

PENYEBARAN BERKESAN NILAI-NILAI ISLAM DI MEDIA SOSIAL MENGIKUT PERSEPSI MAHASISWA UNIVERSITI ISLAM SELANGOR (UIS)

Effective Dissemination of Islamic Values on Social Media According to The Perception of Selangor Islamic University (UIS) Students

*Faradillah Iqmar Omar¹

¹Fakulti Sains Sosial
Universiti Islam Selangor
43000 Kajang, Selangor, Malaysia

*Corresponding author's email: faradillah@uis.edu.my

Submitted:	Accepted:	Revised:	Published:
17-Dec-2024	01-Jan-2025	02-May-2025	29-Jun-2025

Abstrak

Dalam era digital dan globalisasi, media sosial telah menjadi medium utama dalam penyebaran maklumat serta komunikasi, termasuk dalam penyampaian nilai-nilai Islam. Platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube berperanan besar dalam membentuk persepsi serta mempengaruhi pemikiran dan tingkah laku pengguna, khususnya mahasiswa. Kajian ini bertujuan untuk menilai sejauh mana keberkesanan penyebaran nilai-nilai Islam di media sosial berdasarkan persepsi mahasiswa Universiti Islam Selangor (UIS). Pendekatan kuantitatif digunakan dalam kajian ini dengan soal selidik sebagai instrumen utama bagi mengumpul data daripada 40 responden yang dipilih secara rawak dalam kalangan mahasiswa yang mengambil subjek Komunikasi Perspektif Al-Quran dan As-Sunnah. Analisis data dilakukan menggunakan perisian SPSS bagi mengenal pasti corak penggunaan media sosial dalam menerima dan menyebarkan nilai-nilai Islam. Dapatan kajian menunjukkan bahawa Instagram dan TikTok merupakan platform yang paling kerap digunakan oleh mahasiswa UIS untuk berinteraksi dengan kandungan Islamik. Kandungan yang paling menarik perhatian adalah video pendek yang mengandungi motivasi, ceramah agama ringkas, serta infografik yang bersifat ringkas dan mudah difahami. Namun, terdapat beberapa cabaran dalam memastikan penyebaran nilai-nilai Islam yang berkesan, termasuk kekurangan kandungan sahih serta pengaruh budaya popular yang tidak selari dengan prinsip Islam. Oleh itu, strategi komunikasi yang lebih efektif perlu diterapkan, seperti penggunaan elemen visual yang menarik, video interaktif, serta penglibatan pempengaruh media sosial bagi meningkatkan keberkesanan penyampaian mesej Islam. Hasil kajian ini memberikan panduan kepada pihak berkepentingan dalam merangka strategi komunikasi digital yang lebih sistematik dan berkesan agar nilai-nilai Islam dapat disebarkan dengan lebih berimpak dalam kalangan mahasiswa UIS.

Kata kunci: Media Sosial, Nilai-nilai Islam, Penyebaran Berkesan

Abstract

In the digital and globalization era, social media has become a primary platform for disseminating information and communication, including conveying Islamic values. Applications such as Instagram, TikTok, Facebook, and YouTube play a significant role in shaping perceptions and influencing user behavior, particularly among university students. This study aims to assess the effectiveness of communication in spreading Islamic values through social media based on the perceptions of students at Universiti Islam Selangor (UIS). A quantitative approach was employed, utilizing a questionnaire as the primary data collection instrument. The study involved 40 randomly selected respondents from students enrolled in the Communication Perspective of Al-Quran and As-Sunnah course. Data were

analyzed using SPSS software to identify trends in social media usage for receiving and disseminating Islamic values. The findings indicate that platforms such as Instagram and TikTok are the most frequently used by UIS students to engage with Islamic-related content. The types of content that attract the most attention include short motivational videos, brief religious lectures, and concise infographics that are easy to comprehend. However, the study also identifies several challenges in the dissemination of Islamic values, such as the lack of authentic content and the influence of popular culture, which contradicts Islamic principles. Therefore, more effective communication strategies are necessary, including the use of engaging graphic designs, interactive videos, and collaborations with social media influencers to enhance the appeal and effectiveness of Islamic message delivery. The findings of this study provide valuable insights for stakeholders in designing more effective digital communication strategies to ensure the dissemination of Islamic values through social media has a positive impact on UIS students.

Keywords: Social Media, Islamic Values, Effective Communication

1.0 PENGENALAN

Dalam era digital yang serba pantas, media sosial telah menjadi saluran utama komunikasi dan penyebaran maklumat dalam kehidupan masyarakat global. Kehadiran platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan YouTube telah mengubah cara individu berinteraksi, mendapatkan maklumat, serta berkongsi pendapat. Bagi golongan mahasiswa, media sosial bukan sekadar medium interaksi, tetapi juga alat untuk memperoleh ilmu serta memahami nilai-nilai Islam yang sesuai dengan kehidupan moden (Mohd Hamizi, 2023). Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi maklumat, media sosial telah berkembang menjadi platform utama bagi komunikasi dan penyebaran informasi. Penggunaannya tidak lagi terbatas kepada hiburan dan jaringan sosial, malah turut berfungsi sebagai medium untuk menyebarkan ajaran serta nilai-nilai agama (Mohd Hamizi, 2023).

