

## Kriteria *Newsworthiness* dalam Entri *Facebook* Dakwah

### Newsworthiness Criteria in Propagation Facebook Entry

MUHAMAD FAISAL ASHAARI  
NUR ADHWA FARAHIN SAPARUDIN

#### ABSTRAK

*Artikel ini membincangkan lapan kriteria newsworthiness yang perlu wujud di dalam entri Facebook yang berorientasikan dakwah. Pada asasnya tugas seorang pendakwah ialah memahami masyarakat dan mengenal pasti isu-isu yang melibatkan pelanggaran dengan hukum Islam, kelemahan komitmen masyarakat terhadap nilai-nilai Islam dan salah faham tentang Islam yang berlaku dalam masyarakat. Bagi pendakwah menerusi Facebook pula berperanan mengetengahkan isu-isu menerusi laman sosial ini untuk memberikan kesedaran Islam khasnya kepada rakan Facebooknya. Bukan semua isu yang perlu diketengahkan tetapi isu-isu yang mempunyai sebahagian kriteria newsworthiness sahaja yang perlu dipilih kerana ia boleh menarik komen dan 'like' yang tinggi. Berdasarkan kepada analisis terhadap sepuluh entri bagi setiap Facebook tiga orang responden bergelar ustaz yang bergiat cergas dalam dakwah maya, empat kriteria newsworthiness yang kerap digunakan iaitu people, conflict, impact dan unusual*

*Keywords: Facebook, online propagation, Islam online, propagation, Islamic internet*

#### ABSTRACT

*This article discusses eight criteria of newsworthiness that should be embedded in the dakwah-oriented Facebook entries. Basically, the duty of propagator is to understand the community and identify issues that involve contrary to the Islamic law, the lack of the community's commitment to Islamic values and misunderstandings about Islam in the society. For the propagator through Facebook is to highlight these issues through the social networking site to create awareness of Islam. Not all issues to be addressed, only the issues that can attract high comment and 'like' from users that meet newsworthiness criteria. Based on the analysis of ten entries for Facebooks of three respondents, called as ustaz who has been active in the virtual dakwah, four criteria of newsworthiness are frequently used namely people, conflict, impact and unusual*

*Kata Kunci: Facebook, dakwah maya, online Islam, internet, dakwah, internet Islam*

#### PENDAHULUAN

*Facebook* merupakan media sosial yang boleh menghubungkan ramai individu dalam satu jaringan yang tidak mungkin dapat disatukan di dunia nyata dalam satu-satu masa. Perkembangan ini adalah manifestasi dari kewujudan masyarakat maya yang tidak lagi bergantung kepada komunikasi bersemuka (*face-to-face*) tetapi kepada komunikasi tanpa bersemuka (*faceless*). Antara kelebihan komunikasi menerusi medium ini menurut Siti Ezaleila & Azizah (2011) ialah pengguna ternyata bebas dan tidak langsung terikat dengan sebarang obligasi dan komitmen untuk mengekalkan sesuatu hubungan yang terjalin. Mereka bebas menyuarakan apa yang tersimpan dalam benak fikiran kerana medium terbentang luas di hadapan mereka. Dari sudut dakwah, medium ini memberikan suatu kelebihan kepada pendakwah untuk mengetengahkan

isu-isu yang berkaitan dengan kepentingan Islam berdasarkan kepada hasil pemerhatian mereka terhadap masyarakat. Isu-isu itu seperti isu yang melibatkan pelanggaran hukum Islam, kelemahan komitmen masyarakat terhadap nilai-nilai Islam dan salah faham tentang Islam yang berlaku di dalam masyarakat. Pendakwah yang baik tidak sekadar memerhatikan isu-isu itu tetapi berjaya mengenal pasti asas permasalahannya dan mengetengahkannya kepada masyarakat. Selain dari tujuan dakwah, ia juga melaksanakan perintah *amr ma'ruf* dan *nahy munkar*.

*Facebook* merupakan media sosial yang terbuka luas kepada pendakwah untuk mengetengahkan pemerhatian mereka terhadap isu-isu yang berlaku dalam masyarakat. Individu yang menjadi rakan (*friend*) kepada mereka dalam *Facebook* akan mendapat maklumat baru dari isu-isu yang dikemukakan. Mereka akan teruja sekiranya entri itu

berjaya menarik perhatian mereka. Bagi isu-isu yang menarik boleh mendorong mereka untuk memberikan komen atau menandakan 'like.' Terdapat halangan untuk mengetahui jumlah pembaca tetapi jumlah komen dan 'like' yang diberikan boleh dijadikan suatu tanda aras sama ada sesuatu entri itu mendapat perhatian atau sebaliknya. Dengan ini dapat dikatakan bahawa pendakwah yang sering mendapat komen dan 'like' yang tinggi boleh dianggap sebagai pendakwah maya yang berkesan.

