

FITUR PERSEMBAHAN DAKWAH DALAM MEDIA SOSIAL: SUATU ANALISIS KANDUNGAN TERHADAP FACEBOOK USTAZAH ASMA' HARUN

DA'WAH PRESENTATION FEATURES ON SOCIAL MEDIA: A CONTENT ANALYSIS OF USTAZAH ASMA' HARUN'S FACEBOOK PAGE

**Nor'Aini Binti Ahmad Zohri¹*
Norrodzoh Binti Hj Siren²**

¹ Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, Kuala Lumpur 50603, Selangor, Malaysia
(E-mail: ainizohri.eny@gmail.com)

² Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, Kuala Lumpur, 50603 Selangor, Malaysia
(E-mail: raudah68@um.edu.my)

*Corresponding author

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:

Ahmad Zohri, N. A., & Siren, N. (2025). Fitur persembahan dakwah dalam media sosial: Suatu analisis kandungan terhadap facebook ustazah Asma' Harun. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED)*, 10 (75), 829 - 842.

Abstrak: Media sosial merupakan salah satu wasilah dakwah yang mempunyai pelbagai fitur di dalamnya. Penentuan fitur persembahan dakwah adalah berdasarkan elemen media dalam multimedia yang boleh dibahagikan kepada lima elemen iaitu teks, grafik, video, interaktiviti dan gabungan. Kajian ini merupakan kajian kualitatif yang mengkaji fitur persembahan dakwah dalam laman Facebook Ustazah Asma' Harun (UAH) sepanjang tahun 2023 menggunakan kaedah analisis kandungan. Data dikumpulkan menggunakan kaedah web scraping terhadap Facebook UAH bagi mendapatkan data-data entri dalam Facebook UAH sepanjang tahun 2023. Hasil kajian menunjukkan bahawa daripada 1488 entri yang dimuat naik oleh UAH pada tahun 2023, 53.36% daripadanya adalah entri yang mempunyai penyampaian maudhu' dakwah secara langsung iaitu sebanyak 794 entri. Daripada 794 entri ini, elemen video adalah elemen yang paling banyak digunakan iaitu sebanyak 45%, diikuti dengan elemen grafik iaitu sebanyak 34% dan akhir sekali elemen teks iaitu sebanyak 21%. Secara khususnya dalam elemen video, fitur siaran langsung merupakan fitur tertinggi yang digunakan untuk menyampaikan kandungan dakwah melalui Facebook UAH. Fitur persembahan dakwah yang dilaksanakan oleh UAH turut disampaikan dalam pelbagai bentuk seperti teks panjang, teks pendek dan teks kongsi kiriman dalam elemen teks. Manakala dalam elemen grafik UAH menyampaikan grafik teks, infografik, fotograf, screenshoot dan gabungan melalui fitur gambar. Akhir sekali dalam elemen video, UAH menggunakan fitur video dan siaran langsung dengan pelbagai bentuk penyampaian seperti sedutan ceramah, rakaman nasihat, perkongsian santai dan lain-lain. Dapatan kajian secara tidak langsung menunjukkan kepelbagaian penyampaian dakwah dalam media sosial berdasarkan fitur persembahan dakwah yang boleh dilaksanakan oleh pendakwah sekali gus menjadi idea dan galakan kepada mereka untuk menggecarkan dakwah melalui media sosial terutamanya Facebook.

Kata Kunci: *Dakwah, Media Sosial, Elemen Multimedia, Fitur Persembahan Dakwah*

Abstract: *Social media is one of the platforms for da'wah (Islamic preaching) that offers a variety of features. The selection of da'wah presentation features is based on the multimedia elements of media, which can be divided into five categories: text, graphics, video, interactivity, and combinations. This study is a qualitative research that examines the da'wah presentation features on the Facebook page of Ustazah Asma' Harun (UAH) throughout the year 2023 using content analysis method. Data were collected through web scraping of the UAH Facebook page to retrieve entry data throughout 2023. The findings indicate that out of 1,488 entries uploaded by UAH in 2023, 53.36% (794 entries) contained direct da'wah messages. Among these 794 entries, the video element was the most frequently used (45%), followed by graphics (34%), and text (21%). Specifically, within the video element, the live broadcast feature was the most commonly used method to deliver da'wah content via UAH's Facebook. The da'wah presentation features employed by UAH were also conveyed in various forms, such as long texts, short texts, and shared post texts within the text element. In the graphic element, UAH used text graphics, infographics, photographs, screenshots, and combinations through the image feature. Lastly, in the video element, UAH utilized video and live broadcast features with various presentation styles such as sermon excerpts, advice recordings, casual sharing, and others. The findings indirectly highlight the diversity of da'wah delivery on social media based on the presentation features that can be utilized by preachers, thus providing ideas and encouragement for them to intensify da'wah efforts through social media, especially Facebook.*

Keywords: *Da'wah, Social Media, Multimedia Elements, Da'wah Presentation Features*

