

Kredibiliti Komunikator Berasaskan *Manhāj Rabbāniyyah*

Muhammad Taufik Md Sharipp

Corresponding Author

Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS) UiTM Cawangan Melaka

taufiksharipp@uitm.edu.my

S. Salahudin Suyurno

Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS) UiTM Cawangan Melaka

ssalahud@uitm.edu.my

Abdul Rauf Ridzuan

Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS) UiTM Cawangan Melaka

abdulrauf706@uitm.edu.my

Muaz Hj. Mohd Noor

Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS) UiTM Cawangan Melaka

muaz3108@uitm.edu.my

Abstrak

Komunikator merujuk kepada orang Islam yang menyampaikan pesan-pesan Islam untuk dijadikan milik bersama. Setiap individu Muslim menggalas tanggung jawab sebagai seorang komunikator Islam serta perlu melengkapkan diri dengan metode dakwah yang disebut *manhāj rabbāniyyah* agar proses komunikasi menjadi efektif. *Manhāj rabbāniyyah* merangkumi tiga asas pendakwahan yang digariskan melalui al-Quran iaitu hikmah,

Manuscript Received Date: 02/03/20

Manuscript Acceptance Date: 30/09/20

Manuscript Published Date: 06/11/20

©The Author(s) (2020). Published by USIM Press on behalf of the Universiti Sains Islam Malaysia. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits non-commercial re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. For commercial re-use, please contact usimpress@usim.edu.my

doi: 10.33102/uij.vol32no1.01

mau'izah dan *al-mujādalah*. Tambahan pula, Islam turut menekankan beberapa ciri komunikator yang berkualiti seperti amanah, adil, boleh dipercayai, mengguna pakai kaedah yang baik, benar dan bertanggung jawab agar komunikator dilihat sebagai seorang berkredibiliti. Lantaran itu, kajian ini bertujuan menganalisis elemen *manhāj rabbāniyyah* dan hubungannya dengan kredibiliti komunikator. Hasil kajian mendapati ketiga-tiga elemen *manhāj rabbāniyyah* dan faktor-faktor kredibiliti komunikator mempunyai nilai *Alpha Cronbach* yang tinggi melebihi $\alpha > 0.7$. Selain itu, hubungan korelasi Pearson di antara *manhāj rabbāniyyah* dengan kredibiliti turut mencatatkan hubungan yang kukuh $\alpha > 0.6$. Elemen *mau'izah* memperlihatkan nilai pekali korelasi yang lebih tinggi berbanding elemen lain lantas disimpulkan elemen *mau'izah* paling signifikan berbanding dua elemen lain. Ini berkemungkinan kerana responden merupakan masyarakat awam dan menepati pandangan sarjana yang mengatakan masyarakat awam lebih sesuai didakwahkan menerusi metode *mau'izah*.

Kata kunci: Kredibiliti komunikator, *manhāj rabbāniyyah*, komunikasi Islam

Abstract

Communicators refer to Muslims who send Islamic messages to be shared. All Muslims bear the responsibility as Islamic communicator and thus, need to equip themselves with the method of da'wah called *manhāj rabbāniyyah* in order for the communication process to be effective. *Manhāj rabbāniyyah* encompasses three principles highlighted in Qur'an, namely *hikmah*, *mau'izah* and *al-mujādalah*. Furthermore, Islam also emphasizes some characteristics of a quality communicator such as trusted, fair, reliable, able to employ good communication method and, true and responsible so that the communicator be seen as a credible person. Therefore, this study aims to analyze the elements of *manhāj rabbāniyyah* and its relationship with communicator's credibility. The results of this study found that all three elements of *manhāj rabbāniyyah* and communicator's credibility factors have a high Cronbach's Alpha value; above $\alpha > 0.7$. In addition, analysis of Pearson correlation between *manhāj rabbāniyyah* and credibility recorded a strong relationship; $\alpha > 0.6$. The *mau'izah* element shows a higher value of the correlation coefficient than the other elements. It concludes that the *mau'izah* element is most significant than the other two elements. The fact that the respondents are among the public citizens may contribute to this result. Therefore, it meets the views of scholars who claimed that the public at mass is more suitable to be preached through the method of *mau'izah*.

Keywords: communicator's credibility, *manhāj rabbāniyyah*, Islamic communication, Islam.