Artikel ini membincangkan tentang kaedah mengenal pasti isu-isu dakwah yang berlaku dalam masyarakat yang boleh diketengahkan dalam entri *Facebook* untuk tujuan dakwah. Ia berdasarkan kepada kriteria *newsworthiness* yang pada asalnya menjadi panduan dalam penulisan sesebuah berita untuk menarik perhatian pembaca. Kriteria ini boleh digunakan oleh pendakwah bagi menjadikan entri dalam *Facebook* mendapat jumlah 'like' dan komen yang tinggi. Justeru, artikel ini menjelaskan nilai entri dakwah dalam *Facebook* yang dapat dikenal pasti menerusi *newsworthiness* yang boleh mendapatkan perhatian pengguna. Artikel ini membincangkan analisis terhadap *Facebook* tiga orang responden yang telah diambil sebagai sampel dalam menganalisis kriteria *newsworthiness* yang terdapat entri-entri mereka.

#### APLIKASI NEWSWORTHINESS DALAM DAKWAH FACEBOOK

Dakwah melalui komunikasi internet amat mencabar lantaran sasaran dakwah yang tidak berada di hadapan pendakwah. Sasaran mereka ialah seluas capaian internet itu sendiri yang menyebabkan kesukaran kepada mereka untuk mengenal pasti masalah yang dihadapi oleh kumpulan sasaran secara individu. Apa yang menjadi tumpuan kepada pendakwah maya ialah mengenal pasti masalah bersama yang dihadapi oleh kebanyakan anggota masyarakat. Mungkin juga terdapat masalah seseorang individu tetapi pendakwah menjangkakan bahawa masalah itu jugalah melanda banyak pihak dalam masyarakat. Oleh kerana masalah masyarakat terlalu banyak, maka masalah yang penting sahaja yang perlu diutarakan dalam *Facebook*. Kriteria *newsworthiness* boleh digunakan untuk memandu pendakwah bagi mengemukakan isu-isu yang penting yang berlaku dalam masyarakat. Pada asalnya, *newsworthiness* ialah kriteria yang diguna pakai dalam penulisan berita yang boleh malariskan sesebuah akhbar tetapi oleh kerana terdapat persamaan antara tujuan pemberitaan dan

*Facebook* dakwah, iaitu untuk mendapatkan perhatian dari pengguna, maka kriteria ini cuba diaplikasikan dalam *Facebook* dakwah.

Terdapat lebih dari sepuluh kriteria *newsworthiness* tetapi dalam artikel ini hanya lapan kriteria yang popular sahaja yang dipilih iaitu: *currency* atau *timeliness*, *unusual*, *significant*, *people*, *human interest*, *proximity*, *impact* dan *conflict* (Nor Azuwan 2008).

*Currency* atau *timeliness* merujuk kepada semasa, iaitu perkara yang berlaku pada ketika itu, bukan perkara yang sudah lepas atau akan datang. Dalam erti kata lain, kriteria ini berkaitan dengan penekanan kepada penyampaian maklumat semasa tentang peristiwa sosial, politik, ekonomi, pendidikan dan sebagainya. Sekiranya, perkara itu berlaku sehari atau dua hari lebih awal, *currency* merujuk kepada pengolahan perkembangan isu tersebut (Fedler 1993). Selain itu, sesuatu yang jarang berlaku tetapi mempunyai frekuensi turut melambangkan *currency*. Justeru, setiap entri perlu mengambil kira kesemasaan kerana setiap entri yang selaras dengan situasi semasa lebih mendapat perhatian berbanding sesuatu yang ketinggalan zaman ataupun belum berlaku. Sebagai contoh, saat umat Islam menyambut kedatangan bulan Zulhijjah, pendakwah membuat entri yang berkaitan dengan ibadah qurban dan ibadah haji.