Selain menjadi medan hiburan dan jaringan sosial, media sosial kini berperanan sebagai alat penting dalam penyampaian mesej keagamaan, termasuk nilai-nilai Islam yang berlandaskan Al-Quran dan As-Sunnah. Dengan capaian luas serta kepantasan dalam menyebarkan maklumat, media sosial menawarkan peluang besar dalam usaha dakwah dan pendidikan Islam kepada pelbagai golongan, termasuk mahasiswa (Mohd Hamizi, 2023). Media sosial kini menjadi alat utama komunikasi dan penyebaran maklumat dalam pelbagai lapisan masyarakat, termasuk mahasiswa. Golongan ini merupakan antara pengguna paling aktif media sosial, di mana platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok digunakan untuk berinteraksi, mencari maklumat, serta mengekspresikan diri. Seiring perkembangan ini, penyebaran nilai-nilai Islam melalui media sosial menjadi satu keperluan penting bagi memastikan ajaran agama terus relevan dan diamalkan dalam kehidupan seharian (Mohd Mokhtarishah & Hasmadi, 2021). Media sosial juga berperanan sebagai medium komunikasi dan interaksi sosial yang membolehkan pengguna bertukar pendapat serta mengenali lebih ramai orang. Namun, peranan ini boleh berubah apabila media sosial tidak digunakan dengan baik dan beretika (Mohd Azmi et al., 2019).

Nilai-nilai Islam merangkumi aspek moral, etika, serta prinsip kehidupan yang berlandaskan Al-Quran dan As-Sunnah, termasuk kejujuran, keadilan, kesederhanaan, dan integriti (Marzuki Sepiaail et al., 2016). Walau bagaimanapun, dalam era digital ini, cabaran utama adalah penyebaran maklumat yang tidak sah dan kurang berautoriti, yang boleh mengelirukan serta menjejaskan pemahaman sebenar mengenai ajaran Islam (Anuar Mamat et al., 2014). Di samping itu, wujudnya

kandungan negatif seperti budaya hedonisme, materialisme, dan ekstremisme turut menimbulkan cabaran dalam memastikan mesej dakwah kekal jelas, mudah difahami, dan tidak terjejas oleh unsur-unsur yang bertentangan dengan nilai Islam.

Keberkesanan penyampaian nilai Islam di media sosial bergantung kepada strategi komunikasi yang digunakan. Komunikasi berkesan bukan sahaja melibatkan penyampaian mesej yang jelas, tetapi juga memerlukan kaedah yang menarik, interaktif, serta bersesuaian dengan gaya dan keperluan pengguna media sosial masa kini. Mahasiswa, sebagai pengguna aktif media sosial, memerlukan pendekatan yang lebih kreatif dan relevan agar nilai-nilai Islam dapat disampaikan secara berkesan dan memberi impak yang positif terhadap pemikiran serta amalan mereka.

Namun, cabaran utama dalam komunikasi berkesan di media sosial ialah memastikan maklumat yang disebar adalah sahih dan tepat. Penyebaran kandungan yang tidak berautoriti atau mengandungi unsur negatif seperti hedonisme, materialisme, dan ekstremisme boleh memberi kesan kepada kefahaman serta penerimaan masyarakat terhadap ajaran Islam yang sebenar (Anuar Mamat et al., 2014). Oleh itu, penggunaan teknik komunikasi yang tepat, penyampaian mesej yang mudah difahami, serta penggunaan elemen visual dan interaktif menjadi faktor penting dalam memastikan nilai Islam dapat disebar dengan lebih efektif.

Oleh itu, adalah penting untuk memahami bagaimana media sosial boleh dimanfaatkan secara efektif dalam menyebarkan dan mengukuhkan nilai-nilai Islam dalam kalangan mahasiswa. Kajian awal ini bertujuan meneliti pendekatan serta strategi komunikasi yang berkesan dalam penyebaran nilai-nilai Islam melalui media sosial, selain mengenal pasti cabaran yang wujud. Salah satu cabaran utama dalam menyebarkan nilai-nilai Islam di media sosial ialah memastikan kesahihan dan ketepatan maklumat yang disampaikan. Kewujudan sumber tidak berautoriti boleh menimbulkan kekeliruan dan membawa kepada penyebaran ajaran yang tidak selari dengan prinsip Islam (Anuar Mamat et al., 2014).

Selain itu, kandungan yang kurang menarik atau tidak relevan dengan konteks semasa mungkin sukar menarik minat mahasiswa. Oleh itu, pendekatan yang lebih kreatif dan inovatif diperlukan bagi memastikan mesej Islam dapat disampaikan dengan berkesan. Media sosial juga sering dipenuhi dengan kandungan yang mempromosikan budaya popular dan materialisme, yang boleh mengalihkan perhatian mahasiswa daripada nilai-nilai Islam (Abdul Halim et al., 2019). Ini termasuk gaya hidup hedonistik yang bertentangan dengan prinsip Islam. Tambahan pula, tidak semua individu yang menyampaikan nilai-nilai Islam memiliki kemahiran komunikasi yang baik. Penyampaian mesej yang kurang jelas atau terlalu kompleks boleh mengurangkan keberkesanan dalam menyampaikan nilai-nilai tersebut.