Pengenalan

Media sosial adalah salah satu wacana dakwah berbentuk audio visual yang wujud disebabkan berlakunya perkembangan teknologi digital dalam dunia siber. Ia dikategorikan sebagai 'Media Baharu' yang merujuk kepada media interaktif atau multimedia yang tidak tertakluk kepada sebarang sekatan dalam penghantaran maklumat merentasi jarak dan waktu (Muhammad Aidil, 2023). Tambahan pula, dengan sokongan capaian internet, manusia kini dapat berhubung dan berinteraksi tanpa mengira batasan waktu dan tempat, menjadikannya sebagai medium global komunikasi merentas sempadan (Nor Aslamiah, 2012). Media baharu khususnya media sosial semakin menjadi daya tarikan dan berpengaruh terhadap semua individu di seluruh dunia dalam membantu berkongsi maklumat penting dan berguna kepada masyarakat (Mashitah et al., 2022). Ia semakin berkembang menjadi sebuah alat strategik yang penting dalam sesebuah organisasi (Farzana, 2014) sekaligus menjadi kuasa baharu yang berpengaruh terhadap komunikasi manusia (Yusmini et al., 2015).

Justeru, ramai pendakwah zaman kini menyampaikan dakwah mereka melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok, dan X (Muhlis, 2018). Mereka menjadikan semua medium ini untuk mempromosikan aktiviti, menyebarkan mesej-mesej dakwah serta mengajak orang ramai kepada kebaikan tidak kira dalam bentuk *status*, penulisan, gambar atau video. Hal ini kerana, ia menjadi suatu platform yang membuka peluang seluas-luasnya dalam penyebaran mesej Islam sekaligus menjadi platform terbaik yang bukan hanya sekadar domain perkongsian ilmu namun lebih daripada itu iaitu pengguna boleh mengakses dan mendapatkan maklumat lebih pantas pada bila-bila masa di mana pun mereka berada (Mashitah et al., 2022).

Menurut Zulkiple (2021) dalam kajiannya mengenai dakwah digital, keperluan utama dalam pendekatan dakwah melalui media sosial adalah dengan mewujudkan atau memperbaiki ekosistem yang komprehensif. Ia merangkumi proses penghasilan kandungan, pemprosesan kandungan dan penyebaran kandungan. Salah satu cara bagi memproses kandungan dakwah melalui media sosial adalah dengan menggunakan fitur-fitur yang ada di dalamnya. Fitur-fitur ini boleh dibahagikan berdasarkan elemen media dalam multimedia yang boleh dinamakan sebagai Fitur Persembahan Dakwah.

Metodologi Kajian

Kajian ini merupakan kajian kualitatif menggunakan kaedah analisis kandungan dengan menganalisis Facebook Ustazah Asma' Harun (selepas ini akan disebut sebagai UAH) sebagai subjek kajian bagi mengenal pasti fitur persembahan dakwah yang digunakan oleh beliau dan kepelbagaiannya sepanjang tahun 2023. Media sosial Facebook dipilih kerana sehingga kini, ia menjadi media sosial yang paling kerap digunakan oleh rakyat Malaysia setelah aplikasi Whatsapp (Sue Howe, 2024). Sementara itu, pendakwah selebriti UAH dipilih kerana merupakan salah seorang pendakwah di Malaysia yang aktif menyampaikan dakwah melalui media sosial. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil tinjauan menggunakan alat analitik kandungan media sosial iaitu Popsters yang menunjukkan *Engagement Rate* (ER) Facebook UAH pada bulan Disember 2022 melebihi peratusan 1%. Nilai ini menunjukkan bahawa Facebook UAH mempunyai interaksi yang baik dengan pengikut beliau dan kandungan-kandungan dakwah di dalamnya mendapat capaian yang tinggi dalam kalangan pengguna Facebook (Benny Chandra, 2023).

Dalam mengumpulkan data, entri-entri daripada Facebook UAH sepanjang tahun 2023 dikeluarkan menggunakan kaedah *web scraping* iaitu sebuah kaedah yang digunakan untuk mengekstrak sejumlah besar data daripada laman sesawang dan menyimpannya dalam format fail tempatan atau pangkalan data dalam bentuk jadual (Afriza & Chanifah, 2023). Daripadanya, pengkaji melakukan tapisan terhadap kandungan-kandungan yang tidak mempunyai mesej dakwah secara langsung. Seterusnya, proses analisis data dilakukan menggunakan kaedah analisis kandungan. Analisis kandungan merupakan satu kaedah penyelidikan yang membuat tumpuan terhadap mesej dengan membuat pengamatan secara sistematik terhadap kategori yang dipilih oleh penulis. Daripadanya penyelidik membuat kesimpulan dan membina pendapat terhadap sesuatu isu (Noor Aina, 2011). Oleh itu, dalam menganalisis Facebook UAH sepanjang tahun 2023, pengkaji melakukan analisis kandungan terhadap entri yang mempunyai kandungan dakwah secara langsung bagi mengenalpasti fitur persembahan dakwah yang digunakan dalam Facebook UAH dan kepelbagaiannya.

Perbincangan

Wasilah dakwah media sosial merupakan salah satu elemen terpenting untuk dikenal pasti oleh pendakwah kerana daripadanya pendakwah dapat menyampaikan dakwah secara komprehensif dan mesej-mesej dakwah dapat disampaikan secara berkesan kepada sasaran dakwah. Media sosial yang boleh dimanfaatkan untuk dakwah terdiri daripada pelbagai aplikasi seperti Facebook, Instagram, Tik Tok dan Threads dan sebagainya.

