



Komunikasi Dakwah dalam Interaksi Menerusi WhatsApp

Nor Faizah Ismail, Muhamad Faisal Ashaari

Jabatan Dakwah dan Kepimpinan
Fakulti Pengajian Islam
Universiti Kebangsaan Malaysia.
43600, UKM Bangi Campus, Selangor Darul Ehsan, Malaysia.
Email: norfaizahismail58@gmail.com; faisal@ukm.edu.my

Abstrak – *Interaksi sosial menerusi WhatsApp telah menghubungkan ahli komuniti di alam maya dengan lebih aktif. Kemudahan interaksi ini telah membantu penyebaran dakwah dengan lebih fleksibel kerana pendakwah boleh berkongsi maklumat secara langsung dan berinteraksi dengan khalayak sasaran dengan lebih interaktif. Ia membolehkan mesej dakwah disampaikan dengan pantas, mudah dan fleksibel. Namun, dakwah menerusi medium ini tidaklah mudah seperti yang disangka kerana ia mempunyai cabarannya yang tersendiri seperti persaingan antara maklumat Islam dengan maklumat yang lain dalam persekitaran kebanjiran maklumat. Hal ini menuntut maklumat Islam itu relevan dan memenuhi kehendak serta kepentingan khalayak sasaran. Artikel ini membincangkan konsep komunikasi dakwah dalam interaksi menerusi WhatsApp menerusi dua aspek asas iaitu menyuntik kesedaran Islam dan membentuk kesedaran beragama. Semua interaksi menerusi medium ini yang membawa elemen kesedaran Islam dan membentuk kesedaran ini boleh diklasifikasikan sebagai WhatsApp dakwah. Oleh itu, pendakwah perlu membimbing interaksi ini bagi mencapai dua elemen ini supaya mampu membawa masyarakat kepada pembentukan dan nilai-nilai yang dituntut oleh agama.*

Kata kunci: *WhatsApp, Interaksi, Dakwah, Komunikasi.*

I. Pendahuluan

Telefon pintar merupakan teknologi yang berinovatif dalam komunikasi dan penyebaran maklumat atas talian. Terdapat pelbagai kemudahan aplikasi yang tersedia menerusi teknologi ini boleh dimuat turun secara percuma atau berbayar menerusi *Google Play Store*. Aplikasi tersebut tidak lagi terhad kepada aplikasi media sosial, permainan, pelancongan, pendidikan atau hiburan semata-mata (Hafiza Abas 2017). Akan tetapi, aplikasi bercirikan Islam dan dakwah yang wujud menerusi teknologi telefon pintar adalah satu alternatif kepada masyarakat kini untuk mempelajari dan mencari maklumat agama (Manaf et al. 2015). Kira-kira hampir 250 aplikasi menerusi telefon pintar yang berunsurkan Islam telah dibangunkan menerusi *Google Play Store* (Ronizam Ismail 2015). Aplikasi tersebut semakin bertambah dalam membantu para pendakwah menggunakan segala jenis sumber yang ada sebagai medium alternatif dalam dakwah (Abdul Rahman et al. 2015).

Penyebaran dakwah menerusi telefon pintar membolehkan dakwah disebarkan dengan lebih efektif kepada khalayak sasaran. Komunikasi dakwah menerusi medium ini telah membantu maklumat Islam disampaikan dengan pantas dan mudah kepada khalayak sasaran. Kini teknologi komunikasi ini mempunyai pelbagai medium yang membolehkan maklumat disampaikan dengan pelbagai cara dan interaksi berlaku dengan pelbagai bentuk. Salah satu daripada aplikasi yang membawa kepada komunikasi dakwah ialah aplikasi WhatsApp. Dakwah menerusi aplikasi WhatsApp merupakan interaksi langsung menerusi teks atas nama dakwah menerusi telefon bimbit (Muhamad Faisal 2017). Ia merupakan satu usaha menyebarkan dan berkongsi maklumat yang membawa mesej-mesej agama, mengajak manusia ke arah mentaati Allah dengan pendekatan yang penuh *hikmah*. Oleh kerana ia merupakan aplikasi yang sangat popular pada masa kini maklumat Islam perlu bersaing dengan jenis maklumat yang lain untuk sampai kepada khalayak

dengan lebih berkesan. Walaupun aplikasi WhatsApp telah memudahkan hubungan interaksi manusia, keberkesanan penyebaran dakwah dalam medium ini tidak lah mudah. Kebanjiran maklumat yang berlaku menerusi WhatsApp termasuklah maklumat agama telah membawa kepada ketepuan maklumat dalam interaksi ini. Persekitaran WhatsApp yang sibuk juga menyebabkan maklumat-maklumat agama terpaksa bersaing dengan maklumat-maklumat lain yang disebarkan menerusi interaksi ini. Akhirnya, pengguna tidak lagi membaca dan terkesan dengan maklumat-maklumat yang diterima.