Bagi mahasiswa Universiti Islam Selangor (UIS), sebagai golongan terpelajar dan bakal pemimpin masa depan, pemahaman serta penyebaran nilai-nilai Islam melalui media sosial amatlah penting. Komunikasi yang berkesan dalam menyebarkan nilai-nilai Islam dapat mempengaruhi pemikiran, sikap, dan amalan harian mahasiswa, seterusnya membentuk komuniti yang lebih beretika dan bermoral tinggi.

Dalam konteks mahasiswa UIS, mereka merupakan generasi muda yang mempunyai akses mudah kepada media sosial dan memainkan peranan penting sebagai penyebar serta penerima nilai-nilai Islam. Penyampaian mesej yang efektif memerlukan pemahaman mendalam terhadap psikologi pengguna media sosial, ciri-ciri kandungan yang menarik perhatian, serta kaedah komunikasi yang kreatif dan inovatif. Oleh itu, kajian ini bertujuan untuk meneliti keberkesanan komunikasi dalam penyebaran nilai-nilai Islam melalui media sosial, khususnya dalam kalangan

mahasiswa Universiti Islam Selangor (UIS). Dengan memahami pendekatan komunikasi yang sesuai, para pendakwah, pendidik, dan pengguna media sosial dapat memanfaatkan platform digital sebagai medan dakwah yang lebih sistematik dan berkesan, selaras dengan tuntutan zaman moden.

2.0 SOROTAN LITERATUR

2.1 Prinsip Komunikasi Berkesan dalam Konteks Dakwah Digital

Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi maklumat ini, media sosial telah menjadi satu signifikan kepada penyebaran maklumat dan berupaya mempengaruhi pemikiran generasi muda seperti mahasiswa (Mokhtar & Hassan, 2021). Media sosial telah berkembang menjadi satu platform yang berpengaruh dalam pertukaran pendapat, nilai termasuklah berkenaan agama. Pemahaman seseorang individu yang kukuh dan menyeluruh dalam perspektif agama adalah penting terutama sekali dalam menangani isu keagamaan yang sering timbul dalam mengejar revolusi pendigitalan (Razak et al., 2023). Generasi muda seperti golongan mahasiswa amat penting dalam menyebarkan dakwah Islamiah oleh kerana mereka merupakan individu yang akan memacu perubahan sosial pada masa hadapan (Risman, 2022).

Umumnya, inovasi teknologi telah berkembang dengan begitu berleluasa sehingga meresap ke dalam diri setiap aspek kehidupan manusia termasuklah mereka yang mengamalkan kehidupan beragama (Haron et al., 2017). Secara dasarnya, kini teknologi dan kehidupan dapat diertikan sebagai dua sisi syiling yang tidak dapat dipisahkan dan sentiasa saling berhubung. Tanpa mengira saiz, keseluruhan daripada sesuatu perkara pasti memerlukan beberapa bentuk teknologi untuk menyelesaikan situasi atau tanda tanya yang muncul terutama sekali kepada mahasiswa (Ariga, 2022). Juteru, masyarakat tidak lagi mampu menahan revolusi dan kepesatan teknologi dari tersebar meluas (Razak, 2021). Malah, aliran teknologi baharu ini juga telah memberi cabaran yang hebat kepada pendakwah-pendakwah dalam penyebaran agama Islam (Ahim, 2020). Perkara ini dapat dilihat apabila kini terdapat banyak media sosial dan aplikasi-aplikasi telefon pintar yang muncul disebabkan perkembangan digital di mana aplikasi tersebut dapat digunakan sebagai bentuk medium dakwah, ibadah sekali gus meningkatkan pertumbuhan Islamiah yang lebih pesat (Annisa, 2022).

2.2 Peranan Media Sosial dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam

Selain itu, terdapat banyak kajian yang menyifatkan tentang peranan media sosial dalam mempromosikan nilai keagamaan. Antaranya termasuklah yang disebutkan oleh Herdiana (2020) di mana beliau menceritakan bagaimana sesebuah sekolah Islam itu menggunakan Facebook sebagai platform untuk memperkenalkan identiti mereka sekali gus menyebarkan nilai agama Islam di media sosial. Sebagai contoh mereka memuat naik gambar atau aktiviti yang dilakukan secara atas talian, berinteraksi dengan rakan-rakan atau memberi pandangan tentang isu-isu yang timbul. Maka perkara ini dapat menjadi satu contoh kepada umum untuk diaplikasikan lebih-lebih lagi kepada golongan mahasiswa agar dapat menyebarkan dakwah dengan lebih berkesan walaupun melalui media sosial dan komunikasi di dalam talian.

Peranan media sosial dalam menyebarkan nilai-nilai Islam adalah pelbagai dan memberikan impak yang besar, terutamanya dalam era digital di mana platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube telah menjadi saluran utama bagi pendidikan dan dakwah. Platform-platform ini bukan sahaja memudahkan

penyebaran ajaran agama tetapi juga mencabar bentuk tradisional autoriti dan tafsiran Islam melalui kandungan yang dihasilkan oleh pengguna.