1. Pengenalan

Komunikator Islam adalah seorang Muslim yang menyampaikan utusan (mesej) kepada penerima sama ada individu mahupun masyarakat untuk dijadikan milik bersama tentang maklumat, pengetahuan, kemahiran, sikap & kepercayaan berlandaskan acuan Islam. Secara umumnya, komunikasi dakwah boleh berlaku dalam pelbagai cara antaranya melalui lisan, keadaan, bukan lisan dan penulisan. Sungguhpun demikian, kertas ini lebih memfokuskan berkenaan amalan komunikasi melalui tulisan iaitu merujuk kepada penyampaian utusan atau mesej dakwah daripada sumber (pandakwah) kepada penerima (mad'u) dengan menggunakan pendekatan penulisan (Zulkefli Aini & S. Salahudin, 2012).

Seseorang penulis Muslim juga perlu menguasai ilmu Islam untuk mewujudkan ilham yang bernilai keislaman (Nor Raudah Hj. Siren, 2013). Dalam konteks komunikasi dakwah, seorang komunikator wajar melengkapkan diri dengan ilmu dan kaedah yang menarik minat penerima agar mesej yang disampaikan dapat dijadikan milik bersama. Hal ini merangkumi cabang jalan dakwah, sifat-sifat *da'i*, metode berdakwah dan beberapa lagi bimbingan dan petunjuk bagi menjadi seorang komunikator yang berkesan (Muhammad bin Sa'ad bin Syaqir, 2012). Lantaran itu, wujud gabungan terma 'metodologi dakwah' yang merujuk kepada penggunaan cara yang teratur dalam penyampaian ajaran dakwah untuk mempengaruhi sasaran (Ab. Aziz Mohd Zin, 2004).

Memandangkan komunikasi dakwah merupakan satu perkara yang besar dan mulia, maka semestinya ia wajib berlandaskan al-Quran dan al-Sunnah sebelum menerima tafsiran atau pandangan lain. Melalui firmanNya, Allah telah menggariskan tiga metodologi utama pendakwaan atau *manhāj rabbāniyyah* dalam menjayakan komunikasi Islam yang berkesan (Muhammad Taufik Md Sharipp et al., 2015). Allah berfirman yang mafhumNya:

"Serulah ke jalan Tuhanmu (wahai Muhammad) dengan hikmah kebijaksanaan dan nasihat pengajaran yang baik, dan berbahaslah dengan mereka (yang engkau serukan itu) dengan cara yang lebih baik; sesungguhnya Tuhanmu Dia lah jua yang lebih mengetahui akan orang yang sesat dari jalanNya, dan Dia lah jua yang lebih mengetahui akan orang-orang yang mendapat hidayah petunjuk" (Al-Nahl 16:125)

Secara logiknya, Allah tidak akan menurunkan sebarang perintah semata-mata tanpa adanya konsep dan landasan operasional. Sehubungan dengan itu, ayat ini menjadi nadi perbincangan kepada metodologi dakwah, iaitu cara, kaedah atau pendekatan dalam menyampaikan mesej dakwah dan sesuai diaplikasikan pada sepanjang masa dan tempat. (Zulkiple Abd. Ghani, 2014 & M. Maskhuri, 2011). Yusuf al-Qaradhawi (2015) menyatakan ayat tersebut telah ditujukan atau dipertanggungjawabkan kepada nabi Muhammad serta kepada umat Baginda. Ulama' menyampaikan ilmunya secara khusus dan mendalam sesuai dengan bidang kepakaran mereka masing-masing, manakala orang awam pula mengajak satu sama lain kepada kebaikan dan mencegah kepada kemungkaran sesuai dengan tahap pengetahuan

yang mereka miliki (Nik Roskiman bin Abdul Samad, 2013). *Manhāj rabbāniyyah* merangkumi tiga asas pendakwaan yang digariskan melalui al-Quran iaitu hikmah, *mau'izah* dan *al-mujādalah*. Justeru, kajian ini menganalisis elemen *manhāj rabbāniyyah* dan hubungannya dengan kredibiliti komunikator.

2. Permasalahan Kajian

Media baharu dilihat lebih dominan berbanding media tradisional, rangkaian laman sosial turut menjadi satu budaya yang begitu popular dan diikuti ramai (Siti Ezaleila Mustafa & Azizah Hamzah, 2011). Akibat daripada kemunculan internet juga telah mengubah cara seseorang berkomunikasi (Faridanura Abdullah, 2014). Seterusnya kerencaman maklumat yang disebar melalui media baharu mampu mengakibatkan kecelaruan dan kesahihan sesuatu maklumat itu. Malah *siberis* Muslim yang tidak mempunyai asas yang kukuh tentang Islam berhadapan dengan masalah menentukan kesahihan sesuatu maklumat. Walaupun niat *siberis* Muslim ini baik iaitu ingin menyebarkan mesej-mesej Islam, namun ketidak fahaman terhadap ayang yang disebarkan menerusi media baharu ini dikhuatiri mendatangkan fitnah terhadap agama Islam. Justeru kaedah berdakwah yang digariskan oleh al-Quran yang disebut *manhāj rabbāniyyah* hendaklah ditekankan ketika menyampaikan dakwah. Selain itu, kredibiliti komunikator Islam wajar dinilai kembali agar aktiviti komunikasi dakwah menjadi terus subur (Zulkiple Abd Ghani, 2014).