Secara umumnya, pendekatan dakwah menerusi interaksi WhatsApp perlu diberi perhatian oleh golongan pendakwah supaya mesej yang disampaikan dapat menarik perhatian dan memberi kesedaran sasaran dakwah. Dengan ini, keberadaan WhatsApp sebagai media komunikasi dalam kehidupan, dapat menyumbang kepada penyebaran dakwah di alam maya. Oleh itu, artikel ini akan membincangkan konsep komunikasi dakwah yang berlaku menerusi interaksi WhatsApp. Selain itu, penulis juga akan menjelaskan secara ringkas konsep penyebaran maklumat menerusi interaksi tersebut.

II. Komunikasi WhatsApp

WhatsApp mula diperkenalkan pada tahun 2009 dan ia merupakan aplikasi yang menyediakan khidmat penghantaran mesej menerusi telefon bimbit menggunakan data Internet (Whatsapp Inc 2013). Bukan sekadar mesej, kini segala bentuk bahan yang bersifat *softcopy* boleh dihantar menerusi aplikasi ini seperti *imej*, rakaman video, rakaman suara dan dokumen (Issa Omar 2016). Ia semakin berkembang dan mendapat tempat dalam kalangan pengguna telefon mudah alih kerana aplikasi ini percuma dan penghantaran mesej pun percuma asalkan mempunyai talian Internet (Bouhnik et al. 2014). Selain itu, penggunaannya pun mudah menerusi telefon bimbit seperti aplikasi SMS (*short message service*). Penggunaannya secara percuma menjadikan WhatsApp sebagai pilihan utama kepada pengguna apatah lagi apabila mereka boleh membentuk kumpulan sembang yang membolehkan mereka berinteraksi dengan ramai rakan menerusi kumpulan berkenaan. Dengan ini mereka dapat berkongsi maklumat dengan lebih cepat dan menjimatkan masa.

Umumnya, kebergantungan pengguna telefon mudah alih terhadap WhatsApp adalah tinggi kerana hampir setiap masa dan kebanyakan rutin kerja melibatkan komunikasi menerusi interaksi ini (Montag et al. 2015). Penggunaannya telah menjadi satu gaya hidup dalam kehidupan masyarakat tanpa mengira lapisan umur dan generasi (Kumar & Sharma 2017). Tambahan lagi, WhatsApp dilengkapi dengan pelbagai kemudahan sebagai medium berinteraksi dengan orang lain tanpa sempadan. Oleh kerana itu, penggunaannya melibatkan pelbagai tujuan dan motif dalam kalangan pengguna kerana banyak memberi kemudahan dan manfaat dalam komunikasi manusia secara dalam talian. Berdasarkan kepada tinjauan literatur, selain dari motif agama, terdapat tiga motif penggunaan WhatsApp yang telah memberi perubahan terhadap sikap pengguna menerusi interaksi ini iaitu pengajaran dan pembelajaran, komunikasi di tempat kerja dan pemasaran dan pengiklanan.

2. 1. Pengajaran dan pembelajaran

Pertumbuhan yang berlaku dalam teknologi mudah alih telah mengubah pembelajaran menerusi aplikasi WhatsApp sebagai medium pembelajaran atas talian. Di institusi pengajian tinggi, aplikasi WhatsApp telah digunakan oleh kebanyakan pensyarah dan pelajar. Aplikasi ini menjadi pilihan pelajar kerana penggunaannya semakin penting dalam meningkatkan prestasi akademik dan menjana pembelajaran pelajar. Malah, interaksi ini turut memberi kemudahan untuk memuat naik dan memuat turun fail, perkongsian bahan belajar, makluman aktiviti kuliah, perbincangan dan pengajaran selain daripada waktu kuliah dan banyak lagi. Pada waktu yang sama WhatsApp telah membantu pelajar untuk mendapatkan maklumat dengan cepat (Ahad & Lim 2014) dan meningkatkan tahap interaksi komuniti serta kehadiran sosial dalam kalangan pelajar (Fatin Fatinah 2013). Melalui penggunaan WhatsApp juga, pelajar boleh mewujudkan komunikasi antara rakan-rakan, menggunakan sebagai platform pembelajaran, memudahkan akses bahan pembelajaran dan kesinambungan pembelajaran di luar kelas selain membina hubungan yang rapat dengan rakan-rakan dan tenaga pensyarah (Bouhnik 2014), (Tawiah 2014). Secara umumnya, WhatsApp merupakan alat media sosial yang berkesan untuk memberi motivasi, meningkatkan pembelajaran mahasiswa menerusi atas talian (Dar et al. 2017).

Dewasa ini, WhatsApp adalah aplikasi yang sangat bermanfaat untuk tujuan pembelajaran dalam kalangan pelajar universiti kerana telah meningkatkan penglibatan dan pembelajaran pelajar menerusi perbincangan dalam aplikasi tersebut. Hamidin (2015) membincangkan bahawa interaksi WhatsApp telah membantu sistem pengajaran dan pembelajaran dapat dilakukan di mana-mana dan pada bila-bila masa sahaja, seperti pensyarah dapat menghantar apa-apa sahaja maklumat berkaitan pengajaran di dalam *group* perbincangan. Sistem pengajaran ini merupakan sistem pengajaran atas talian yang dinamakan sebagai "*Blended Learning*". Justeru itu, interaksi ini telah membantu dan menambahkan kefahaman pelajaran para pelajar melalui perbincangan bersama pensyarah dan rakan-rakan melalui kumpulan perbincangan.