Salah satu cara utama bagaimana media sosial menyumbang kepada penyebaran nilai-nilai Islam adalah dengan meningkatkan aksesibiliti pendidikan agama. Seperti yang diketengahkan oleh Haramain et al. (2020), media sosial berfungsi sebagai saluran bagi autoriti agama dan para sarjana untuk mencapai khalayak yang lebih luas, terutamanya golongan muda yang cenderung untuk berinteraksi dengan kandungan yang disampaikan dalam format yang lebih kontemporari. Medium yang berkembang ini membolehkan pentafsiran semula amalan dan menggalakkan dialog yang lebih luas mengenai ajaran Islam (Nugrahani et al., 2020). Selain itu, sifat kolaboratif media sosial membolehkan komuniti seperti kumpulan Hijabographic untuk meneroka dan menyebarkan nilai-nilai Islam secara kolektif, melibatkan peserta melalui seni dan pengalaman bersama (Nugrahani et al., 2020; Zaid et al., 2022).

Tambahan pula, media sosial mempengaruhi cara golongan muda Muslim memahami dan berinteraksi dengan agama mereka. Jima' Ain menjelaskan bahawa platform seperti YouTube dan Instagram membolehkan penyebaran serta pemahaman ajaran Islam tanpa batasan geografi, sekaligus menjadikan dakwah lebih global (Jima'ain, 2023). Influencer media sosial memainkan peranan penting di sini kerana gaya komunikasi mereka yang moden menarik minat golongan milenial dan Gen Z, menjadikan mereka sebagai figura autoriti agama sambil mendemokratisasikan wacana keagamaan (Zaid et al., 2022; Hatab, 2016).

Selain itu, pelbagai kajian menunjukkan bahawa institusi pendidikan agama dan para sarjana perlu menyesuaikan diri dengan trend ini untuk kekal relevan. Kajian tinjauan literatur sistematik yang dijalankan oleh Huda et al. menekankan kepentingan kreativiti dan kecekapan digital dalam kalangan pendidik Islam untuk memperluaskan jangkauan mereka melalui media sosial (Huda et al., 2024). Keperluan ini turut disokong oleh Sule dan Sulaiman, yang mengesahkan bahawa media sosial adalah alat penting dalam penyebaran ilmu Islam serta meningkatkan pemahaman terhadap maklumat berasaskan agama dalam kalangan pelajar (Sule & Sulaiman, 2021).

Namun, dunia digital juga menghadirkan cabaran, seperti radikalisme dan pertikaian terhadap nilai-nilai Islam. Media sosial boleh dieksploitasi untuk menyebarkan ideologi ekstremis, yang memerlukan pendekatan yang seimbang dalam memanfaatkan platform ini untuk mesej keagamaan yang positif (Haramain et al., 2020; Muthohirin, 2015). Kajian menunjukkan bahawa organisasi Islam terkemuka seperti Muhammadiyah menggunakan media dalam talian untuk menyebarkan naratif Islam yang sederhana dan menangani radikalisme (Huda et al., 2022).

Ironinya, penggunaan strategik media sosial dapat meningkatkan penyebaran nilai-nilai Islam, membolehkan interaksi yang dinamik dengan khalayak global, tetapi turut membawa cabaran. Hubungan antara autoriti agama tradisional dan penciptaan kandungan digital mewujudkan persekitaran unik bagi ekspresi serta pengembangan ajaran Islam, yang akhirnya membentuk semula bagaimana keimanan difahami dan diamalkan dalam masyarakat kontemporari.

3.0 OBJEKTIF KAJIAN

Secara khusus, objektif kajian ini adalah:

- a) Meninjau penggunaan media sosial dalam konteks Islam dalam kalangan mahasiswa UIS.

- b) Mengetahui keberkesanan komunikasi dalam penyebaran nilai-nilai Islam dalam kalangan mahasiswa UIS.

4.0 METODOLOGI KAJIAN

4.1 Reka Bentuk Kajian

Kajian ini menggunakan reka bentuk kajian kuantitatif untuk menilai keberkesanan komunikasi dalam penyebaran nilai-nilai Islam di media sosial dalam kalangan mahasiswa UIS. Kajian ini bertujuan untuk mengumpul data yang boleh dianalisis secara statistik untuk membuat kesimpulan tentang populasi yang dikaji. Analisis deskriptif (frekuensi & peratusan) digunakan bagi mendapatkan gambaran awal yang boleh menjawab kepada objektif kajian.

4.2 Sampel

Kajian awal ini melibatkan 40 orang mahasiswa Universiti Islam Selangor (UIS) yang mengambil subjek Komunikasi Perspektif al-Quran & as-Sunnah dan dipilih secara keselesaan. Soal selidik diedarkan secara talian dengan menggunakan Google Form. Kriteria Pemilihan sampel adalah; mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial, berumur antara 18 hingga 26 tahun dan bersedia untuk mengambil bahagian dalam kajian dan melengkapkan soal selidik.

4.3 Analisis Data

Data yang dikumpul dianalisis menggunakan perisian statistik (SPSS V21). Langkah-langkah analisis termasuk analisis deskriptif iaitu untuk mengira frekuensi dan peratusan bagi setiap item soal selidik. Ini memberikan gambaran asas mengenai latar belakang demografi responden dan pandangan mereka terhadap keberkesanan komunikasi nilai-nilai Islam di media sosial.