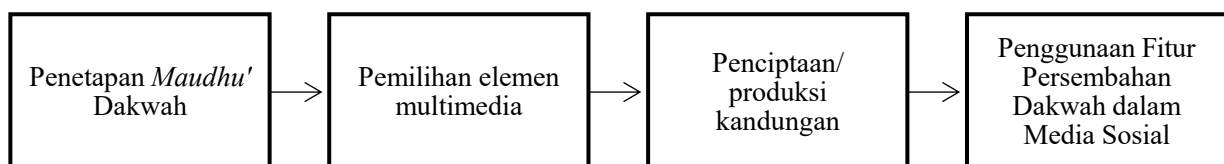
Wasilah Dakwah Kontemporari

Dakwah Islamiah terdiri daripada lima rukun iaitu pendakwah, wasilah dakwah, manhaj dakwah, *maudhu'* dakwah, dan sasaran dakwah. Wasilah dakwah merupakan salah satu rukun yang sentiasa berubah seiring beredarnya zaman. Dari sudut bahasa, wasilah bermaksud perantaraan untuk melakukan sesuatu kerja, manakala dari sudut istilah, ia adalah satu alat atau

medium untuk menyokong kerja-kerja dakwah. Menurut Burghuth, beliau mendefinisikan wasilah dakwah sebagai alat, bahan, benda atau teknologi yang boleh digunakan untuk menyampaikan mesej-mesej Islam (Muhammad Faisal, 2020). Terdapat tiga jenis wasilah dakwah yang digariskan oleh para sarjana iaitu wasilah audio iaitu semua wasilah yang bergantung kepada pendengaran dan secara lisan antara *da'i* dan *mad'u*, wasilah visual iaitu apa yang digunakan oleh pendakwah untuk pancaindera penglihatan bagi menyampaikan mesej dakwah sama ada dalam bentuk tulisan atau yang boleh dilihat dan wasilah audio visual iaitu semua alat teknologi moden (Ramadhan Muhammad, 2019).

Media sosial merupakan salah satu wasilah dakwah jenis audio visual. Apa yang ada di dalam media sosial menggabungkan pelbagai elemen media. Kepelbagaian elemen media ini dengan gabungan penggunaannya di dalam media sosial selari dengan makna multimedia dari segi bahasa iaitu gabungan antara beberapa media dalam satu masa. Multimedia menurut Tay Vaugan adalah sebarang gabungan teks, seni grafik, bunyi, animasi, dan video yang disampaikan kepada pengguna melalui komputer atau kaedah elektronik yang lain (Barbulet, 2023). Pada pertengahan tahun 1980-an, apabila teknologi komputer semakin maju dan mula mendominasi kehidupan manusia, multimedia mula dikaitkan dengan persembahan menerusi penggunaan komputer yang menggabungkan lima media utama iaitu teks, grafik, audio, video dan animasi. Seiring perkembangan teknologi, terdapat tambahan elemen dalam multimedia iaitu elemen interaktiviti (Jamaluddin & Zuliana, 2005). Kesemua jenis elemen media dalam multimedia ini wujud di dalam media sosial sebagai fitur yang boleh digunakan oleh pengguna.

Selain itu, dalam menggunakan media sosial sebagai wasilah dakwah kontemporari, seorang pendakwah perlu memerhatikan fitur yang sesuai untuk menyampaikan *maudhu'* dakwah rentetan adanya integrasi yang rapat antara wasilah dan *maudhu'* dakwah (Raudah, 2012). Hal ini kerana, *maudhu'* dakwah berada di dalam wasilah dakwah sebagai sebuah kandungan dakwah dalam media sosial. Bagi memproses kandungan dakwah dalam media sosial, langkah pertama yang perlu dilakukan adalah menetapkan apa yang ingin disampaikan kepada sasaran dakwah iaitu *maudhu'* dakwah. Seterusnya pendakwah perlu memilih elemen media yang paling sesuai untuk menyampaikannya sama ada dalam bentuk teks, grafik, video atau gabungan. Daripada situ, proses penciptaan atau produksi kandungan dilakukan iaitu dengan melakukan penulisan bagi elemen teks, mengedit gambar atau mencipta infografik bagi elemen grafik, dan melakukan produksi rakaman video atau mengeditnya bagi elemen video. Akhir sekali, pendakwah boleh memilih fitur dalam media sosial yang paling sesuai untuk memuat naik kandungan dakwah yang disediakan. Penghasilan kandungan dakwah dalam media sosial yang sistematik dan berkesan dapat membina identiti pendakwah dengan penyampaian mesej dakwah yang konsisten, seterusnya dapat menarik dan melibatkan sasaran dakwah dengan dorongan interaksi yang lebih aktif terhadap kandungan dakwah yang disampaikan sekaligus dapat menjana tindak balas apabila mesej dakwah yang disampaikan memenuhi keperluan masyarakat (David, 2024). Proses ini boleh diringkaskan seperti rajah di bawah:



Rajah 1: Proses Penyampaian Kandungan Dakwah Dalam Wasilah Dakwah Kontemporari

Sumber: The Creative Process, Amber Perves, 2024

Fitur Persembahan Dakwah

Fitur menurut Kamus Dewan Bahasa dan Pustaka adalah ciri yang merangkumi bentuk dan sifat yang tertentu. Fitur media sosial merujuk kepada ciri-ciri atau fungsi-fungsi khusus yang disediakan dalam sesuatu media sosial untuk membolehkan pengguna berinteraksi dan menjalankan aktiviti tertentu di dalamnya. Seiring perkembangan medium komunikasi melalui media sosial, ia menawarkan pelbagai fitur untuk memenuhi keperluan pengguna yang berbeza sekali gus dapat membuka ruang kepada para pengguna untuk menggunakannya mengikut dorongan, keutamaan dan tujuan tertentu. Oleh itu, dalam menggunakannya bagi tujuan dakwah, seseorang pendakwah boleh memanfaatkan fitur-fitur di dalamnya untuk sebarang bentuk tindakan dan aktiviti penyampaian dakwah.

Setiap media sosial mempunyai kelebihan elemen multimedia yang tersendiri, seperti Facebook yang menonjolkan elemen teks menyebabkan ia mesra untuk penulisan sama ada pendek atau panjang. Seterusnya Instagram lebih menonjolkan elemen grafik sebagaimana yang boleh dilihat dalam paparan entri-entri di dalamnya yang fokus kepada gambar manakala TikTok pula kelebihannya adalah elemen video iaitu paparannya tertumpu kepada *reels*. Begitu juga dengan X dan Threads yang fokus kepada elemen teks dan interaktiviti dengan membolehkan pengguna memuatnaik satu siri hantaran yang saling berkait daripada seseorang pengguna dan setiap daripadanya boleh dibalas oleh pengguna lain. Semua aplikasi media sosial ini mempunyai pelbagai fitur seperti event, *message*, *save*, *share*, teks, video, *pictures*, *live streaming*, *story*, *reels* dan lain-lain. Fitur-fitur ini boleh diklasifikasikan di bawah elemen-elemen media dalam multimedia kerana setiap elemen ini wujud di dalam media sosial sebagai fitur yang boleh digunakan oleh pengguna.

Fitur Persembahan Dakwah Dalam Facebook

Contoh implementasi fitur persembahan dakwah dalam kajian ini adalah terhadap fitur-fitur Facebook yang boleh dikhususkan untuk penyampaian dakwah. Ia boleh dibahagikan kepada beberapa bahagian iaitu teks, video, grafik, interaktiviti dan gabungan. Oleh itu, penyatupaduan pelbagai fitur di dalam Facebook yang boleh dimanfaatkan untuk kandungan dakwah boleh dibahagikan kepada elemen-elemen media dalam multimedia seperti berikut:

Elemen Teks

Elemen teks merupakan elemen asas yang digunakan bagi tujuan penyampaian *maudhu'* dakwah. Ia digunakan untuk memberikan penekanan bagi sesuatu isi kandungan yang ingin disampaikan. Elemen teks boleh digabungkan dengan elemen multimedia yang lain sehingga menjadikan penyampaian maklumat lebih menarik dan menyeluruh (Jamaluddin & Zaidatun, 2005). Contoh elemen teks dalam fitur Facebook adalah fitur teks dan fitur *share*. Fitur teks dalam Facebook merujuk kepada beberapa bentuk penulisan iaitu penulisan panjang dan penulisan pendek. Penulisan panjang adalah penulisan yang tidak disertai latar belakang berwarna dan bergrafik ringkas yang menjadi salah satu fitur Facebook dalam mengemaskini entri kiriman teks. Ia boleh dimanfaatkan untuk penulisan dakwah dengan mengemukakan mesej-mesej dakwah yang panjang. Kiriman teks yang berbentuk penulisan pendek pula adalah sebuah kiriman yang disertai latar belakang berwarna dan bergrafik ringkas dengan bilangan maksimum 130 karakter bersamaan 18 hingga 33 patah perkataan (O'Brien, 2017).

Seterusnya, fitur *share* juga menggunakan elemen teks dalam penyampaian dakwah. Fitur ini membolehkan seseorang untuk berkongsi kiriman daripada pengguna lain ke laman Facebook mereka. Ia merupakan salah satu fitur yang menggabungkan antara elemen interaktiviti dan teks. Ia menjadi elemen interaktiviti kerana melibatkan interaksi secara tidak langsung antara

dua orang pengguna Facebook, iaitu seseorang pengguna boleh berkongsi kiriman yang dicipta oleh pengguna lain ke dalam laman Facebook mereka. Entri yang dikongsi adalah daripada pelbagai jenis fitur sama ada berbentuk elemen teks, gambar atau video. Sebelum melakukan perkongsian melalui fitur *share*, pengguna boleh menambah teks penulisan sendiri untuk mengulas, menerangkan atau memberi respons terhadap apa yang dikongsi menjadikan teks berkenaan hasil penulisan pengguna berkenaan. Justeru, pengkaji mengklasifikasikannya di bawah elemen teks dalam fitur *share*.