2. 2 Komunikasi di tempat kerja

Kewujudan interaksi WhatsApp dalam rangkaian sosial juga bertujuan untuk membina rangkaian perbincangan bagi memantapkan proses gerak kerja dan mewujudkan komuniti alam maya. WhatsApp dalam rangkaian sosial juga telah menyumbangkan kepada gerak kerja iaitu, menjimatkan kos operasi, menghasilkan produktiviti proses kerja, capaian maklumat yang cepat dan peluang meningkatkan motivasi dan keyakinan kerja (Mohamed Nazul 2014). Justeru itu, kemudahan melalui interaksi ini telah membantu organisasi kerja dalam sesebuah institusi serta dapat menyumbang kepada kualiti kerja yang lebih baik.

2. 3 Pengiklanan dan pemasaran

Teknologi interaksi WhatsApp turut memberi impak terhadap industri pengiklanan dan pemasaran. Faradillah & Samsudin (2017) membincangkan WhatsApp merupakan aplikasi yang tertinggi digunakan oleh golongan usahawan dalam mempromosikan produk dan perkhidmatan perniagaan. Selain itu juga, kebanyakan iklan atau pun perniagaan atas talian menghubungkan akses kepada WhatsApp melalui lencana hijau interaksi ini (Supantha 2017). Kemudahan komunikasi melalui interaksi bukan sahaja membantu meningkatkan pendapatan individu malahan juga merancakkan pertumbuhan ekonomi dalam sesebuah institusi.

Kesimpulannya, berdasarkan kepada tiga motif penggunaan yang telah diuraikan di atas, penggunaan WhatsApp adalah sangat penting dalam membentuk komunikasi dan interaksi antara manusia. Penggunaan interaksi ini merupakan satu keperluan dan menjadi aktiviti rutin manusia setiap kali akses kepada Internet. Interaksi ini telah dimanfaatkan sepenuhnya dalam kalangan pengguna telefon pintar kerana kemudahan yang tersedia menerusi WhatsApp yang tidak terdapat pada aplikasi-aplikasi yang lain.

III. Komunikasi Dakwah dalam WhatsApp

Menurut ilmu dakwah, terdapat lima rukun asas dalam dakwah iaitu pendakwah (*daie*), khalayak sasaran (*mad'u topik* (*maudhu'*), *uslub* dan *wasilah* dakwah. Proses dakwah menerusi WhatsApp melibatkan lima rukun asas ini kerana saling bergantung dan mempengaruhi antara satu sama lain. Rukun dakwah tersebut telah dikembangkan dalam WhatsApp sebagai elemen komunikasi dan saling berhubung kait dalam semua proses penyebaran dakwah yang berlaku menerusi WhatsApp.

3.1 Pendakwah & Admin Kumpulan (Daie)

Pendakwah dalam interaksi WhatsApp adalah golongan yang berusaha menyampaikan maklumat dan info agama berbentuk teks, video, dan mengajak *mad'u* mendekati diri kepada Allah. Mereka berusaha memastikan maklumat yang disebarkan kepada *mad'u* tidak bercampur dengan perkara yang meragukan. Pendakwah juga perlu melibatkan diri dalam perbincangan kumpulan sehingga dapat menanamkan kefahaman Islam dan perubahan sikap beragama terhadap *mad'u*. Inilah yang ditegaskan oleh Muhamad Faisal (2017), bahawa pendakwah bukan sekadar dapat memberi teguran yang membina, malah mereka juga berpeluang menjalinkan hubungan yang baik dengan golongan sasaran.

3.2 Golongan Sasaran (Mad'u)

Golongan sasaran dalam interaksi WhatsApp adalah khalayak yang mempunyai latar belakang yang pelbagai. Khalayak ini mempunyai banyak perbezaan mengikut faktor agama, sejarah pendidikan, umur, jantina, persekitaran kehidupan dan sebagainya. Mendepani pelbagai faktor-faktor tersebut, pendakwah dalam interaksi WhatsApp perlu mempunyai kebijaksanaan dalam menyebarkan maklumat agama. Mereka perlu memahami kepelbagaian *mad'u* dalam interaksi ini. Menurut Muhamad Faisal (2017) cara yang perlu dilakukan oleh pendakwah dalam interaksi ini ialah dengan mereka mengolah sendiri maklumat yang ingin disampaikan dan menentukan isu yang sesuai mengikut keadaan *mad'u*.