3. *Manhāj Rabbāniyyah*

Istilah *manhāj rabbāniyyah* ini merujuk kepada metodologi yang bersumberkan wahyu Allah (Zulkiple Abd Ghani, 2014). Menurut Yusuf Al-Qaradhawi (2012), *rabbāniyyah* dapat diperincikan kepada dua perbahasan besar iaitu; *rabbāniyyah al-ghayah wa al-wijhah* bermaksud tujuan dan orientasi dan *rabbāniyyah al-masdar wa al-manhāj* bermaksud sumber ajaran dan sistem.

Rabbāniyyah di dalam sumber ajaran dan sistemnya bermaksud sistem yang digariskan Islam untuk mencapai tujuan dan sasarannya merupakan sistem *rabbani* yang murni, kerana sumbernya adalah wahyu yang telah diturunkan Allah kepada Rasul-Nya (Zulkifli Haji Mohd Yusoff et al., 2007). Islam melalui wahyu telah meletakkan prinsip-prinsip yang perlu untuk menjelaskan identiti imej Islam agar menjadi sempurna dan sehati keistimewannya dari segi zahir mahupun batin. Justeru, tidak hairanlah jika kita mendapati al-Quran banyak melakarkan asas-asas utama adab dan akhlak Muslim termasuk kaedah menyeru ke kepada kebaikan serta melarang kemungkaran (al-Qaradhawi, 2012). Melalui konteks surah Al-Nahl ayat 125 yang dinyatakan, metode utama sebagai komunikator Islam adalah hikmah, *mau'izah* dan *al-mujādalah*.

Hikmah mempunyai pelbagai penafsiran oleh ramai ulama. Antaranya adalah meletakkan sesuatu yang penting pada tempatnya, berlaku adil dalam membuat sesuatu keputusan,

bekerja dengan budaya yang berkualiti tinggi, setiap tindakan bercirikan akal cemerlang dan berbudi luhur serta berjaya menggerakkan kebaikan dan menghalang kerosakan dalam masyarakat (Zulkiple Abd Ghani, 2014). Selain itu, seseorang yang berhikmah mempunyai kebijaksanaan ilmu terhadap apa yang ditutur atau disampaikan, beramal dengan ilmu tersebut, mempunyai nilai keadilan dan berbudi pekerti luhur, berintelektual dan berlandaskan al-Quran dan al-Sunnah (S Salahudin Suyurno et al., 2015).

Al-mau'izah al-hasanah pula dapat dirumuskan sebagai kata-kata yang berterus-terang, tetapi dengan lembut dan halus serta mudah difahami (Al-Bayanuni, 1995). Selain itu, *al-mau'izah al-hasanah* merupakan penyampaian yang, berbudi bahasa, berhemah tinggi dan bijak menyusun kata-kata sehingga menggambarkan keikhlasan boleh membawa jiwa sasaran terusik (Zulkiple Abd. Ghani, Abdul Munir Ismail, 2014).

Manakala *al-mujādalah al-husna* pula boleh dirangkumkan sebagai perdebatan, berbantahan atau perbincangan yang baik berdasarkan bukti-bukti fakta dan tafsiran yang kuat untuk mencari kebenaran dan mencari titik persamaan yang dianggap 'benar' dalam pelbagai isu yang melibatkan aspek kepercayaan dan amalan kehidupan. Pada masa yang sama, pendakwah harus bijak mengawal emosi dengan tidak menyakitkan hati pihak lawan (Al-Tabari, 2000 & Zulkiple Abd Ghani, 2014).