Metodologi kajian ini dirancang untuk mendapatkan data yang sah dan boleh dipercayai mengenai keberkesanan komunikasi nilai-nilai Islam di media sosial dalam kalangan mahasiswa UIS. Dengan menggunakan instrumen yang teliti dan prosedur pengumpulan data yang sistematik, kajian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan yang bermakna kepada pemahaman tentang bagaimana nilai-nilai Islam boleh disebarkan secara berkesan melalui media sosial.

5.0 DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

5.1 Profil Demografi Responden

Sebanyak 52.5% responden adalah perempuan, manakala 47.5% adalah lelaki. Majoriti responden (52.5%) berumur antara 21 hingga 23 tahun. Selain itu, hampir 82.9% responden melaporkan telah menggunakan media sosial lebih dari enam tahun, menunjukkan tahap keakraban yang tinggi terhadap platform tersebut.

5.2 Platform Media Sosial Utama

Instagram menjadi platform utama yang digunakan oleh responden (43.9%), diikuti TikTok (34.1%). Kedua-dua platform ini menekankan kandungan visual dan video pendek, menjadikannya lebih menarik bagi golongan mahasiswa. Namun, platform seperti YouTube juga diiktiraf sebagai sumber rujukan kerana kebolehannya menyediakan kandungan yang lebih mendalam dan terperinci.

5.3 Kandungan Islam yang Menarik

Kajian mendapati jenis kandungan yang paling diminati ialah video motivasi Islam (30.0%), diikuti ceramah agama (15.0%). Ini menunjukkan bahawa mahasiswa cenderung memilih kandungan yang pendek, padat dan mempunyai elemen inspirasi. Ceramah agama berbentuk interaktif yang menyentuh isu-isu semasa turut mendapat perhatian.

Jadual 1: Taburan Demografi

Item	Frekuensi	Peratusan
Jantina	Lelaki	19
	Perempuan	21
Umur	18 – 20	5
	21 – 23	21
	24 – 26	14
Tempoh Penggunaan Media Sosial	Kurang 1 tahun	0
	1 hingga 3 tahun	0
	4 hingga 6 tahun	7
	Lebih 6 tahun	34
Platform Media Sosial Paling Aktif Digunakan	Instagram	18
	Facebook	4
	TikTok	14
	X (Twitter)	3
	Lain-lain	2
Berinteraksi dengan kandungan berkaitan Islam di media sosial secara kerap?	Ya, setiap hari.	25
	Ya, beberapa kali seminggu.	15
	Jarang, hanya sesekali.	1

5.4 Penggunaan Media Sosial dalam Konteks Islam

Dapatan kajian menunjukkan bahawa majoriti mahasiswa UIS mengikuti akaun atau kumpulan yang menyebarkan nilai-nilai Islam di media sosial, dengan 95.0% responden menjawab "Ya" dan hanya 5.0% yang menjawab "Tidak". Mengenai platform media sosial yang digunakan untuk mendapatkan maklumat berkaitan Islam, 37.5% responden memilih TikTok, diikuti oleh Instagram dengan 35.0%, YouTube dan X (Twitter) masing-masing 10%, dan Facebook 7.5%.

Dalam menilai peranan media sosial dalam penyebaran nilai-nilai Islam, 77.5% responden sangat setuju bahawa media sosial memainkan peranan penting, 17.5% setuju, sementara hanya 2.5% tidak pasti dan 2.5% sangat tidak setuju. Lebih lanjut, mengenai keberkesanan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dalam kalangan mahasiswa UIS, 70.0% responden menyatakan sangat setuju, 27.5% setuju, dan hanya 2.5% yang tidak pasti, tanpa ada responden yang tidak setuju atau sangat tidak setuju.

Menyentuh sejauh mana mereka aktif dalam menyebarkan maklumat berkaitan Islam di media sosial, 50.0% responden menganggap diri mereka sederhana aktif, 25.0% aktif, 15.0% sangat aktif, 7.5% sedikit aktif, dan hanya 2.5% tidak aktif. Dapatan ini menunjukkan bahawa sebahagian besar mahasiswa UIS terlibat dalam penyebaran nilai-nilai Islam di media sosial, dengan kebanyakan mereka menganggap platform ini sebagai alat yang berkesan untuk tujuan tersebut. Jadual 2 menjelaskan taburan maklumat dengan terperinci.

Jadual 2: Penggunaan Media Sosial dalam Konteks Islam

Item	Frekuensi	Peratusan
Adakah anda mengikuti akaun atau kumpulan yang menyebarkan nilai-nilai Islam di media sosial? Ya	38	95.0

Tidak	2	5.0
Platform media sosial apa yang anda gunakan untuk mendapatkan maklumat berkaitan Islam?		
Instagram	14	35.0
Facebook	3	7.5
TikTok	15	37.5
X (Twitter)	4	10
YouTube	4	10
Media sosial memainkan peranan yang penting dalam penyebaran nilai-nilai Islam.		
Sangat tidak setuju	1	2.5
Tidak setuju	0	0.0
Tidak pasti	1	2.5
Setuju	7	17.5
Sangat setuju	32	77.5
Media sosial adalah alat yang berkesan untuk menyebarkan nilai-nilai Islam dalam kalangan mahasiswa UIS.		
Sangat tidak setuju		
Tidak setuju	0	0.0
Tidak pasti	0	0.0
Setuju	1	2.5
Sangat setuju	11	27.5
	28	70.0
Sejauh mana anda aktif dalam menyebarkan maklumat berkaitan Islam di media sosial?		
Tidak aktif	1	2.5
Sedikit aktif	3	7.5
Sederhana aktif	20	50.0
Aktif	10	25.0
Sangat aktif	6	15.0