3.3 Kandungan Dakwah

Dakwah yang disampaikan dapat mempengaruhi golongan sasaran apabila pendakwah menyampaikan maklumat yang dapat mendekati jiwa-jiwa pembaca kepada nilai-nilai Islam dengan cara yang berhikmah. Maklumat-maklumat agama dalam interaksi WhatsApp perlu bebas daripada segala perkara-perkara yang meragukan. Sebelum menyebarkan kepada khalayak, pendakwah perlu meneliti dan memastikan maklumat tersebut bertepatan dengan Al-Quran dan sunnah. Adalah yang sebaiknya ialah apabila pendakwah tersebut mengolah maklumat tersebut dalam bahasa yang mudah difahami dan sesuai dengan keadaan sasaran dakwah. Selain itu, golongan pendakwah perlu bijak menentukan isu yang dipilih untuk disebarkan. Isu yang disebarkan perlulah berkaitan dengan kepentingan dan fenomena masyarakat Islam supaya pembangunan dan perubahan umat Islam sentiasa dipimpin di atas landasan yang benar.

3. 4. Manhaj Dakwah (Uslub)

Dalam menyampaikan mesej-mesej dakwah menerusi interaksi ini, pendakwah perlu memastikan pendekatan yang bersesuaian dengan keadaan *mad'u*. Di samping itu, (Faizah 2006) pendakwah juga perlu menyedari bahawa khalayak sasaran memerlukan masa untuk memahami mesej-mesej dakwah yang disampaikan. Ini bagi memastikan penyampaian

mesej-mesej tersebut dapat memberi kefahaman agama kepada mereka. Ab. Aziz (1997) menyarankan beberapa pendekatan dakwah yang mendorong sasaran dakwah menerima dakwah dengan kefahaman yang jelas tanpa rasa terpaksa, tekanan dan tertipu. Antaranya ialah penjelasan yang nyata, berperingkat-peringkat, mudah, menjinakkan, adanya sebab di sebalik sesuatu suruhan dan larangan dan bersesuaian dengan keadaan sasaran.

3. 5. WhatsApp Dakwah (Wasilah)

Wasilah dakwah merupakan elemen yang penting dalam dakwah. Tanpa elemen ini, tidak mungkin dakwah dapat disampaikan dengan baik. WhatsApp merupakan medium atau saluran dalam menjayakan usaha-usaha dakwah sampai kepada golongan sasaran. Seiring dengan peredaran zaman dan masa, *wasilah* dakwah perlu bergerak mengikut cita rasa sasaran abad ke-21 (Ab. Aziz 1997). Oleh kerana teknologi WhatsApp merupakan interaksi penting dalam komunikasi manusia, aplikasi ini perlu di manfaatkan untuk tujuan dakwah kepada khalayak.

IV. Konsep Penyebaran Menerusi Interaksi Dalam WhatsApp

Penyebaran maklumat agama adalah yang paling dominan berlaku dalam WhatsApp dakwah. Alternatif penyebaran ini merupakan potensi yang besar untuk mempengaruhi khalayak terhadap kesedaran Islam. Penyebaran maklumat menerusi interaksi ini bukan sekadar menyebarkan luaskan mesej Islam, tetapi berpeluang untuk mempengaruhi kehidupan sosial mereka dan memenuhi kepentingan khalayak terhadap Islam. Oleh kerana WhatsApp dinilai memainkan peranan yang penting dalam menyebarkan maklumat, medium ini perlu digerakkan untuk menyebarkan kefahaman agama dan kesedaran khalayak terhadap Islam.

Dakwah dalam WhatsApp berlaku apabila mesej yang disampaikan berkaitan dengan maklumat atau pun info agama. Pendakwah hanya perlu menekan *click* pada *button* “forward” atau pun “copy and paste” untuk menyebarkan maklumat kepada pengguna lain sama ada kepada rakan individu atau pun dalam kumpulan WhatsApp. Atau pun dengan cara yang terbaik ialah apabila pendakwah tersebut mengolah sendiri maklumat tersebut dengan bahasa yang mudah difahami oleh golongan sasaran dan sesuai dengan keadaan mereka. Mesej yang disampaikan sangat penting dalam memberi kesedaran terhadap Islam dan mempengaruhi pengguna yang berbeza mengikut peringkat umur, jantina, faktor pendidikan agama dan latar belakang pendidikan. Menurut Nik Mohd Firdaus (2014) konsep penerimaan dakwah adalah berbeza mengikut tahap keimanan dalam diri seorang Muslim. Selain itu, maklumat-maklumat berkaitan agama yang disebarkan perlu selari dengan kehendak dan kepentingan khalayak sasaran. Maklumat yang disebarkan perlu menyuntik kesedaran dan menarik perhatian golongan sasaran untuk membaca.

Terdapat dua perkara yang boleh menentukan pengguna membaca dan mungkin terpengaruh dengan maklumat tersebut iaitu maklumat yang dirancang dan berlaku berulang kali dan orang yang memang ada kesedaran Islam dalam diri untuk membaca maklumat tersebut. Oleh itu, penulis menjelaskan dua konsep yang membawa kepada WhatsApp dakwah iaitu kesedaran Islam dan pembentukan tingkah laku beragama. Maklumat-maklumat yang dapat memberi kesan kepada pembaca apabila mesej yang disampaikan mengandungi salah satu ataupun kedua-dua konsep tersebut.