*Unusual* ialah sesuatu yang luar biasa berlaku. Sesuatu yang melanggar rutin berpotensi menjadi sesuatu yang menarik dan membuka mata. Ciri ini berkaitan dengan peristiwa atau perkara yang sama ada menyimpang daripada kebiasaan atau tidak diduga (Fedler 1993). John B. Bogart (1880 dalam Bucker 1973) mengungkapkan ciri ini seperti berikut: Apabila seekor anjing menggigit manusia, itu bukanlah berita, tetapi apabila seorang manusia menggigit anjing itulah berita. Saiful Nujaimi Abdul Rahman (2009) pula mentakrifkan *unusual* sebagai sesuatu yang biasa tetapi gah. Dalam penulisan entri, jika entri itu sesuatu yang luar biasa, aneh, ganjil mahupun sesuatu yang jarang dihiraukan oleh orang lain, ia mampu menjadi suatu entri yang menarik. Dalam konteks dakwah, *unusual* itu bukan sahaja perkara yang pelik tetapi termasuklah perkara yang tidak diberikan perhatian oleh orang lain tetapi ia sesuatu yang penting seperti menyimpan patung yang berupa *plug* atau piala sebagai perhiasan. Ramai orang Islam tidak perasan bahawa ia bertentangan dengan ajaran Islam, malah terdapat ramai di kalangan mereka yang turut meletakkan patung berupa burung atau ayam sebagai hiasan di dalam landskap rumah mereka.

*Significant* ialah sesuatu isu yang sangat penting dan semua orang menumpukan perhatian padanya.

Ciri ini melibatkan sesuatu yang dapat memberi kesan, melibatkan atau menarik minat khalayak (Fedler 1993). Menurut Saiful (2009), sesuatu yang menepati keutamaan sesuatu kelompok mahupun individu juga dikatakan sebagai *significant*. Dalam konteks dakwah, *significant* ialah isu yang melibatkan pelanggaran hukum Allah SWT, menjauhkan diri dari rahmat Allah SWT atau melakukan dosa seperti dalam isu menyimpan patung di dalam rumah sebagai hiasan kerana malaikat tidak masuk rumah sebegini. Ini amat *significant* kerana sebagai orang Islam perlu mengalu-alukan kedatangan malaikat dan menutup pintu kepada syaitan.

*People* pula adalah sesuatu isu itu berkaitan dengan kehidupan manusia. Berbanding dengan haiwan dan tumbuh-tumbuhan mahupun benda, orang ramai sudah tentu lebih memberi perhatian kepada sesuatu yang berkaitan dengan diri mereka. Dalam konteks dakwah, *people* itu ialah seperti *posting* berkaitan dengan anak-anak, perjalanan hidup sebagai pendakwah atau isu-isu yang berkaitan dengan kepentingan manusia, bukan binatang atau tumbuhan.

*Human interest* ialah sesuatu isu yang dibangkitkan hendaklah merupakan sesuatu yang diminati ramai. Umar Nur Zain (1992) mengatakan bahawa kriteria ini merujuk kepada sesuatu yang menyentuh perasaan manusia. Ia juga berkaitan dengan pengalaman orang lain yang mampu memberi kesempatan kepada para pembaca untuk turut sama merasakannya (A. Samad 1966). Sesuatu yang menarik minat juga boleh terjadi melalui pembacaan, pembaca akan berfikir tentangnya dan bertindak mengikut rasional perkara itu (Md. Salleh 1985). Sebagai contoh, seorang anak melihat ibu bapanya meninggal dunia kerana kemalangan di hadapan matanya sendiri. Hal tersebut mampu menyentuh hati dan menimbulkan simpati manusia kepada anak tersebut (Umar 1992). Elemen ini termasuk juga sesuatu yang menjadi kegilaan masyarakat seperti rancangan hiburan, *gadget* mahupun permainan yang diminati ramai orang. Membuat penulisan dalam isu seperti ini boleh menarik perhatian ramai. Dalam konteks dakwah, *human interest* itu ialah seperti isu berkaitan kepimpinan negara, artis, bola sepak, pembunuhan kejam, kesihatan dan isu kenaikan harga barang yang ke semuanya itu diulas dari perspektif dakwah.

*Proximity* ialah perkara yang dekat dengan hal ehwal setempat, sosioekonomi mahupun geografi sesuatu tempat (Fedler 1993). *Proximity* juga bermaksud sesuatu yang berkaitan dengan budaya setempat seperti upacara perayaan setempat yang

unik (Saiful 2009). Dalam konteks dakwah, *proximity* ialah isu-isu yang dekat dengan sasaran dakwah khasnya berkaitan dengan personaliti mereka sendiri yang mungkin menyentuh keegoan, kealpaan tentang hukum-hakam dan kegiatan seharian mereka.