5.5 Komunikasi Berkesan dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam

Jadual 3 menunjukkan perbincangan mengenai keberkesanan dalam penyebaran nilai-nilai Islam melalui media sosial. Daripada data yang dikumpulkan, dapat dilihat bahawa terdapat pelbagai jenis kandungan berkaitan Islam yang menarik perhatian mahasiswa UIS. Kandungan berkaitan Islam yang paling menarik perhatian pengguna media sosial adalah video pendek motivasi Islami (30.0%), diikuti oleh nasihat agama (27.5%), dan kisah-kisah kehidupan Rasulullah SAW (20.0%). Sementara itu, ceramah (15.0%) dan petikan ayat Quran (7.5%) mendapat perhatian yang lebih rendah. Analisis ini menunjukkan bahawa pengguna lebih tertarik kepada kandungan yang bersifat ringan, ringkas, dan mudah difahami, berbanding ceramah panjang atau petikan ayat Quran tanpa konteks yang jelas. Video pendek motivasi Islami dan kisah kehidupan Rasulullah SAW mungkin lebih menarik kerana ia menggunakan pendekatan yang lebih visual, interaktif, dan relatable kepada kehidupan seharian. Ini mengukuhkan kepentingan pendekatan naratif dan storytelling dalam menyampaikan nilai-nilai Islam di media sosial.

Selain itu, responden memberi maklum balas yang positif terhadap kesan media sosial dalam meningkatkan kesedaran mereka tentang nilai-nilai Islam. Dapatan menunjukkan bahawa majoriti responden menganggap media sosial sebagai alat yang berkesan dalam meningkatkan kesedaran nilai-nilai Islam, dengan 40.0% menyatakan ia "membantu" dan 60.0% menyatakan ia "sangat membantu". Tiada responden yang mengatakan bahawa media sosial tidak membantu langsung. Ini membuktikan bahawa media sosial berperanan besar dalam memudahkan akses kepada maklumat Islam, terutamanya dalam kalangan generasi muda yang lebih cenderung menggunakan platform digital. Keupayaan media sosial untuk menyebarkan mesej dengan cepat, interaktif, dan menarik menjadikannya alat dakwah yang semakin relevan dalam era moden. Dari aspek

strategi komunikasi berkesan, sebanyak 97.5% responden (gabungan "Setuju" dan "Sangat Setuju") menyatakan bahawa penggunaan gambar atau grafik yang menarik adalah strategi yang berkesan dalam menyebarkan nilai-nilai Islam. Hanya 2.5% yang memilih jawapan "Tidak pasti", manakala tiada yang menolak strategi ini. Ini menunjukkan bahawa visual memainkan peranan utama dalam menarik perhatian pengguna. Infografik, ilustrasi, dan reka bentuk yang menarik dapat membantu menyampaikan mesej Islam dengan lebih berkesan. Kaedah penyampaian yang terlalu berbentuk teks atau tulisan panjang mungkin kurang menarik, terutama bagi generasi muda yang lebih gemar kandungan yang bersifat visual dan mudah dihadap.

Selanjutnya, majoriti responden (72.5%) bersetuju bahawa nilai-nilai Islam perlu disampaikan melalui video atau animasi agar lebih menarik. 52.5% sangat setuju, 20.0% setuju, manakala 27.5% tidak pasti. Trend ini sejajar dengan perubahan cara pengguna mengonsumsi kandungan di media sosial, di mana video lebih menarik perhatian berbanding teks atau imej statik. Platform seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts semakin popular kerana format video pendek yang mudah dikongsi dan difahami dalam masa yang singkat. Oleh itu, institusi Islam dan pendakwah perlu mengadaptasi strategi dakwah digital dengan lebih banyak kandungan berbentuk video dan animasi.

Terdapat juga perbincangan mengenai peranan pengengaruh media sosial (influencer) dalam penyebaran nilai-nilai Islam. Sebanyak 52.5% responden menganggap peranan influencer sebagai "Sangat Penting", diikuti oleh 27.5% yang menganggapnya "Penting". Tiada responden yang menganggap influencer tidak penting sama sekali. Ini mengukuhkan hakikat bahawa influencer media sosial kini menjadi sumber rujukan utama bagi ramai Muslim, terutama generasi muda. Influencer yang menyampaikan mesej Islamik dengan gaya moden dan mudah diterima lebih berkesan dalam menarik perhatian berbanding tokoh agama tradisional yang menggunakan pendekatan formal. Oleh itu, kolaborasi antara ulama dan influencer boleh menjadi satu strategi efektif dalam memastikan mesej Islam disebarkan secara lebih luas dan berkesan.