4.1 Mesej Yang Membawa Kesedaran Islam

Perkembangan teknologi telefon pintar telah memberi kesan dan pengaruh yang besar terhadap penyebaran maklumat agama. Menurut Kamal dalam (Zawiyah 2009) perubahan tersebut termasuklah dalam perubahan dari segi kesedaran Islam. Namun, maklumat agama yang terlalu banyak dalam interaksi ini, menyebabkan golongan pendakwah sukar untuk menilai maklumat-maklumat yang mempunyai elemen terhadap kesedaran kepada pembaca. Dakwah yang berpengaruh adalah dakwah yang banyak mengandungi aspek-aspek menyentuh jiwa dan memberi kesedaran kepada sasaran dakwah. Antara nilai-nilai dakwah yang terdapat dalam mesej yang membawa kesedaran Islam ialah nasihat, kisah, nilai kasih sayang dan nilai kerohanian.

a. Nasihat

Kebanyakan mesej yang terkandung dalam WhatsApp dakwah hari ini ialah kata-kata ataupun nasihat yang mempunyai unsur-unsur peringatan dan *tanzir*. Mesej yang berunsur *tanzir* bertujuan untuk memberi peringatan terhadap perkara yang di sudah di ketahui oleh para pembaca. Mesej yang berunsur nasihat pula merupakan salah satu cara pendekatan *al-mau'idzah al-hasanah* yang bertujuan untuk mengingatkan sesuatu perbuatan pasti ada sangsi dan akibatnya. Dalam dakwah, *mau'idzah hasanah* merupakan ungkapan atau kata-kata yang mempunyai unsur-unsur peringatan, bimbingan, pengajaran, pendidikan dan pesanan dengan menggunakan pendekatan yang sesuai mengikut tahap sasaran dakwah. Kata-kata nasihat yang mempunyai unsur *mau'idzah hasanah* mengandungi kata-kata yang masuk ke dalam hati dengan kasih sayang dan perasaan kelembutan (Yunan Yusuf 2003).

b. Kisah

Kisah pendek merupakan salah satu pendekatan dakwah yang berkesan dan berpengaruh dalam interaksi WhatsApp. Mesej agama yang menggabungkan penceritaan atau kisah pendek juga antara mesej yang popular yang disebarkan

dalam interaksi ini. Abdullah (2007) menjelaskan, pendekatan dakwah yang menggabungkan penceritaan memudahkan sasaran dakwah untuk memahami mesej dakwah yang disampaikan, dan seterusnya mendorong perubahan sikap dan tingkah laku mereka. Menurut Ahmad Zahiruddin & Faisal (2014) penulisan dakwah yang berbentuk penceritaan fakta daripada Al-Quran merupakan dakwah daripada perspektif psikologi yang merupakan satu proses mempengaruhi sasaran dakwah bagi mendorong perubahan pemikiran dan sikap mereka kepada nilai-nilai agama. Antaranya seperti penceritaan berkaitan kisah-kisah di dalam Al-Quran, teladan para Nabi dan sahabat, atau pun kisah pendek yang mengandungi banyak hikmah dan pengajaran. Teknik dan gaya bahasa penceritaan boleh menyentuh jiwa orang yang membacanya. Pengajaran yang jelas dan ringkas menarik minat pengguna WhatsApp untuk membaca, menyedarkan mereka dan mendorong mereka menyebarkannya kepada pengguna-pengguna yang lain.

c. Nilai Kasih Sayang

Interaksi WhatsApp merupakan medium untuk mengeratkan *ukhuwah* dan *silaturahmi* antara individu yang berada di dua tempat yang berjauhan. Dakwah dalam interaksi WhatsApp juga mengandungi nilai kasih sayang. Kasih sayang boleh dipupuk dan didorong atas dasar persaudaraan Islam mewujudkan persahabatan alam maya dan memupuk persaudaraan Islam.

d. Nilai Kerohanian

Mesej-mesej yang membawa kesedaran Islam kepada pengguna interaksi WhatsApp adalah mesej dakwah yang sampai kepada golongan sasaran dan dapat menyentuh hati mereka. Ini kerana, hati merupakan unsur kerohanian yang paling penting dalam membentuk tingkah laku luaran dan dalaman manusia. Kefahaman mengenai mesej yang diperoleh telah digerakkan oleh hati dan seterusnya mencetuskan lintasan fikiran untuk bertindak melakukan sesuatu. Hati merupakan aspek yang penting dan berperanan menggerakkan manusia kepada kebaikan dan mengelakkan kejahatan.