*Conflict* merujuk kepada konflik yang berlaku dalam kehidupan seharian yang mencetuskan konflik dalaman mahupun luaran. Misalnya, peperangan, pergaduhan, jenayah atau pertengkaran sesama manusia (Sulaiman 1983). Konflik seringkali wujud di mahkamah, sidang mesyuarat, ketika perlawanan sukan, pilihan raya dan sebagainya. Konflik juga boleh berlaku dalam diri manusia apabila manusia menghadapi dilema antara sesuatu perkara dengan perkara yang lain. Dalam konteks dakwah, *conflict* luaran ialah seperti isu keistimewaan orang Melayu, persaingan parti politik dan konflik antara negara. Manakala *conflict* dalaman ialah yang berkaitan dengan nafsu manusia itu sendiri dalam membuat pilihan tindakan setiap hari.

*Impact* pula ialah sesuatu yang boleh memberi kesan kuat dalam kehidupan manusia. Sebagai contoh, sesuatu penyakit yang berbahaya atau sedang merebak dengan cepat mahupun sesuatu penemuan baru yang memberi faedah atau manfaat kepada kesinambungan hidup manusia (Umar 1992). Seringkali jika status entri merupakan sesuatu yang memberi impak kepada manusia sekeliling mampu membuatkan ia meresap jauh ke dalam sanubari pembaca atau pengguna *Facebook* dan mampu dijadikan sebagai satu anjakan paradigma kepada seseorang individu. Dalam konteks dakwah, *impact* ialah seperti isu murtad, perceraian dan pembunuhan.

Kesemua kriteria di atas merupakan panduan kepada pendakwah untuk mengenal pasti manakah isu-isu yang penting untuk diketengahkan ke dalam masyarakat. Sentuhan yang matang kepada isu-isu tersebut dan yang memenuhi sebahagian dari kriteria di atas boleh menarik perhatian pembaca. Ini kerana pendakwah persis penjual idea yang menjaja ideanya ke sana dan ke mari. Sekiranya ideanya itu dikomen oleh pembaca maka seperti barangan jualannya telah pun laku walaupun komen yang diberikan itu negatif. Apa yang penting dalam jualan idea ialah mendapat perhatian dan juga sambutan. Sekiranya pembaca meletakkan '*like*,' bermakna ideanya itu menarik tetapi sekiranya pembaca tidak mengendulkannya maka idea bukan sahaja tidak laku tetapi tiada peminatnya. Malahan, selepas tahap mengenal pasti isu-isu dakwah ialah tahap pengolahan isu-isu tersebut dengan uslub dan kaedah yang seperti provokatif, penerangan dan sebagainya.

## ISU-ISU DAKWAH DALAM FACEBOOK

Analisis telah dilakukan terhadap tiga puluh entri yang diambil daripada sepuluh entri dari setiap Facebook tiga responden yang aktif berdakwah secara maya, iaitu Zahazan bin Mohamed, Pahrol Mohd Juoi dan Hasrizal bin Abdul Jamil. Tiga puluh entri bagi setiap Facebook ini merupakan entri yang mendapat komen yang tertinggi dalam tempoh dua bulan mulai 1 Oktober 2011 sehingga 30 November 2011. Pemilihan mereka sebagai sampel kajian berasaskan kepada *purposive sampling* kerana kajian ini merupakan kajian rintis. Hasil dapatan dalam kajian ini akan membuka kajian yang lebih mendalam lagi dalam penggunaan Facebook untuk dakwah. Analisis dilakukan terhadap setiap entri tersebut berdasarkan kepada kriteria 'newsworthiness' seperti yang dibincangkan di atas. Dalam artikel ini, ulasan bagi setiap entri hanya dilakukan kepada tiga entri yang mendapat komen terbanyak sahaja bagi setiap responden.

### FACEBOOK ZAHAZAN

Analisis mendapati entri Zahazan menerima komen yang sangat memberangsangkan seperti dalam Jadual 1. Entri pertama tertinggi menunjukkan 700 komen yang diterima dan kriteria yang menjadikan komen tersebut sangat popular adalah *unusual*, *significant*, *proximity* dan *impact*. Manakala entri kedua tertinggi mempunyai elemen *unusual* dengan penerimaan komen sebanyak 422. Akhir sekali, entri ketiga mengumpulkan 346 komen dan mengandungi kriteria *people*, *proximity* dan *impact*.