Jadual 3: Keberkesanan Penyebaran Nilai Islam

Item	Frekuensi	Peratusan
Apakah jenis kandungan berkaitan Islam yang menarik perhatian anda di media sosial?		
Ceramah	6	15.0
Petikan ayat Quran	3	7.5
Nasihat agama	11	27.5
Kisah-kisah kehidupan Rasulullah SAW	8	20.0
Video pendek motivasi Islami	12	30.0
Bagaimana media sosial membantu meningkatkan kesedaran anda tentang nilai-nilai Islam?		
Tidak membantu sama sekali	0	0.0
Sedikit membantu	0	0.0
Membantu	16	40.0
Sangat membantu	24	60.0
Strategi komunikasi yang berkesan dalam menyebarkan nilai-nilai Islam di media sosial adalah dengan menggunakan gambar atau grafik yang menarik.		
Sangat tidak setuju	0	0.0
Tidak setuju	0	0.0
Tidak pasti	1	2.5
Setuju	17	42.5
Sangat setuju	22	55.0
Nilai-nilai Islam perlu disampaikan melalui video atau animasi agar lebih menarik.		

Sangat tidak setuju	0	0.0
Tidak setuju	0	0.0
Tidak pasti	11	27.5
Setuju	8	20.0
Sangat setuju	21	52.5
Sejauhmana anda percaya bahawa peranan pengengaruh media sosial (influencer) terhadap penyebaran nilai-nilai Islam?		
Tidak penting sama sekali	0	0.0
Agak penting	0	0.0
Sederhana penting	8	20.0
Penting	11	27.5
Sangat penting	21	52.5

6.0 KESIMPULAN

Kajian awal ini menjelaskan pentingnya komunikasi yang berkesan dalam menyebarkan nilai-nilai Islam melalui media sosial dalam kalangan mahasiswa Universiti Islam Selangor (UIS). Dapatan kajian menunjukkan bahawa media sosial memainkan peranan yang signifikan dalam meningkatkan kesedaran dan interaksi terhadap nilai-nilai Islam. Mahasiswa UIS memberi tumpuan kepada pelbagai jenis kandungan berkaitan Islam, dengan penekanan yang besar pada video pendek motivasi Islam. Selain itu, strategi komunikasi yang menggunakan gambar atau grafik menarik serta penggunaan video atau animasi dalam penyampaian nilai-nilai Islam mendapat sokongan yang kukuh dari responden. Kesedaran tentang peranan pengengaruh media sosial dalam penyebaran nilai-nilai Islam juga ditegaskan, dengan majoriti responden menganggapnya sebagai faktor penting hingga sangat penting. Namun, cabaran seperti penyebaran maklumat tidak sahih dan pengaruh budaya negatif perlu ditangani secara bijak. Strategi komunikasi kreatif seperti penggunaan grafik menarik, video pendek, serta peranan pengengaruh dapat membantu menjadikan mesej lebih menarik dan relevan. Dengan usaha yang terancang, media sosial mampu menjadi platform dakwah yang lebih efektif untuk generasi muda. Secara keseluruhannya, komunikasi berkesan di media sosial memainkan peranan penting dalam penyebaran nilai-nilai Islam kepada mahasiswa Universiti Islam Sultan (UIS). Keberkesanan penyebaran nilai-nilai Islam bergantung kepada beberapa faktor, termasuk kredibiliti sumber maklumat, pendekatan yang menarik, dan penggunaan platform yang sesuai. Selain itu, cabaran seperti penyebaran maklumat yang tidak sahih dan kurangnya minat dalam kalangan mahasiswa perlu ditangani dengan strategi komunikasi yang lebih inovatif dan interaktif. Oleh itu, kajian ini menekankan kepentingan komunikasi berkesan dalam memastikan nilai-nilai Islam dapat diterima, difahami, dan diamalkan oleh mahasiswa UIS. Melalui pemanfaatan media sosial secara bijak, penyebaran dakwah digital dapat menjadi lebih luas, berkesan, dan relevan dalam kehidupan mahasiswa moden. Dengan demikian, hasil kajian ini memberi pemahaman awal yang penting bagi pihak yang berkepentingan dalam merangka strategi komunikasi yang lebih berkesan dalam menyebarkan nilai-nilai Islam dalam kalangan mahasiswa UIS menerusi platform media sosial.

7.0 RUJUKAN

Abdul Halim, Z.Z, Azmi, D.S & Jasmi, K.A. (2019). "Media Sosial dan Trend Penggunaan Menurut Islam" in Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19)