Elemen Grafik

Grafik adalah sebarang paparan visual termasuk lukisan dan kerja-kerja seni yang dihasilkan dengan mengimbas grafik ke format berasaskan komputer. Ia boleh wujud dalam pelbagai bentuk seperti ilustrasi, lukisan, carta, gambar foto, diagram dan sebagainya (Jamaluddin & Zaidatun, 2005). Oleh itu, dalam Facebook terdapat beberapa jenis grafik dalam penyampaian dakwah iaitu infografik, fotografi, kartun, *screenshoot*. Ia boleh dipersembahkan secara sendirian mahupun sebagai penyokong kepada penggunaan teks. Dalam media sosial Facebook, kesemua bentuk elemen grafik ini menggunakan fitur gambar. Ia mempunyai pelbagai fungsi seperti boleh disertai dengan teks penulisan dakwah atau sekadar gambar dengan kapsyen ringkas. Pendakwah juga boleh melakukan penyusunan gambar di dalam Facebook menerusi album, melakukan penandaan (*tagging*) kepada rakan atau kenalan yang dikehendaki dan mengedit gambar dengan meletakkan efek (*filters*) pada gambar yang telah dimuat naik (Liyana, 2019).

Elemen Video

Elemen video dalam Facebook merangkumi fitur kiriman video, *Facebook Live* dan *reels*. Unsur video dalam penyampaian maklumat mampu mempengaruhi perasaan dan emosi para audiens dengan lebih nyata kerana video mampu membawa unsur realistik atau keadaan sebenar kepada pengguna (Jamaluddin & Zaidatun, 2005). Fitur pertama yang mempunyai elemen video adalah fitur video. Ia perlu dimanfaatkan sebaiknya kerana Facebook berusaha untuk menjadi platform utama bagi video dalam talian dengan memperkuat ekosistem video yang bertujuan menarik dan mengekalkan kesetiaan penonton (Meta For Media, 2019). Video dalam Facebook perlu bersifat asli, tahan lama dan meninggalkan kesan dengan cara mengubah penonton biasa menjadi peminat yang sangat menyokong.

Selain itu, *Facebook Live* atau siaran langsung adalah salah satu elemen video dalam fitur Facebook yang membolehkan pengguna membuat siaran video secara langsung kepada pengikut atau penonton mereka. Perkara ini memberi peluang kepada pengguna untuk berkongsi pengalaman secara *real-time* seperti perbincangan, persembahan, sesi soal jawab, atau acara maya dengan komuniti. Setelah tamat siaran langsung secara *real-time*, pengguna boleh mendapatinya di dalam koleksi video kerana ia akan disimpan menjadi koleksi video dalam profil halaman Facebook pengguna.

Fitur seterusnya yang mempunyai elemen video dalam Facebook adalah *Reels*. *Reels* adalah format video yang singkat yang berdurasi 90 saat ke bawah. Perbezaannya dengan fitur kiriman video adalah pengguna boleh menyunting video *reels* secara terus menggunakan ciri-ciri yang tersedia di dalamnya. Ia lebih menonjol daripada video kerana menyatukan elemen-elemen seperti muzik, audio, kesan Realiti Augmen (AR), dan lain-lain bagi memperkayakan pengalaman penonton (Facebook Help Centre, 2023). Pengguna boleh memilih muzik atau audio tertentu yang sesuai dengan kandungan video mereka sekali gus menambahkan dimensi tambahan kepada kandungan visual. Seterusnya, gabungan kesan AR seperti animasi 3D dan

penambah wajah dalam video mereka, menjadikannya lebih interaktif dan menarik bagi penonton. Pengguna boleh meneroka *Reels* yang disyorkan oleh Facebook berdasarkan minat dan aktiviti mereka di halaman utama, atau kolum *reels* di Facebook.

Elemen Interaktiviti

Asal kewujudan media sosial adalah untuk memudahkan manusia berkomunikasi dan berhubungan antara satu sama lain. Setiap fitur di dalamnya dicipta bagi mencapai tujuan ini. Oleh itu, setiap kiriman di dalam Facebook yang dimuat naik tidak dapat lari daripada elemen interaktiviti. Bagi mencapai tujuan dakwah, fitur komen dan *reactions* penting digunakan bagi mewujudkan interaksi emosi dan penyampaian maklumat antara da'i dan mad'u. Fitur *reactions* dalam Facebook merangkumi 6 reaksi yang boleh dipilih oleh pengguna bagi menunjukkan respons mereka terhadap kandungan sesuatu kiriman dalam Facebook iaitu *like*, *love*, *haha*, *wow*, *sad* dan *angry* yang mana ia melambangkan perasaan pengguna terhadap kiriman berkenaan. Manakala fitur komen dalam Facebook merupakan sebuah respons daripada pengguna terhadap sesuatu kiriman Facebook yang merangkumi teguran, kritikan, perhatian, pendapat, pandangan, ulasan, dan komentar terhadap kandungan kiriman berkenaan (Dewan Bahasa Dan Pustaka, n.d.).

Elemen Gabungan

Elemen media gabungan dalam facebook adalah fitur Facebook yang menggabungkan pelbagai elemen media di dalamnya. Oleh kerana Facebook mempunyai pelbagai fitur, terdapat beberapa fitur yang menggabungkan beberapa elemen media di dalamnya yang boleh dimanfaatkan untuk dakwah. Antaranya adalah fitur kemaskini cerita (*story*) yang merangkumi teks, koleksi gambar atau video ringkas yang dikongsi oleh pengguna dan kandungannya disiarkan selama 24 jam sahaja. Selain itu, ia juga adalah gabungan beberapa fitur dalam sesuatu kiriman dakwah yang merupakan penjelas antara satu sama lain iaitu merangkumi gabungan fitur antara entri utama seperti fitur dalam elemen teks, gambar dan video dengan elemen interaktiviti iaitu fitur komen yang menjadi penjelas kepada kandungan dakwah dalam entri utama.