Mesej-mesej dakwah mengandungi nilai-nilai murni yang boleh mendorong seorang Muslim kepada nilai-nilai Islam dalam kehidupan. Mesej-mesej agama dalam interaksi WhatsApp dapat memberi bimbingan dan panduan yang baik untuk keperluan rohani para pembaca. Unsur-unsur kerohanian dalam mesej dakwah akan memberi kesan kepada iman dan pembentukan hati seorang Muslim. Dengan adanya iman dalam diri, mereka akan terfikir untuk beriman kepada Allah dan berasa takut melakukan perkara yang dilarang dalam Islam. Secara tidak langsung, mereka akan lebih cenderung melakukan kebaikan dan berasa takut kepada Allah.

4.2 Mesej Yang Membentuk Tingkah Laku Beragama

Mesej-mesej yang dapat mempengaruhi pengguna WhatsApp adalah mesej yang memberi kesan kepada tingkah laku mereka, sama ada semasa berinteraksi atau pun selepas berinteraksi dalam WhatsApp. Seperti contoh, ketika berada perbincangan dalam kumpulan, pendakwah berpotensi untuk mempengaruhi ahli kumpulan yang lain supaya menerima sikap dan pendapatnya dengan mengemukakan hujah dan dalil yang bertepatan. Sekiranya terdapat perbezaan pendapat dalam kalangan ahli kumpulan, pendakwah perlu bijaksana merasionalkan pemikiran dan memastikan tidak berlaku perkara yang tidak sepatutnya seperti perbalahan atau pergaduhan. Justeru, peranan interaksi WhatsApp sangat penting dalam perkembangan dakwah di dalam masyarakat dan membentuk tingkah laku yang dituntut oleh agama. Mesej-mesej yang disebarkan dalam interaksi ini perlu mempunyai elemen-elemen yang berpotensi untuk mempengaruhi perubahan sasaran dakwah. Antaranya ialah:

a. Mesej yang membentuk tingkah laku yang berlandaskan tauhid

Setiap tingkah laku yang dilakukan manusia mestilah bertujuan untuk mendapatkan keredaan Allah. Menurut Dr Engku Ahmad Zaki (2007) kefahaman akidah tauhid yang benar dapat melahirkan hamba yang berakhlak terpuji seperti mana yang dituntut dalam Islam. Oleh kerana itu, mesej dakwah dalam interaksi WhatsApp perlu mengandungi nilai-nilai tauhid kepada Allah tanpa mensyirikkanNya. Selain itu, mesej dalam dakwah WhatsApp perlu berunsurkan pesanan supaya menjauhkan segala perasaan *ria'*, *ujub* dan *takbur* dalam setiap perbuatan atau pun ibadah. Contohnya, mesej mengenai keikhlasan dalam beribadah dapat memperkasakan akidah tauhid seseorang hamba kepada Allah. Kesedaran mengenai keikhlasan dalam beribadah dapat dipupuk seterusnya melahirkan hamba yang taat dalam setiap perintah Allah. Justeru, maklumat dan info agama yang disebarkan menerusi WhatsApp seharusnya menekankan konsep tauhid dan menjadikan Islam sebagai acuan hidup.

b. Mesej yang membentuk akhlak seorang Muslim

Mesej dakwah yang disebarkan dalam interaksi WhatsApp juga mengandungi kupasan hadis berkaitan akhlak yang mulia seorang Muslim. Mesej tersebut telah mengajar pengguna untuk berinteraksi secara formal, beradab dan lebih sopan terutamanya di dalam kumpulan WhatsApp. Apabila pengguna sudah biasa berada dalam suasana kumpulan WhatsApp yang cenderung kepada perilaku yang baik, maka pengaruh tersebut akan memberi kesan terhadap tingkah laku seseorang individu apabila berinteraksi sama ada di alam maya atau secara muka.

c. Pengamalan gaya hidup seorang Muslim

Terdapat mesej dakwah yang pelbagai dalam interaksi WhatsApp telah membentuk tingkah laku pengguna yang selari dengan tuntutan agama. Ada kalanya, mesej-mesej tersebut berjaya menyentuh sensitiviti masyarakat sehingga mampu membentuk peribadi Muslim yang dituntut oleh agama. Sebagai contoh, mesej bercerita dan berkisar tentang kesengsaraan dan keperitan yang dialami oleh saudara Muslim di negara timur tengah telah menyuntik rasa keprihatinan masyarakat terhadap isu kemanusiaan. Secara tidak langsung, perasaan prihatin akan lahir dalam diri pengguna dan mereka akan teraspirasi untuk membantu umat Islam lain yang berada dalam kesusahan dan penderitaan sama ada di dalam atau di luar negara.