4. Kredibiliti Komunikator

Menurut perspektif Islam, komunikator menggalas kedudukan paling penting dalam komunikasi. Islam menekankan beberapa ciri komunikator yang berkualiti seperti kebenaran, kerendahan hati, kebaikan, keadilan, kejujuran, keikhlasan, niat yang benar, kebenaran mesej yang disampaikan, pengesahan sumber mesej dan ketepatan komunikator (Mohd Yahya Mohamed Ariffin, 2007:127). Islam turut menekankan kepada akhlak komunikator yang merujuk kepada sifat adil seorang penyampai maklumat. Hal ini bertepatan dengan firman Allah SWT yang mafhumnya:

“Wahai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu semua sentiasa menjadi orang-orang yang menegakkan keadilan kerana Allah, lagi menerangkan kebenaran; dan jangan sekali-kali kebencian kamu terhadap sesuatu kaum itu mendorong kamu kepada tidak melakukan keadilan. Hendaklah kamu berlaku adil (kepada sesiapa jua) kerana sikap adil itu lebih hampir kepada taqwa. Dan bertaqwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui dengan mendalam akan apa yang kamu lakukan”. (Al-Maaidah 5:8)

Selain itu, Allah juga melarang orang-orang mukmin mengambil orang-orang munafik sebagai teman kepercayaan dengan menceritakan kepada mereka semua rahsia kaum mukmin dan semua perihal yang dipersiapkan seperti di dalam firmanNya yang bermaksud:

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengambil orang-orang yang bukan dari kalangan kamu menjadi orang yang dipercayai. Mereka tidak akan berhenti-henti

berusaha mendatangkan bencana kepada kamu. Mereka sukakan apa yang menyusahkan kamu”. (Ali Imraan 3:118)

Dalam konteks kredibiliti komunikator, seorang pendakwah ditegah untuk menceritakan kebaikan mahupun kekurangan diri kita kepada golongan munafik dan yang tidak boleh dipercayai. Hal ini dikhuatiri akan menjejaskan niat dan tujuan asal pendakwahan sekiranya pihak terbabit memanipulasi maklumat yang disampaikan. Akibatnya, penyampai dilihat menjadi seorang yang kurang berkredibiliti.

Sebagai seorang Muslim siber perlu menekankan kaedah “*berbicara kepada manusia mengikut kadar akal (tahap pemikiran) mereka masing-masing*” iaitu kaedah komunikasi yang baik oleh penyampai, akan membawa kesan komunikasi yang lebih berkualiti (S.Salahudin Suyurno & Zulkifli Aini, 2014). Dalam pada itu, seorang Muslim siber harus menghiasi diri dengan nilai-nilai iman untuk peroleh kejayaan sebagaimana dirakamkan Allah dalam surah Al-Mukminūn yang bermaksud:

“Sesungguhnya berjajalah orang-orang yang beriman, iaitu mereka yang khusyuk dalam sembahyangnya, dan mereka yang menjauhkan diri dari perbuatan dan perkataan yang sia-sia dan mereka yang berusaha membersihkan hartanya, dan mereka yang menjaga kehormatannya, kecuali kepada isterinya atau hamba sahayanya maka sesungguhnya mereka tidak tercela, kemudian, sesiapa yang mengingini selain dari yang demikian, maka merekalah orang-orang yang melampaui batas, dan mereka yang menjaga amanah dan janjinya, dan mereka yang tetap memelihara sembahyangnya. mereka itulah orang-orang yang berhak mewarisi, yang akan mewarisi Syurga Firdaus, mereka kekal di dalamnya”. (Al-Mukminūn 23: 1-11)

Selain itu, komunikator Islam harus menyedari bahawa mereka mempunyai tanggungjawab sosial dan manfaat yang perlu diberi kepada masyarakat sesuai dengan sabda Rasulullah:

“Barangsiapa yang mampu memberi manfaat kepada saudaranya, maka hendaklah ia melakukannya.” (Hadith Riwayat Muslim, No. 2193)

Tambahan pula, Allah mengingatkan seorang Mukmin harus menyemak kebenaran sesuatu perkara sebelum mempercayai dan menyebarkan kepada orang lain melalui firman yang bermaksud:

Wahai orang-orang yang beriman! Jika datang kepada kamu seorang fasik membawa sesuatu berita, maka selidikilah (untuk menentukan) kebenarannya, supaya kamu tidak menimpakan sesuatu kaum dengan perkara yang tidak diingini dengan sebab kejahilan kamu (mengenainya) sehingga menjadikan kamu menyesali apa yang kamu telah lakukan. (Al-Hujuraat 49:6).