Dapatan Kajian

Berdasarkan data yang diperoleh sepanjang tahun 2023, sebanyak 1488 kiriman yang telah dimuat naik oleh UAH di dalam Facebook beliau. Daripada keseluruhan kiriman, pengkaji mendapati 326 kiriman adalah berbentuk teks, 574 kiriman adalah berbentuk grafik dan 588 kiriman adalah berbentuk video. Setelah melakukan tapisan, bilangan kiriman yang berkaitan dengan dakwah adalah lebih sedikit daripada bilangan asal. Secara keseluruhan, sebanyak 794 kiriman iaitu 53.36% daripada keseluruhan kiriman sepanjang tahun 2023 adalah kiriman yang mengandungi penyampaian dan pesanan dakwah secara langsung. Berikut merupakan graf keseluruhan fitur persembahan dakwah yang digunakan di laman Facebook UAH sepanjang tahun 2023 berdasarkan elemen media dalam multimedia.



Rajah 2: Fitur Persembahan Dakwah Di Facebook UAH Sepanjang Tahun 2023

Rajah di atas menunjukkan daripada keseluruhan kiriman dakwah iaitu sebanyak 794 kiriman, 21% daripadanya adalah menggunakan elemen teks dalam fitur persembahan dakwah sepanjang tahun 2023 iaitu bersamaan 168 buah kiriman. Seterusnya 45% daripadanya menggunakan elemen video iaitu sebanyak 356 kiriman dan 34% daripadanya yang menggunakan elemen grafik iaitu sebanyak 270 buah kiriman. Oleh itu, rajah menunjukkan bahawa UAH banyak menggunakan elemen video dalam menyampaikan dakwah melalui Facebook, diikuti elemen grafik dan teks.

Selain itu, dalam elemen teks dan grafik terdapat elemen gabungan komen iaitu komen yang ditulis oleh UAH sendiri sebagai penjelas kepada mesej dakwah dalam fitur kiriman utama. Gabungan ini boleh diperincikan dalam jadual di bawah iaitu perincian analisis setiap fitur persembahan dakwah bagi setiap elemen multimedia:

Jadual 1: Perincian Analisis Setiap Fitur Persembahan Dakwah

Elemen Multimedia	Fitur Persembahan Dakwah	Bilangan Kiriman Sepanjang Tahun 2023	Jumlah
Teks	Teks (Panjang)	32 (4 Gabungan Komen)	168
	Teks (Pendek)	128 (33 Gabungan Komen)	
	Teks Kongsi Kiriman (<i>Share</i>)	8 (1 Gabungan Komen)	
Grafik	Gambar (Grafik Teks)	1	270
	Gambar (Infografik)	140 (9 Gabungan Komen)	
	Gambar (Fotograf)	89 (6 Gabungan Komen)	
	Gambar (<i>Screenshot</i>)	11 (2 Gabungan Komen)	
	Grafik Gabungan	29 (1 Gabungan Komen)	
Video	Video	76	356
	<i>Reels</i>	Tiada	
	Siaran Langsung (<i>Live</i>)	280	
Gabungan	Teks dan Komen	38	56
	Grafik dan Komen	18	
Jumlah Keseluruhan Kiriman (Tidak termasuk elemen gabungan)			794

Berdasarkan jadual di atas, elemen multimedia yang digunakan dalam Facebook UAH adalah teks, video, grafik dan gabungan. Dalam elemen teks, bentuk fitur penyampaian dakwah yang digunakan adalah melalui teks pendek, teks panjang dan teks fitur *share*. Selain itu, walaupun dalam elemen grafik hanya mempunyai fitur gambar sahaja, namun kepelbagaian dalam

persembahannya boleh dibahagikan kepada pelbagai bentuk iaitu grafik teks, infografik, fotograf, gambar *screenshoot* dan bentuk grafik gabungan. Seterusnya dalam elemen video pula, UAH menggunakan fitur video dan fitur siaran langsung. Beliau tidak menggunakan fitur *reels* dalam penyampaian kandungan dakwah melalui Facebook. Secara keseluruhan, fitur persembahan dakwah yang paling banyak digunakan untuk menyampaikan kandungan dakwah melalui Facebook UAH adalah fitur siaran langsung iaitu sebanyak 280 kali. Sementara itu, elemen gabungan fitur komen hanya disertakan bersama fitur teks dan fitur gambar sahaja manakala elemen video tidak mempunyai gabungan bersama fitur komen sebagai penjelas kepada kandungan dakwah.