JADUAL 1: Jumlah Komen dan Kriteria Entri Zahazan

Entri	Komen	Kriteria <i>newsworthiness</i>
1	700	<i>Unusual, significant, proximity, impact</i>
2	422	<i>Unusual</i>
3	346	<i>People, Proximity, Impact</i>
4	337	<i>Unusual, People, Proximity</i>
5	174	<i>Significant, impact, people</i>
6	172	<i>People, impact, conflict, significant</i>
7	136	<i>Significant, People, conflict</i>
8	127	<i>Significant, People, Impact, Conflict, Human interest</i>
9	108	<i>People, Significant, Conflict, Impact</i>
10	87	<i>People, Conflict, Impact, Significant</i>

Entri yang pertama mempunyai kriteria *unusual*, *significant*, *proximity* dan *impact*. Entri ini menyentuh tentang kepentingan memahami maksud bacaan dalam

solat, iaitu ketika duduk di antara dua sujud. Perkara ini merupakan isu yang mempunyai *impact* kerana ia melibatkan solat tetapi tidak selalu dibincangkan kerana ia dianggap sesuatu yang semua sudah sedia maklum dan faham akan kewajipan dan fadilat solat itu sendiri. Tarikan terhadap isu ini mungkin disebabkan oleh ramai orang yang tidak faham bahasa Arab dan seterusnya tidak mengetahui bacaan dalam solat. Ini merupakan isu yang *significant* kerana ia melibatkan khusyuk iaitu roh kepada solat itu sendiri.

Entri kedua pula menyeru mengamalkan solat sunat Duha. Entri ini mempunyai kriteria *unusual* kerana ramai yang kurang sedar bahawa antara kelebihan solat Duha ialah memurahkan rezeki dan memudahkan segala urusan. Ramai yang percaya bahawa usahanya sendiri yang mungkin memberikan kesan tetapi kurang sedar tentang bahawa pergantungan harap pada Allah SWT antaranya menerusi solat Duha juga amat penting.

Seterusnya, entri Zahazan yang menerima komen ketiga terbanyak ialah mengenai petua yang dianjurkan Rasulullah SAW untuk mengubati dan mengelakkan penyakit kronik iaitu dengan qiamullail. Entri tersebut mempunyai kriteria *people*, *proximity* dan *impact*. Semua sedia tahu, bahawa penyakit yang sering menghidap orang ramai seperti kanser, kencing manis, darah tinggi dan sebagainya merupakan penyakit yang selalu menyebabkan kematian dan kos rawatan yang tinggi. Justeru, entri sebegini mengandungi unsur yang dekat dengan kehidupan manusia dan mampu memberikan kesan yang besar kerana tidak semua orang tahu berkenaan hal tersebut dan secara tidak langsung memberi satu kesedaran kepada semua pembaca.

Berdasarkan Jadual 1, entri yang mendapat komen tertinggi dalam Facebook Zahazan selama dua bulan menggunakan kriteria *people* iaitu sebanyak 5 entri daripada 10 entri yang dipilih. Manakala, entri yang menekankan kriteria *impact* dan *significant* setara iaitu sebanyak 4 entri mengandungi elemen tersebut. Selain itu, sebanyak 3 entri beliau menggunakan kriteria *unusual* dan *proximity*. Kriteria *conflict* dan *current* pula setara sebanyak 2 entri. Akhir sekali, beliau didapati tidak menggunakan elemen *human interest* bagi menarik pengguna memberi komen kepada entri beliau.

### FACEBOOK HASRIZAL

Analisis mendapati entri Hasrizal menerima komen yang sangat baik seperti dalam Jadual 2. Jumlah komen yang tertinggi ialah sebanyak 71 komen yang mempunyai kriteria *people*, *conflict* dan *impact*.

Manakala entri kedua terbanyak ialah dengan 29 komen yang mempunyai kriteria *people*, *conflict* dan *human interest*. Seterusnya, entri ketiga yang juga menerima 29 komen mengandungi kriteria *people*, *current* dan *human interest*.

JADUAL 2: Jumlah Komen dan Kriteria Entri Hasrizal

Entri	Komen	Kriteria <i>newsworthiness</i>
1	71	<i>People, Conflict, Impact</i>
2	29	<i>People, Conflict, Human Interest</i>
3	29	<i>People, Conflict, Human Interest</i>
4	24	<i>Unusual, People</i>
5	23	<i>People, conflict, impact, human Interest</i>
6	22	<i>People, Current</i>
7	21	<i>Unusual</i>
8	20	<i>People, Conflict, Unusual</i>
9	20	<i>People, Current, Human interest, Conflict, Unusual</i>
10	12	<i>Conflict</i>

Entri yang mendapat komen terbanyak ialah mengenai kenyataan beliau yang menggesa semua rakan Facebook beliau terlibat dalam perbincangan atas setiap entri yang beliau utarakan. Beliau mempunyai hampir 5000 orang rakan tetapi jarang ada Facebooker yang mempertikaikan keterlibatan rakan-rakannya dalam perbincangan. Ini bermakna, beliau mampu menimbulkan *conflict* secara tidak langsung dalam diri rakan Facebooknya. Ini boleh memberikan *impact* yang boleh menggerakkan hati mereka untuk memberi respons kepada entri ini kerana selama ini mereka hanya mendiamkan diri. Justeru, secara tidak langsung, ia berjaya menarik perhatian dan menerima komen yang terbanyak.

Seterusnya, entri yang mendapat komen kedua terbanyak iaitu 29 komen ialah tentang luahan hati beliau berkenaan sikap anaknya yang lebih rela dirotan daripada pergi ke sekolah. Entri itu jelas berkaitan dengan kehidupan manusia seharian dan merupakan *conflict* yang sering dihadapi oleh para ibu bapa. Walaupun isu yang ditonjolkan itu bersifat peribadi tetapi ia turut merupakan masalah yang dihadapi oleh hampir semua ibu bapa iaitu berhadapan dengan sikap anak-anak. Entri ini mempunyai *impact* kerana kesilapan dalam melayan dan menguruskan anak-anak boleh membawa kesan yang negatif apabila besar nanti. Orang ramai tertarik untuk turut memberi respons terhadap perkara itu kerana ramai ibu bapa ingin berkongsi pengalaman yang sama.

Entri yang mendapat komen ketiga terbanyak iaitu 29 komen ialah berkenaan kemusykilan beliau

apabila ada insan yang sengaja menggunakan nama beliau untuk bermain permainan *angry bird*. Bagi beliau, sungguhpun dia ada mengungkapkannya di dalam Facebooknya yang menunjukkan bahawa ia juga bermain *angry bird*, tetapi ia tidak boleh dijadikan sebagai alasan bagi orang lain untuk mengabsahkan permainan ini. Dengan kata lain, janganlah disebabkan beliau bermain *angry bird*, maka orang lain pun boleh main. Entri ini berkaitan dengan *people*, *human interest* dan *current*. Dewasa ini, permainan *angry bird* menjadi permainan kegilaan bukan sahaja para remaja dan kanak-kanak, malah orang dewasa. Dengan menyetengahkan isu tersebut, ramai yang berminat untuk membaca entri tersebut dan merespon lontaran kenyataan beliau.

Berdasarkan kepada Jadual 2, jelas menunjukkan Hasrizal menggunakan kriteria *people* dalam hampir kesemua 10 entri beliau yang dipilih iaitu sebanyak 8 entri. Kriteria *conflict* juga menjadi elemen utama pilihan beliau iaitu sebanyak 6 entri. Analisis juga menunjukkan kriteria *human interest* mendapat tempat dalam 5 entri daripada 10 entri yang dipilih. Kriteria *unusual* dan *current* setara sebanyak 3 entri mengandungi elemen ini. Beliau tidak ketinggalan memasukkan kriteria *impact* dalam entri beliau iaitu sebanyak 2 entri mengandungi elemen tersebut. Akhir sekali, 1 entri menggunakan kriteria *significant* dan beliau tidak langsung memasukkan kriteria *proximity* dalam semua entri beliau yang dipilih.

#### FACEBOOK PAHROL

Analisis mendapati Facebook Pahrol turut mendapat sambutan yang baik. Jadual 3 di bawah menjelaskan komen tertinggi beliau ialah sebanyak 15 komen yang mempunyai kriteria *people* dan *conflict*. Seterusnya, entri kedua tertinggi berjaya mengumpulkan sebanyak 14 komen yang mempunyai kriteria *unusual*, *impact*,

JADUAL 3: Jumlah Komen dan Kriteria Entri Pahrol

Entri	Komen	Kriteria <i>newsworthiness</i>
1	15	<i>People, Conflict</i>
2	14	<i>Unusual, Impact, People, Proximity, Conflict</i>
3	13	<i>Current, People</i>
4	12	<i>Unusual, People</i>
5	9	<i>People, Current, Proximity, Conflict</i>
6	9	<i>Current, People</i>
7	8	<i>People, Human Interest, Impact</i>
8	8	<i>People, Human Interest</i>
9	7	<i>Unusual, Impact, People</i>
10	7	<i>People, Impact</i>

*people*, *proximity* dan *conflict*. Akhir sekali, entri ketiga tertinggi ialah yang mengandungi kriteria *current* dan *people* dan menerima sebanyak 13 komen.

Entri yang mendapat komen tertinggi iaitu sebanyak 15 komen beliau menceritakan tentang cara mengubati hati dan jiwa manusia yang terluka akibat ujian yang menimpa. Entri ini mengandungi kriteria *conflict* dan *people*. Sudah tentu, para pengguna akan merasa dekat untuk mengirim komen-komen mereka kepada entri ini kerana ia berkaitan dengan kehidupan seharian manusia. Setiap orang menghadapi masalah, rintangan malahan tragedi dalam hidup dan bagaimana untuk pulih daripada setiap tragedi yang berlaku amat sukar dan memerlukan masa yang panjang. Pahrol menekankan konsep reda dan bertawakal dengan bersungguh-sungguh kepada Allah SWT untuk menenangkan hati setiap kali menimpa ujian daripada-Nya. Konflik hidup manusia seperti ini jelas menarik minat para pengguna yang lain dan berkesan untuk memastikan setiap yang membaca entri tersebut tergerak hati untuk memberi komen dan reaksi.

Entri kedua pula dengan bilangan komen sebanyak 14 mengenai pepatah yang sering kali dijadikan azimat cinta iaitu ‘dari mata turun ke hati.’ Jika mata diperlukan untuk jatuh cinta bagaimana mungkin cinta hakiki kepada Yang Esa mampu diraih? Entri ini mengandungi kriteria ‘*newsworthiness*’ yang agak banyak iaitu *unusual*, *conflict*, *impact*, *people* dan *proximity*. Entri ini ternyata mempunyai aspek *unusual* yang tersendiri, kerana tanpa disedari, istilah cinta itu hadir dengan melihat kepada yang dicintai tidak relevan untuk digambarkan dalam mendambakan cinta Ilahi. Ia menimbulkan sedikit *conflict* kepada *users* yang lain dan huraian yang beliau berikan ternyata memberikan *impact* yang mendalam kepada para pengguna *Facebook* yang lain justeru menyentuh hati serta menarik minat mereka untuk memberi maklum balas terhadap entri tersebut dengan mencatatkan komen-komen yang pelbagai. Hakikatnya, beliau menekankan kepentingan cinta kepada Pencipta yang hakiki. Mata sama sekali tidak diperlukan tetapi hati yang diperlukan untuk mencintai.

Entri ketiga beliau pula menerima komen sebanyak 13 berkaitan kenapa Allah SWT sengaja mengekalkan sesuatu masalah itu kepada sesetengah hambanya iaitu agar kita sentiasa bersabar dan bersyukur kerana setiap ujian menandakan bahawa Allah SWT ingin agar kita sentiasa mengingati-Nya dan berterusan memohon keampunan daripada-Nya. Entri ini mengandungi kriteria *current* dan *people* kerana beliau turut menyelitkan ucapan salam Aidil

Adha bertepatan dengan ‘*mood*’ umat Islam ketika entri tersebut dikirim iaitu sambutan Hari Raya Aidiladha.

Pahrol Mohamad Juoi sangat menekankan kriteria *people* dalam setiap entri beliau, iaitu semua 10 entri yang dipilih mencatatkan catatan yang berkaitan dengan kehidupan manusia sekeliling. Beliau juga tidak ketinggalan menggunakan elemen *impact* dalam 4 entri yang mendapat komen tertinggi. Kriteria *unusual* dan *conflict* pula digunakan dalam 3 entri beliau. Selain itu, beliau menggunakan elemen *human interest* dan *proximity* dalam 2 entri beliau. Akhir sekali, didapati tiada langsung entri popular beliau menggunakan kriteria *current* dan *significant*.

#### ANALISIS KRITERIA NEWSWORTHINESS

Kajian mendapati dari 8 kriteria *newsworthiness*, terdapat 4 sahaja kriteria yang kerap digunakan iaitu *people*, *conflict*, *impact* dan *unsual* seperti yang dijelaskan dalam Jadual 4. *People* merupakan kriteria yang paling banyak digunakan iaitu sebanyak 23 entri daripada 30 entri. Kriteria kedua dan ketiga tertinggi yang sering digunakan dalam entri para pendakwah yang dipilih ialah *conflict* iaitu sebanyak 11 entri dan *impact* sebanyak 10 entri. *Unusual* hanya menerima sebanyak 9 entri dan *human interest* menerima sebanyak 7 entri sahaja. Manakala *current*, *significant* dan *proximity* merupakan kriteria yang paling sedikit digunakan iaitu sebanyak 5 entri sahaja.