5. Metodologi Kajian

Kajian ini memfokuskan kepada pengguna media baharu dan ia dijalankan dalam dua fasa iaitu fasa pembangunan konstruk dan fasa menganalisis secara statistik hubungan *manhāj rabbaniyyah* dengan kredibiliti komunikator menggunakan pendekatan kuantitatif. Item pertama, *manhāj rabbānīyyah* diolah menjadi pembolehubah bebas (*independent variable*) manakala kredibiliti komunikator sebagai item kedua diolah sebagai pembolehubah bersandar (*dependent variable*). Konstruk kedua-dua pemboleh ubah ini merujuk sumber utama al-Quran dan al-Sunnah. Selain itu, kitab-kitab dakwah dari ilmuan silam dan kontemporari juga dirujuk dalam mengenal pasti item tersebut. Buku-buku komunikasi Islam dan penulisan kajian lepas juga dirujuk bagi menghasilkan instrumen yang sempurna. Setelah itu, instrumen ini dihantar kepada beberapa pakar rujuk iaitu Dr. Zulkifli Bin Hj. Aini, Prof. Madya Dr. Che Zarrina Binti Sa'ari, Dr. Abdul Rauf Ridzuan dan Dr. Mohd Sobhi bin Ishak yang masing-masing mempunyai kepakaran dalam bidang komunikasi Islam, pemikiran Islam, penyelidikan sosial kuantitatif serta teori sosiologi media dan agama.

Dalam fasa kedua pula, 10 jadual item dihuraikan kepada 54 pernyataan sebagai satu set konstruk melalui borang soal selidik. Seramai 247 individu Muslim berusia antara 20-30 tahun dipilih sebagai responden untuk kajian. Rasional pemilihan responden dalam usia demikian kerana julat usia ini merupakan pengguna internet terbanyak di Malaysia sehingga 43.5% (MCMC, 2014). Tambahan pula, dapatan Muhammad Taufik Md Sharipp (2018) menemukan golongan muda ini merupakan golongan yang paling ramai menggunakan media baharu untuk komunikasi dakwah sama ada menyampaikan atau menerima mesej-mesej dakwah tersebut. Secara tidak langsung, golongan ini merupakan individu yang paling sesuai diukur tahap penggunaan *manhāj rabbānīyyah* dengan kredibiliti mereka.

Selepas itu, data soal selidik dikod ke dalam perisian *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) untuk dianalisis menerusi analisis *Alpha Cronbach* dan korelasi Pearson bagi menentukan hubungan antara pemboleh ubah *manhāj rabbānīyyah* dengan kredibiliti komunikator. Sebelum semua item dianalisis, kesepadanan instrument dalam kesahan konstruk ditentukan dengan kaedah analisis faktor. Hasilnya, terdapat beberapa item yang dibuang dan diubah ke dalam faktor lain bagi mewujudkan konstruk yang terbaik. Analisis *Alpha Cronbach* sesuai digunakan bagi menentukan ketekalan dalaman sesuatu konstruk item dan sesuatu indikator dalam subitem manakala analisis korelasi dapat menunjukkan keeratan hubungan antara pemboleh ubah (Ghazali Darusalam & Sufean Hussin, 2016).

6. Hasil Kajian

Jadual 1 menunjukkan taburan umur dan jantina bagi responden. Peratusan tertinggi bagi responden adalah individu berumur 19 hingga 20 tahun mencapai 55.9%. 77.33% daripada keseluruhan responden merupakan perempuan manakala selebihnya merupakan lelaki.

Jadual 1: Taburan umur dan jantina responden

	Umur pada akhir 2017						Jumlah	
	19-20	21-22	23-24	25-26	27-28	29-30		
Jantina	Lelaki	35 62.5%	9 16.1%	4 7.1%	6 10.7%	1 1.8%	1 1.8%	56 100.0%
	Perempuan	103 53.9%	41 21.5%	20 10.5%	22 11.5%	5 2.6%	0 0.0%	191 100.0%
Jumlah	138 55.9%	50 20.2%	24 9.7%	28 11.3%	6 2.4%	1 0.4%	247 100.0%	

Jadual 2: Nilai Alpha Cronbach elemen *manhāj rabbāniyyah* dan kredibiliti komunikator

Pemboleh ubah	Elemen	Bil. Item	Nilai Alpha (α)
<i>manhāj rabbāniyyah</i>	<i>Mau'izah</i>	10	0.912
	Hikmah	6	0.789
	<i>Mujādalah</i>	3	0.824
	Amanah	7	0.901

Kredibiliti Komunikator Berasaskan *Manhaj Rabbaniyyah*

kredibiliti komunikator	Benar	7	0.912
	Beriman	8	0.905
	Boleh dipercayai	6	0.883
	Adil	2	0.892

Jadual 2 memaparkan hasil analisis pekali alpha korelasi koefisien bagi elemen *manhāj rabbāniyyah*. 6 bilangan item bagi hikmah dianalisis dengan nilai bacaan alpha adalah $\alpha = 0.789$. Sebanyak 10 item dianalisis bagi item mua'izah dan hasil *Cornbach's Alpha* menunjukkan bacaan $\alpha = 0.912$. Manakala item *mujādalāh* mencapai nilai alpha $\alpha = 0.824$ dengan 3 item. Bagi elemen kredibiliti komunikator pula, item amanah dan benar masing-masing menunjukkan bacaan *Cornbach's Alpha* $\alpha = 0.901$ dan $\alpha = 0.912$. Item beriman mencapai bacaan $\alpha = 0.905$ manakala 6 item boleh dipercayai menunjukkan bacaan $\alpha = 0.883$ dengan. Item adil pula mencapai nilai *Cornbach's Alpha* $\alpha = 0.892$. Secara keseluruhan, ketiga-tiga elemen *manhāj rabbāniyyah* bersamaan 19 item yang dianalisis dan 5 elemen kredibiliti komunikator yang dipecahkan kepada 30 item kesemuanya menunjukkan bacaan *Cornbach's Alpha* melebihi 0.7. Dapatan ini menunjukkan tahap ketekalan dalaman bagi item-item yang digunakan dalam instrumen kajian mencapai tahap yang sangat baik.

Analisis korelasi pula mengguna pakai korelasi Pearson. Hasil analisis mendapati terdapat hubungan yang signifikan antara *manhāj rabbaniyyah* dengan identiti Muslim siber seperti dinyatakan dalam jadual dibawah:

Jadual 3: Hubungan *mau'izah* dengan kredibiliti komunikator

		<i>Mau'izah</i>	Kredibiliti komunikator
<i>Mau'izah</i>	Pearson Correlation	1	.782**

	Sig. (2-tailed)		.000
	N	247	247
	Pearson Correlation	.782**	1
Kredibiliti komunikator	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	247	247

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Paparan Jadual 3 menunjukkan hasil analisis korelasi Pearson antara elemen *mau'izah* dengan kredibiliti komunikator. Tinjauan mendapati wujud hubungan yang sangat tinggi dengan nilai pekali korelasi $r = 0.782$, $P = <.000$. Ini bermakna, penyampaian mesej yang jelas dan bersifat persuasif menjadi faktor penting dalam menentukan kredibiliti seorang komunikator. Pada masa yang sama, mesej yang disampaikan bersifat analogi, gambaran ataupun jenaka ringan semata-mata bertujuan untuk merangsang pemikiran penerima yang merupakan sebahagian daripada elemen *mau'izah* memangkin kredibiliti komunikator (Nor Raudah Hj Siren, 2013 dan Zulkefli Hj Aini & S. Salahudin Suyurno, 2016).

Jadual 4: Hubungan hikmah dengan kredibiliti

		hikmah	Kredibiliti komunikator
	Pearson Correlation	1	.665**
hikmah	Sig. (2-tailed)		.000
	N	247	247

Kredibiliti Komunikator Berasaskan *Manhaj Rabbaniyyah*

	Pearson Correlation	.665**	1
Kredibiliti komunikator	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	247	247

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Jadual 4 menunjukkan hasil analisis korelasi elemen hikmah dengan kredibiliti komunikator. Kajian mendapati terdapat hubungan yang kukuh antara kedua-dua pemboleh ubah dengan nilai pekali korelasinya $r = 0.665$, $P = <.000$. Hasil dapatan ini menyokong pandangan Salahuddin Abdullah & Omar Khalid (2009) juga Nor Raudah Hj Siren (2013) bahawa komunikator yang bijak menyusun tutur kata, menyampaikan mesej dengan sopan dan lemah lembut akan mewujudkan kredibiliti yang kukuh.

Jadual 5: Hubungan *mūjadalah* dengan kredibiliti komunikator

		<i>mūjadalah</i>	Kredibiliti komunikator
	Pearson Correlation	1	.612**
<i>mūjadalah</i>	Sig. (2-tailed)		.000
	N	247	247
	Pearson Correlation	.612**	1
Kredibiliti komunikator	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	247	247

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Jadual 5 membuktikan terdapat hubungan yang kukuh antara elemen *mūjadalah* dengan kredibiliti komunikator dengan bacaan nilai pekali korelasi Pearson $r=0.612$, $P= <.000$. Secara tidak langsung, dapatan ini menepati padangan Nor Raudah Hj Siren (2013) dan S. Salahudin Suyurno (2011) bahawa kredibiliti komunikator Islam turut dipengaruhi dengan pengawalan emosi yang baik dan tidak menonjolkan kemarahan dalam laman sosial.

Melihat kepada keseluruhan hasil analisis korelasi ini dapat disimpulkan bahawa wujud hubungan yang kukuh antara pemboleh ubah *manhāj rabbāniyyah* dengan pemboleh ubah kredibiliti komunikator. Perkara ini pernah dinyatakan oleh Mohd Yusof Hussain (2015) bahawa kredibiliti penyampai maklumat merupakan kayu ukur kejayaan dakwah. Tambahan pula, seseorang yang komited dalam usaha dakwah mesti menjaga kredibiliti di antaranya iman dan kaedah komunikasi yang baik.

7. Kesimpulan

Secara kesimpulannya, elemen *mau'izah* memperlihatkan nilai pekali korelasi yang lebih tinggi berbanding elemen hikmah dan *mujādalāh*. Perkara ini mungkin disebabkan keseluruhan responden kajian merupakan orang awam. Secara tidak langsung hal ini menyokong penulisan Muhammad Rasyīd Ridhā (1990:3:216) yang menukil pandangan Muhammad 'Abduh dalam tafsir beliau iaitu:

“Golongan awam kebanyakan mereka belum dapat berfikir secara rasional dan mendalam, tidak dapat menterjemahkan sesuatu perbandingan atau perumpamaan yang tinggi. Mereka boleh didakwahkan dengan cara mau'izah al-hasanah iaitu dengan pujuk rayu, saranan dan didikan yang baik-baik dan ajaran-ajaran ringkas serta mudah difahami yang tidak membebankan para pendengar”.

Selain itu, Syed Abdurahman Hj Syed Hussin (1996: 68-70) dan M. Natsir (1980:160) turut menyokong pandangan bahawa masyarakat awam merupakan golongan pertengahan memandangkan mereka tidak sampai kepada tahap hukama' dan bukannya golongan yang menentang komunikasi dakwah tersebut. Lantaran itu, pendekatan *mau'izah* lebih sesuai dilaksanakan kepada masyarakat yang tidak mampu untuk *ta'wil* ajaran Islam itu sendiri. Sungguhpun demikian, tidaklah bererti setiap *manhāj* ini hanya untuk sebahagian kelompok tertentu sahaja sebaliknya semua komunikator boleh dirangkumkan kesemua *manhāj* tersebut memandangkan sifat kepada seorang manusia itu sendiri yang pelbagai.

Perkara yang sama juga turut diamalkan dalam kajian ini. Walaupun terbukti pendekatan *mau'izah* mewujudkan korelasi yang lebih tinggi kerana golongan responden adalah orang awam, namun elemen *hikmah* dan *mujādalāh* turut mempunyai bacaan pekali korelasi yang

kukuh. Hal ini mungkin disebabkan sifat yang tertanam dalam diri responden sebagai seorang komunikator mempunyai rencam prilaku dan perasaan.

Penghargaan

Kajian ini dibiayai oleh Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia melalui dana penyelidikan (Project No. 600-IRMI/FRGS 5/3) yang bertajuk : Menerokai Kredibiliti Komunikator Islam ke Arah Revolusi Industri 4.0. Justeru, penyelidik merakamkan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia, Research Management Institute Universiti Teknologi MARA (UiTM) dan UiTM Cawangan Melaka atas segala sokongan dan bantuan yang diberikan.

Rujukan

- Abdul Munir Ismail (2014) *Dakwah Suatu Tuntutan Dalam Islam*. Tanjung Malim: Penerbit Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- Al-Qaradhawi, Yusof (2012) *Fleksibiliti Islam, Prinsip, Aqidah, Keutamaan, Sumber*, Bandar Baru Bangi: Syabab Book Link.
- Al-Qaradhawi, Yusof (20 Jul 2015) *Manhāj Al-Khatib Al-Dini Kama Rasmuhu Al-Quran*. Di ambil pada 1 Sept 2015 dari [Http://Www.Qaradawi.Net/New/Articles/5645-2012-02-15-060458#_1](http://Www.Qaradawi.Net/New/Articles/5645-2012-02-15-060458#_1).
- Faridanura Abdullah (2014), *Penggunaan Laman Rangkaian Sosial (facebook) Dalam Kalangan Guru: Motif dan Kesannya*. Tesis Ijazah Sarjana Pendidikan, Fakulti Pendidikan, UTM.
- Ghazali Darusalam & Sufean Hussin (2016) *Metodologi Penyelidikan dalam Pendidikan: Amalan dan Analisis Kajian*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- Imam Muslim, Abi al-Husayn Muslim ibn al-Hajjaj al-Qushayri al-Nisaburi (t.t) *Sahih Muslim*. Beirut: Dar Al-Ihya' Al-Thurath Al-Arabi.
- M. Natsir (1980) *Fiqhud Da'wah*. Singapura: Pustaka Nasional. Cet. pertama
- Malaysian Communications And Multimedia Commission. 2015 : *Internet Usage Survey 2014*.Cyberjaya: Author
- Mohd Yahya Mohamed Ariffin (2007) Komunikasi Imam Shafie dalam Penyebaran Islam, *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, Jil. 9, Isu 1, Hal. 125-136.
- Muhammad Rasyīd Ridhā (1990) *Tafsīr al-Quran al-Hakīm al-Masyhūr bi Tafsīr al-Manār*. Mesir: al-Hai'ah al-Miṣriyyāh al-‘Ammāh Lilkitāb. Jil. 3.

- Muhammad Taufik Md Sharipp (2018) *Hubungan Manāhij Rabbāniyyah dalam Dakwah dengan Kredibiliti Komunikator Islam Media Baharu*. Tesis Sarjana Akademi Pengajian Islam Kontemporari Universiti Teknologi MARA.
- Muhammad Taufik Md Sharipp et al. (2015) Elemen Al-Hikmah Sebagai Manhāj Rabbaniyyah Dalam Menilai Penulisan Dakwah Media Baharu dalam Mohd Zaini Zakaria et al., *Memasyarakatkan Quran Mensejahterakan Ummah*. Nilai: Fakulti Pengajian Quran dan Sunnah Universiti Sains Islam Malaysia.
- Nik Roskiman bin Abdul Samad (2013) *Tekno-Daie dan Dakwah Media Baru: Hala Tuju Jentera Dakwah Peranan dan Impak Terhadap Mad'u*. Konvensyen Pendakwah Negara Tahun 2013, anjuran Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) pada 7 November 2013.
- Nor Raudah Hj. Siren (2013) *Retorik Penulisan Dakwah*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- Siti Ezaleila Mustafa & Azizah Hamzah (2011) Media Baharu yang Baharu: Trend Penggunaan Jaringan Sosial Dalam Kalangan Pengguna di Malaysia. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*. Vol.3. Hal. 93-11-.
- S.Salahudin Suyurno et al., (2015) Hikmah Dalam Berdakwah Sebagai Manhāj Rabbaniyyah: Satu Sorotan Definisi dalam Hasan Bahrom et al., *Islamic Heritage Leads Transformation of The Ummah*. Melaka: Akademi Pengajian Islam Kontemporari. Hal. 645.
- S.Salahudin Suyurno et al., (2011) Akhlak Komunikasi Islam dan Penghayatan Kehidupan Beragama: Kajian Kes di Universiti Teknologi MARA Pantai Barat Semenanjung Malaysia. (Tesis Doktor Falsafah, Jabatan Akidah dan Pemikiran Islam, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya)
- S.Salahudin Suyurno & Zulkifli Aini (2014) *Hubungan Pendakwah dengan Mad'u dalam Komunikasi Insan*. International Conference on Human Sustainability 2014 anjuran Universiti Tun Hussien Onn Malaysia pada April 2014.
- Salahuddin Abdullah & Omar Khalid (2009). *Tafsir Mubin*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa & Pustaka.
- Syed Abdurahman Hj Syed Hussin (1996) Uslub Al-Hikmah, Al-Mau'izah Al-Hasanah Dan Mujādalāh Bi Al-Husna Mengikut Pandangan Ulama. *Jurnal Usuluddin*. Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, Jil. 4, Isu 4, Hal. 49-70.
- Zulkefli Bin Haji Aini & S. Salahudin Suyurno (2012) *Asas Komunikasi Dakwah*. Kuala Lumpur: Jabatan Dakwah dan Pengurusan Akademi Islam KUIS.
- Zulkefli Bin Haji Aini (2016) *Pengantar Komunikasi Dakwah*. Bangi: Jabatan Pengajian Dakwah dan Kepimpinan, Fakulti Pengajian Islam Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Zulkifli Haji Mohd Yusoff et al, (2007), " Agama Islam: Satu Kupasan Terhadap Ciri-Ciri Perwatakannya", *Al-Tadrib Jurnal*, Pusat Latihan Sarawak, bil 2, hlm 105-122
- Zulkiple Abd Ghani (2014) *Dakwah dalam Era Siber di Malaysia*. Nilai: Penerbit USIM. cetakan kedua.