Kepelbagaian Fitur Persembahan Dakwah Dalam Facebook UAH

UAH melaksanakan penyampaian *maudhu'* dakwah dengan pelbagai variasi dan bentuk melalui fitur persembahan dakwah ia boleh diringkaskan seperti berikut:

Elemen Teks Dalam Facebook UAH

Berikut merupakan contoh-contoh fitur persembahan dakwah menggunakan elemen teks dalam Facebook UAH:

Jadual 2: Contoh Elemen Teks Berserta Bentuk-Bentuk Fitur Persembahan Dakwah Di Dalam Facebook UAH

Bil	Bentuk	Contoh	Penerangan
i.	Fitur Teks Pendek	 (Sumber: Entri Facebook Ustazah Asma' Harun, Bertarikh 2 April 2023)	Gambar di sebelah menunjukkan mesej dakwah kepada golongan ibu bapa yang diuji dengan sikap anak dengan memberikan panduan agar mereka memaafkan dan mendoakan anak-anak seikhlas hati. Teks ini disebut secara terus, jelas dan padat. Jika diperhatikan UAH hanya menyampaikan satu ayat sahaja di dalam satu teks. Latar belakang grafik awan ringkas yg berwarna gelap turut menonjolkan teks yang ditulis.

ii.	Fitur Teks Pendek Disertai Fitur Komen Sebagai Penjelasan Kepada Fitur Utama	 (Sumber: Entri Facebook Ustazah Asma' Harun, Bertarikh 22 Mac 2023)	Berdasarkan gambar di sebelah, UAH memuat naik hantaran berbentuk teks pendek dengan mesej dakwah kedatangan bulan Ramadhan iaitu dengan mengajak pengikut untuk menyambutnya dengan sujud syukur dan doa. Teks ini diikuti dengan panggilan untuk bertindak iaitu menyuruh pembaca untuk melihat di dalam komen tatacara sujud syukur dan doa-doa berkaitan. Kemudian di dalam fitur komen UAH memberikan penjelasan mengenai doa amalan sepanjang Ramadan, doa apabila masuk bulan Ramadan dan tatacara sujud syukur.
iii.	Fitur Teks Panjang Berbentuk Terus, Ringkas Dan Padat.	 (Sumber: Entri Facebook Ustazah Asma' Harun, Bertarikh 5 Mei 2023)	Gambar di sebelah menunjukkan fitur teks berbentuk teks panjang yang disampaikan secara terus, ringkas dan padat dengan mesej dakwah ketenangan dalam hidup dengan mengingatkan Allah walaupun menghadapi pelbagai ujian.

iv.	Fitur Teks Panjang Berbentuk Penulisan Panjang	 (Sumber: Entri Facebook Ustazah Asma' Harun, bertarikh 13 Mei 2023)	Gambar di sebelah menunjukkan fitur teks berbentuk teks panjang yang disampaikan dengan penulisan panjang oleh UAH. Mesej dakwah yang disampaikan adalah mengenai hakikat ikatan suami isteri dengan perkongsian doa sebagai pengikat kasih antara keduanya.
v	Teks Fitur Share	 (Sumber: Entri Facebook Ustazah Asma' Harun, Bertarikh 13 Mac 2023)	Gambar di sebelah menunjukkan UAH berkongsi kiriman daripada laman Ilham Media yang memuat naik kiriman gambar dengan kapsyen “Ketika Perempuan bertemu dengan lelaki yang tepat”. Kiriman ini dikongsi dengan teks mesej dakwah yang ditulis oleh UAH sebagai ulasan terhadap kiriman berkenaan. Teks berkenaan menjelaskan mesej dakwah berkaitan kasih sayang sesama manusia iaitu dalam perhubungan antara suami isteri.

Elemen Video Dalam Facebook UAH

Berikut merupakan contoh-contoh fitur persembahan dakwah menggunakan elemen video dalam Facebook UAH:

Jadual 4: Contoh Elemen Video Di Dalam Facebook UAH.

Bil	Fitur	Contoh	Penerangan
i.	Fitur Video	 (Sumber: Entri Facebook Ustazah Asma' Harun, Bertarikh 4 Disember 2023)	Gambar di sebelah menunjukkan fitur video berbentuk rakaman nasihat oleh UAH dengan tajuk “Menanam Pokok Ni Ada Manfaat Ke Ustazah?” dengan perkongsian Hadith Nabi SAW mengenai fadilat bercucuk tanam.
ii.	Fitur Siaran Langsung	 (Sumber: Entri Facebook Ustazah Asma' Harun, Bertarikh 14 Oktober 2023)	Gambar di sebelah merupakan siaran langsung ceramah virtual yang mempunyai pelbagai mesej dakwah antaranya adalah galakan untuk sentiasa berdoa dengan menceritakan kisah-kisah orang yang dimakbul doanya.