- pada 15hb. Disember 2019 di DP3, N29, Fakulti Kejuteraan Kimia dan Tenaga, UTM. Program anjuran Akademi Tamadun Islam, FSSK, UTM, p. 001-016.
- Ahim, R. (2020). Dakwah Islamiah mendepani cabaran revolusi industri 4.0. *Journal of Asian Islamic Higher Institutions*, 5(1).
- Aminudin Basir @ Ahmad, Mohamad Sabri Haron & Nik Yusri Musa. (2009). Kebebasan Media Komunikasi Menurut Perspektif Islam. *Jurnal Hadhari*, 2, 65-82.
- Anuar, Manawi & Basri. (2014). Prinsip-Prinsip Ahl al-Sunnah wa al-Jama'ah. *Afkar Edisi Khas* (2014), 1-36.
- Annisa, N. (2022). Analisis pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah. *Journal of Islamic Social Science and Communication (JISSC) Diksi*, 1(2), 99-104.
- Ariga, S. (2022). Implementasi kurikulum merdeka pasca pandemi COVID-19. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(2), 662-670.
- Chua, Y. P. (2014). *Kaedah dan Statistik Penyelidikan: Kaedah Penyelidikan*. McGraw-Hill Education.
- Haramain, M., Nurhikmah, N., Juddah, A., & Rustan, A. (2020). Contestation of islamic radicalism in online media: a study with foucault's theory on power relation. <https://doi.org/10.31219/osf.io/chvu7>
- Haron, Z., Hehsan, A., Junaidi, J., Yusof, F. M., Saari, Z., Ahmad, Z., & Halim, M. K. A. (2017). Conflict of medical science: Between the procedure and illuminati agenda: Konflik sains perubatan: Antara kemaslahatan dan agenda illuminati. *Al-Qanatir: International Journal of Islamic Studies*, 8(4), 11-27.
- Hatab, W. (2016). Islam and social media: attitudes and views. *Asian Social Science*, 12(5), 221. <https://doi.org/10.5539/ass.v12n5p221>
- Herdiana, A. (2020). Representasi identitas santri di media sosial (Studi pengguna Facebook di Pondok Pesantren Darul Abror Purwokerto) (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- Huda, M., Arif, M., Rahim, M., & Anshari, M. (2024). Islamic religious education learning media in the technology era: a systematic literature review. *At-tadzkir*, 3(2), 83-102. <https://doi.org/10.59373/attadzkir.v3i2.62>
- Huda, S., Mas'udi, M., & Muthohirin, N. (2022). The rise of muhammadiyah's islamic da'wah in the contemporary era: transformation to online trend and responses to islamic moderation. *Progresiva Jurnal Pemikiran Dan Pendidikan Islam*, 11(01), 1-24. <https://doi.org/10.22219/progresiva.v11i01.20889>
- Izzati Rozman. (2018). Pengukuran dalam Penyelidikan: Kebolehpercayaan dan Kesahan dalam Kajian. 1-28.
- Jasmi, Kamarul Azmi. (2006). Pengertian Fitnah dan Kaedah Menangani Permasalahannya dalam masyarakat. *MINDA*, 5, 5.
- Jasmi, Kamarul Azmi. (2018). Karakter 7B Mukmin Cemerlang. *Jurnal Tinta Artikulasi Membina Ummah (TAMU)*, 4(1), 1-22.
- Jasmi, Kamarul Azmi. (2020). *Pembangunan Insan Soleh Menurut Perspektif Imam alNawawi*. Penerbit UTM Press.
- Jima'ain, M. (2023). Dawah in the digital age: utilizing social media for the spread of islamic teachings. *Journal of Current Social and Political Issues*, 1(1), 1-7. <https://doi.org/10.15575/jcspi.v1i1.444>
- Marzuki Sepiaail, Rina Fakhizan Mohd Sukri & Alias Mat Saad. (2016). *Komunikasi dan Penyiaran dalam Islam*. Oxford Fajar Sdn. Bhd.
- Mohd Hamizi, M. A. F. (2023). Penggunaan media sosial sebagai media baharu dan impaknya terhadap masyarakat Malaysia. *Perspektif Jurnal Sains Sosial Dan Kemanusiaan*, 15, 24-37. <https://doi.org/10.37134/perspektif.vol15.sp.3.2023>
- Mohd Mokhtarishah Mohamed Mokhtar & Hasmadi Hassan. (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.
<https://doi.org/10.15282/ijhtc.v6i1.6667>
- Mokhtar, M. M. B. M., & Hassan, H. B. (2021). Pengaruh faktor persepsi negatif dan budaya tular terhadap buli siber di media sosial dalam kalangan pelajar dan golongan muda: The influence of negative perception factors and viral phenomenon against cyber bullying on social media among students and youngsters. *International Journal of Humanities Technology and Civilization*, 7–15.
- Muthohirin, N. (2015). Radikalisme islam dan pergerakannya di media sosial. *Afkaruna*, 11(2), 240-259. <https://doi.org/10.18196/aiijis.2015.0050.240-259>
- Norullisza Khosim, Azrin Ibrahim & Mohd Shukri Hanapi, (2020). Peranan nilai-nilai Islam dalam pembangunan insan berteraskan Islam. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED)*, 5(29), 109 - 119.
- Nugrahani, R., Triyanto, T., Syarif, M., & Rohidi, T. (2020). Education through art in virtual community: strengthening religious values through illustration artworks. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 8(2), 52-57. <https://doi.org/10.18510/hssr.2020.82e05>
- Razak, A. A., Yusuff, N. A., & Mubarak, M. Z. (2023). *Pemikiran Keamanan Dan Kesejahteraan Insan*. UMK Press.
- Razak, T. M. T. A., Alim, N. N. A. A., Kamaruddin, N. K., Lateh, N., & Hashim, N. (2021). Pornografi dalam kalangan remaja generasi Z menurut perspektif Islam: Pornography among Z generation adolescents from the Islamic perspective. *Online Journal of Research in Islamic Studies*, 8(2), 67–78.
- Risman, K. (2022). *Fanatisme mahasiswa Islam*. Rena Cipta Mandiri.