Kandungan mesej yang membina hubungan yang baik, menghubungkan persaudaraan, mengeratkan *silaturahmi* dan menambahkan kasih sayang dalam persaudaraan menerusi interaksi maya. Perbualan dan sapaan melalui kumpulan WhatsApp keluarga atau persahabatan boleh menyuntik rasa kemesraan dan kasih sayang di kalangan ahli kumpulan. Walaupun masing-masing berjauhan, hubungan *silaturahmi* dapat dipupuk apabila sapaan dan perbualan wujud dalam suasana yang mesra melalui WhatsApp kumpulan.

d. Galakan menambah ibadah

Kefahaman mengenai akidah tauhid yang benar akan mendorong manusia itu untuk menambah kepatuhan dan keimanan kepada Allah. Hal ini kerana, nilai tauhid dan iman yang berada dalam jiwa manusia memainkan peranan yang penting dalam membentuk tingkah laku beragama dalam diri mereka. Oleh itu, mesej-mesej yang mengandungi nilai-nilai keimanan akan menggerakkan sasaran dakwah untuk mempertingkatkan ibadah dan menambah keimanan kepada Allah.

e. Menggerakkan mad'u untuk menyertai program-program agama

Dakwah yang berkesan apabila sasaran dakwah terpengaruh dengan agenda dan program-program agama yang diuar-uarkan menerusi interaksi WhatsApp. Kebanyakan program dan majlis-majlis agama yang disebarkan melalui WhatsApp telah mendapat sambutan yang baik dalam kalangan masyarakat yang sangat dahagakan ilmu berkaitan Islam. Dakwah dalam interaksi ini telah menggerakkan sasaran dakwah untuk hadir ke program-program agama seperti solat berjemaah di masjid dan mendengar kuliah agama.

f. Membentuk peribadi seorang pendakwah

Antara tujuan dakwah dalam interaksi WhatsApp ialah untuk melahirkan golongan pendakwah yang mampu memberi pengaruh kepada pengguna interaksi ini dan menggerakkan kerja-kerja dakwah bersama pengguna-pengguna yang lain. Dakwah yang berjaya ialah apabila ramai dalam kalangan pendakwah mampu melahirkan peribadi-peribadi Muslim yang berusaha untuk melakukan kerja-kerja dakwah.

V. Kesimpulan

Secara keseluruhannya, boleh disimpulkan bahawa WhatsApp merupakan platform yang memberi kepentingan dalam usaha menyebarkan mesej kesedaran kepada khalayak sasaran. Elemen dakwah menerusi interaksi ini berperanan untuk mempengaruhi khalayak sasaran kepada perubahan kesedaran Islam dan pembentukan akhlak yang dituntut oleh agama. Begitu juga kandungan maklumat yang disebarkan menerusi interaksi ini perlu diberi perhatian supaya dapat meningkatkan kesan apabila mesej itu menawarkan maklumat yang unik, penting dan memenuhi kepentingan khalayak sasaran. Kemudahan interaksi WhatsApp bukan sahaja satu keperluan dalam aspek komunikasi dan interaksi atas talian, tetapi yang paling penting perlu di manfaatkan sebagai platform dakwah di alam maya. Akhirnya, interaksi WhatsApp perlu dilengkapi dengan kriteria dakwah supaya usaha-usaha penyebaran dakwah dapat memberi kesan kepada khalayak sasaran.

Rujukan

1. Ab. Aziz Bin Mohd Zin. 1997. *Dakwah di Malaysia dlm Pengantar Dakwah Islamiah*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
2. Abdul Rahman, K., Kasbun, R. & Mohd Suhaini, M. N. 2015. Perkembangan aplikasi mudah alih dalam penyebaran dakwah Islam. *Proceeding of International Conference on Information Technology & Society 2015* (June): 230–237.
3. Abdullah Hassan. 2007. *Komunikasi Berkesan dlm Berdakwah Dengan Efektif*. Selangor: PTS Publications & Distributors.
4. Ahad, A. D. & Lim, S. M. A. 2014. Convenience or Nuisance?: The “WhatsApp” Dilemma. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 155(October): 189–196. doi:10.1016/j.sbspro.2014.10.278
5. Ahmad Zahiruddin & Faisal. 2014. Membina Pengisian Berpengaruh Dalam Media Baharu Melalui Penulisan Dakwah. *Al-Hikmah* 6(2): 78–90.
6. Bouhnik, D., Dshen, M. & Gan, R. 2014. WhatsApp Goes to School/Mobile Instant Messaging between Teachers and Students. *Journal of Information Technology Education: Research* 13: 217–231. Retrieved from <http://www.jite.org/documents/Vol13/JITEv13ResearchP217-231Bouhnik0601.pdf>