Kesimpulan

Wasilah dakwah kontemporari menggunakan media sosial perlu mengikut peredaran semasa. Pendakwah perlu memanfaatkan ruang yang tersedia di media sosial untuk menyampaikan dakwah sekreatif mungkin menggunakan fitur persembahan dakwah. Kandungan dakwah boleh dipelbagaikan mengikut kesesuaian fitur yang ada dalam media sosial. Facebook UAH merupakan salah satu media sosial yang memanfaatkan sebaiknya pelaksanaan proses penyampaian kandungan dakwah dalam wasilah dakwah kontemporari. Berdasarkan analisis kandungan Facebook UAH sepanjang tahun 2023, elemen video terutamanya fitur siaran langsung merupakan elemen yang paling kerap digunakan untuk menyampaikan dakwah sekali gus memenuhi cadangan Facebook agar konsisten melaksanakan Facebook *Live* bagi meningkatkan capaian berdasarkan algoritma Facebook (Meta Business Help Centre, n.d). Selain itu, kepelbagaian bentuk elemen grafik turut membuat Facebook UAH kreatif dengan penyampaian gambar yang dapat menarik minat sasaran dakwah untuk menerima kandungan dakwah dengan mudah seperti gambar infografik yang meringkaskan penjelasan teks panjang kandungan dakwah dalam fitur yang sama. Akhir sekali, kepelbagaian penyampaian fitur persembahan dakwah yang dilaksanakan oleh UAH boleh menjadi rujukan dan idea kepada pendakwah-pendakwah lain agar melaksanakan perkara yang sama bahkan mengembangkan idea selari dengan keperluan masyarakat sekali gus dapat menggecarkan dakwah dalam media sosial.

Rujukan

- Ahmad, M. A. F. M. H. (2023). Penggunaan media sosial sebagai media baharu dan impaknya terhadap masyarakat Malaysia. *Jurnal Perspektif*, 15, 25.
- Barbulet, G. (2023). The use of multimedia in language teaching. *Swedish Journal of Romanian Studies*, 6(1), 191–201.
- Chandra Monacho, B., & Slamet, Y. (2023). The effect of influencer engagement rate in increasing followers of Instagram official account. *Jurnal Komunikasi: Malaysian Journal of Communication*, 39(2), 381.
- Dani, N. A. (2011). Aplikasi kaedah analisis kandungan: Gambaran budi bahasa dan nilai murni orang Melayu dalam buku Malay Courtesy. *International Journal of the Malay World and Civilisation*, 29(1), 123.
- David, M. (2024). Content creation: Strategies for engaging and impactful media. *Global Media Journal*, 22(69), 1.
- Dewan Bahasa dan Pustaka. (n.d.). *Pusat Rujukan Persuratan Melayu: Carian “komen”*. <https://prpm.dbp.gov.my/cari1?keyword=komen>
- Facebook Help Centre. (2023). *What are Reels on Facebook?*. <https://www.facebook.com/help/iphone-app/386221115984344>
- Ghani, Z. A. (2021). Ekosistem dakwah digital: Cabaran masa depan dunia dakwah. Dalam *Prosiding Simposium Dunia Dakwah Digital 2021*.
- Hj Siren, N. R. (2013). *Retorik penulisan dakwah*. Penerbit Universiti Malaya.
- Howe, S. (2024). Social media statistics for Malaysia. *Meltwater*. <https://www.meltwater.com/en/blog/social-media-statistics-malaysia>
- Matharid, R. M., Fathullah, A., Hamid, M. N., & Nasir, A. R. (2019). *Uṣūl al-Da‘wah wa manāhijuh. Dirāsah ta’šīliyyah taḥlīliyyah*.
- Md Saril, L. N. (2019). *Dakwah melalui Facebook: Kajian kes terhadap pendakwah terpilih di Malaysia* [Tesis Sarjana, Universiti Malaya].
- Meta Business Help Centre. (2023). Best practices for improving reach on Facebook and Instagram. *Meta for Business*. <https://www.facebook.com/business/help/1424020861341537>
- Meta For Media. (2019). Understanding video distribution on Facebook. <https://www.facebook.com/formedia/blog/understanding-video-distribution-on-facebook>
- Muhammad Faisal, A., Siti Fadhilah, Z., & Siti Jamiaah, A. J. (2020). Analisis kritis terhadap pandangan sarjana dalam mendefinisikan manhaj, uslub dan wasilah dakwah. *The Malaysia Journal of Islamic Sciences*, 31, 82-98.
- Muhlis, M., Jasad, U., & Halik, A. (2018). Fenomena Facebook sebagai media komunikasi baru. *Jurnal Diskursus Islam*, 6(1), 20–31.
- Nor Aslamiah, A. (2012). *Laman media sosial: Trend komunikasi masa kini*. Pusat Teknologi Maklumat dan Komunikasi MKN, DimensiKoop, Maktab Koperasi Malaysia.
- O’Brien. (2017, April 11). Facebookery: How to get background color in your online Facebook posts. <https://dmediamom.com/2017/04/11/facebookery-get-background-color-online-facebook-posts>
- Parveen Tajudeen, F. (2014). *Social media usage and its impact on Malaysian organizations* [Tesis kedoktoran, Universiti Malaya].
- Pervez, A. (2024). Content creation and distribution: Navigating the digital landscape of the 21st century. *Global Media Journal*, 22(72), 2-14.
- Rizquina, A. Z., & Ratnasari, C. I. (2023). Implementasi web scraping untuk pengambilan data pada website e-commerce. *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Basis*, 4(5), 378–385.

- Sulaiman, M., Ahmad, M. W., Ismail, A., & Md. Hamdani, S. (2022). Pembangunan media sosial baharu dan impaknya terhadap dakwah era digital di Malaysia. Dalam *Seminar Antarabangsa Falsafah, Tamadun, Etika dan Turath Islami* (hlm. 639–648).
- Yusmini, M. Y., Nor Raudah, H. S., Muhammed, Y., & Fakhrul Adabi, A. K. (2015). *Isu-isu semasa media dan dakwah*. Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya.