya.
- Omar, A.H. (2002). *Setia dan santun bahasa*. Penerbit Universiti Pendidikan Sultan Idris (UPSI).
- Rashid, N. A. (2005). Nilai kesantunan dalam konteks sosiobudaya masyarakat Melayu. *Jurnal Pengajian Melayu*, 15(1), 232–253.
- Rasit, R. M. (2011, Disember 14). *Mediamorphosis melalui laman web sosial: Dari perspektif sasaran dakwah remaja*. Seminar Kebangsaan Media & Dakwah (SMED 2011), USIM.
- Room, R. (2013). Konsep kesantunan berbahasa dalam Islam. *Jurnal Adabiyah*, 13, 223–234.
- Sad, N. D. H. N., & Aini, Z. (2015, Oktober 21). Kesantunan berbahasa dalam komunikasi dakwah. Paper presented at *Persidangan Kebangsaan Komunikasi, Kemanusiaan, Sains Sosial dan Sains*. Fakulti Kepimpinan dan Pengurusan, Universiti Sains Islam Malaysia (USIM).
- Salleh, N. F. M. (2020). Pandemik coronavirus (COVID-19): Pembelajaran dan pengajaran secara atas talian suatu keperluan di Malaysia. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/342886967>
- Salmananis. (2010). Kembali ke akar rumpun metode dakwah Al-Nahl 125. *Al-Hikmah*, 2, 3–33.
- Sani, M. A. M. (2009). *Media baru dan perubahan sosial masyarakat: Perspektif komunikasi Islam*. Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Sariyan, A. (2006). *Santun berbahasa*. Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Sariyan, A. (2009). Peranan bahasa dalam pembinaan insan dan pembangunan masyarakat hadhari. *Jurnal Hadhari*, 1, 1–29.
- Shahir, A. M. (2016, November 12). Berdakwah dalam era multimedia. Paper presented at *Seminar Islam dan Multimedia*, IKIM. <http://www.islam.gov.my/en/berdakwah-dalam-era-multimedia>
- Sham, F.M., Ibrahim, S., & Endot, I. (2000). *Dakwah dan perubahan sosial*. Utusan Publications.
- Shearer, E., & Mitchell, A. (2021). *News use across social media platforms in 2021*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/>
- Sohirin, & Solihin, M. (2008). *Islamic da'wah: Theory and practice*. International Islamic University Malaysia (IIUM) Press.
- Syahnaz, L., & Wok, S. (2011, Disember 14). Religious motives for using Facebook among university Muslim students. Paper presented at *Seminar Kebangsaan Media & Dakwah (SMED 2011)*, Fakulti Kepimpinan dan Pengurusan, USIM.
- Talib, N. A. A., Abdullah, M. Y., & Salleh, M. A. M. (2017). Cabaran dakwah Islam di alam siber. *E-Bangi. Journal of Social Sciences and Humanities*, 1-10.

- Utusan Malaysia Online. (2011, Disember 9). Capaian dakwah maya lebih meluas. *Utusan Malaysia*. http://www.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2011&dt=1209&pub=Utusan_Malaysia&sec=Bicara_Agama&pg=ba_01.htm
- Wahab, N. A., Muhamad, N., & Ismail, M. S. (2019). Media sosial sebagai medium dakwah masa kini. *International Social Science and Humanities Journal*, 2(1), 14-23.
- Yusof, M. Harun, K., Mis, A., Jaafar, S.R.S. & Baharuddin, R. (2024). Sapaan dalam kalangan pelajar Universiti Kebangsaan Malaysia. *Jurnal Melayu*, 23(1), 105-120.
- Zulkifli, M. (2020). Etika dan kesantunan pendakwah di media sosial: Satu tinjauan awal. In *Seminar Dakwah Kontemporari*. Universiti Sains Islam Malaysia