7. Dar, Q. A., Ahmad, F., Ramzan, M., Khan, S. H., Ramzan, K., Ahmed, W. & Kamal, Z. 2017. Use of Social Media Tool “Whatsapp” in Medical Education 39–42.
8. Dr Engku Ahmad Zaki Bin Engku Alwi. 2007. *Membangun Modal Insan Melalui Pemantapan Akidah*. Kuala Lumpur: Jabatan Kemajuan Islam Malaysia.
9. Faizah, S.A, MA, H. Lalu Muchsin Effendi, Lc, M. 2006. *Psikologi Dakwah*. Jakarta: Rahmat Semesta.
10. Faradillah, I. O. & Samsudin, A. R. 2017. Penggunaan Internet dalam Kalangan Usahawan Wanita. *Journal Komunokasi* 33(3): 21–36.
11. Fatin Fatinah Manap, Fariza Khalid, A. A. K. 2013. Whatsapp sebagai Platfom M-Pembelajaran Dlm Rohaila Mohamed Rosly, Nabila Atika Razali & Nur Atikah Jamilluddin. (Editor) 71–79.
12. Hafiza Abas, Rahmah Lob Yussof, Zulkifli Tukiman, Aminudin Hehsan, B. M. N. & R. R. (n.d.). APPSPlatform Dakwah Untuk Generasi Y dan Z. Dlm. Bangi (pnyt.). *Prosiding Seminar Antarabangsa Dakwah Ke-3 : Dakwah Dalam Dunia Terhubung. Pnytg: Hasanah Binti Abd.Khafidz, Zainab Binti Ismail & Zulkefli Bin Aini.*, hlm. 2017. Jabatan Pengajian Dakwah dan Kepimpinan Fakulti Pengajian Islam Universiti Kebangsaan Malaysia.
13. Issa Omar Malecela. 2016. Usage of Whatsapp among Postgraduate Students of Kulliyah of Education, International Islamic University Malaysia. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science (IJAERS)* 321(10): 126–137. doi:10.22161/ijaers/310.21
14. Kumar, N. & Sharma, S. 2017. Survey Analysis on the usage and Impact of Whatsapp Messenger. *Global Journal of Enterprise Information System* 8(3): 52. doi:10.18311/gjeis/2016/15741
15. Manaf, S., Zaid, A. & Din, R. 2015. Aplikasi Mudah Alih Panduan Solat dan Penggunaannya= The User Guide of the Mobile Muslim Prayer Application. *Ulūm* 16: 43–61. Retrieved from <http://platform.almanhal.com/GoogleScholar/Details/?ID=2-90271>
16. Mohamed Nazul Ismail, Ellyza Karim, Manisah Mohd Shah, Normah Ab.Aziz, H. H. 2014. WhatsApp: Komuniti Maya dalam Teknologi Komunikasi Mudah Alih. *Sains Humanika* 1(3): 23–30.
17. Montag, C., Błazzkiewicz, K., Sariyska, R., Lachmann, B., Andone, I., Trendafilov, B., Eibes, M., et al. 2015. Smartphone usage in the 21st century: who is active on WhatsApp? *BMC Research Notes* 8(1): 331. doi:10.1186/s13104-015-1280-z
18. Muhamad Faisal Ashaari, Lily Yaacob, R. M. R. 2017. *Dinamisme Dakwah Menerusi Facebook, WhatsApp dan Instagram. Dlm. Muhamad Faisal Ashhari, Lily Yaacob & Rosmawati Mohamad Rasit. Dinamisme Islam & Dakwah Di alam Siber. hlm 98-111*. Bangi: Fakulti Pengajian Islam Universiti Kebangsaan Malaysia.
19. Nik Mohd Firdaus Nik Zainal Abidin, Farahwahida Mohd Yusof, N. H. 2014. Aplikasi Iphone: Antara Teknologi Maklumat dan Komunikasi, Media Sosial dan Sebaran Dakwah. *Sains Humanika* 2(1): 41–53. Retrieved from <http://www.sainshumanika.utm.my/index.php/sainshumanika/article/view/375>
20. Nor Faezah Mohd Hamidin. 2015. Penggunaan Aplikasi “WhatsApp” Dalam Pembelajaran & Pengajaran (P&P) DI KUIS. *e-proceeding of the Global Conference on Technology in Language Learning 2015*. (June): 145–152.
21. Prof.Dr.H. M. Yunan Yusuf. 2003. *Metode Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
22. Ronizam Ismail, Shahrul Niza Samsudin, Wahid Ab Sulaiman, Norzaimah Zainol, D. S. Z. 2015. Kajian Tinjauan Literatur Terhadap Aplikasi Mudah Alih Berunsurkan Islam “Islamic Mobile Apps” dlm 1st International Islamic Heritage Conference (Ishec 2015) Pnytg : Hasan Bahrom, S. Salahudin Suyurno, Abdul Qayuum Abdul Razak. *1ST INTERNATIONAL ISLAMIC HERITAGE CONFERENCE (ISHEC 2015)* 373–387.
23. Supantha Mukherjee. (n.d.). WhatsApp wants firms to be able to chat with clients using the app. 2017. <https://www.businesslive.co.za/bd/business-and-economy/2017-09-05-whatsapp-wants-firms-to-be-able-to-chat-with-clients-using-the-app/>
24. Tawiah, Y. S. 2014. Usage of WhatsApp and Voice Calls (Phone Call): Preference of Polytechnic Students in Ghana. *Science Journal of Business and Management* 2(4): 103. doi:10.11648/j.sjbm.20140204.11
25. Whatsapp Inc. 2013. How it work. <http://www.whatsapp.com/>
26. Zawiyah Mohamad Yusof. 2009. *Teknologi Maklumat dan Komunikasi dan Islam*. Selangor: Pearson Malaysia Sdn.Bhd.