JADUAL 4: Kekerapan Kriteria yang digunakan dalam Entri

Bil.	Kriteria	Jumlah
1	<i>People</i>	23
2	<i>Conflict</i>	11
3	<i>Impact</i>	10
4	<i>Unusual</i>	9
5	<i>Human interest</i>	7
6	<i>Currency</i>	5
7	<i>Significant</i>	5
8	<i>Proximity</i>	5

*Current* atau *timeliness* ialah kriteria entri yang dikirim bertepatan dengan masa atau keadaan tersebut. Dengan erti kata lain, entri yang dikirim untuk memberi respons kepada isu semasa yang sedang berlaku dan hangat diperbincangkan. Selain itu, elemen atau kriteria *proximity* atau *significant* tidak kurang pentingnya dalam menarik minat para

pengguna *Facebook* yang lain dalam merespons dan mengatakan komen atas setiap entri yang dikirim oleh pendakwah. Namun, ia kurang diketengahkan ketika pendakwah yang dipilih mengirim entri status mereka. Ini mungkin disebabkan pada hakikatnya elemen tersebut secara tersirat ada di setiap entri mereka. Contohnya, semua entri pendakwah mengandungi elemen *proximity* iaitu entri yang dekat dengan umat Islam dan masyarakat di Malaysia dan semua entri mereka *significant* atau penting dalam kehidupan seharian setiap manusia.

### KESIMPULAN

Peranan *Facebook* sebagai satu medium dakwah dilihat sebagai peluang baik bagi mengoptimumkan variasi penyebaran dakwah melalui komunikasi media internet. Ia memberi ruang interaksi pendakwah dengan lebih dekat lagi. Justeru, ia perlu digunakan untuk mengetengahkan isu-isu dakwah yang berlaku dalam masyarakat berdasarkan kriteria *newsworthiness* kerana boleh menarik perhatian ramai pengguna *Facebook*. Sekiranya, entri mendapat jumlah komen yang banyak dan juga ‘like’ maka dapat dikatakan bahawa apa yang cuba disampaikan oleh para pendakwah itu diambil cakna oleh para pengguna yang lain dan mereka mengambil peluang turut sama terlibat dalam perbincangan setiap entri tersebut. Kajian ini mendapati *people, conflict, impact* dan *unsual* kerap digunakan. Walau bagaimanapun, ia merupakan kajian awal yang belum lagi dikaitkan dengan jumlah rakan *Facebook* dan saiz sampel yang sedikit. Walau bagaimanapun, ia boleh dijadikan asas untuk mengenal pasti kriteria isu-isu dakwah yang boleh diketengahkan dalam *Facebook* pendakwah maya.

### RUJUKAN

- Fedler, F. 1993. *Reporting for the Print Media*. USA: Harcourt Brace Jovanovich.
- Md. Salleh Kassim. 1985. *Kewartawanan Teori dan Praktis*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Nasrul Amri Samsudin. 2009. *Rahsia Pemasaran Facebook: Membongkar Rahsia Menjana Wang dengan Facebook*. Kuala Lumpur: Truewealth.
- Nor Azuwan Yaakob. 2008. *Retorik Kewartawanan Melayu Akhbar Berita Harian*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Saiful Nujaimi Abdul Rahman. 2009. *Kewartawanan Malaysia Praktis dan Cabaran dalam Era Revolusi Digital*. Selangor: Prentice Hall Pearson Malaysia Sdn. Bhd.
- Samad Ismail, A. 1966. *Kursus wartawan*. Melaka: Toko Buku Abbas Bandung.
- Siti Ezaleila Mustafa dan Azizah Hamzah. 2011. Jaringan sosial dalam talian sebagai ‘tempat ketiga’: trend penggunaannya di Malaysia: Proceedings of International Conference on Media and Communication (Mention2011), hlm. 1-18.
- Sulaiman Masri. 1983. *Panduan Menulis Berita dan Rencana*. Kuala Lumpur: Penerbitan Sarjana (M) Sdn. Bhd.
- Umar Nur Zain. 1982. *Penulisan Features*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Muhamad Faisal Ashaari, Ph.D  
Nur Adhwa Farahin Saparudin, Ph.D  
Jabatan Pengajian Dakwah dan Kepimpinan  
Fakulti Pengajian Islam  
Universiti Kebangsaan Malaysia  
myfaisal@gmail.com