

## PENGLIBATAN DIGITAL: AKSES DAN PENGGUNAAN E-AGAMA DALAM KALANGAN GENERASI MUDA MUSLIM

UMAR HALIM & SAMSUDIN A. RAHIM  
UNIVERSITI KEBANGSAAN MALAYSIA

### **Abstrak**

Internet mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dan pengguna internet di dunia sekarang ini telah mencecah angka 2 billion orang. Dari segi fungsinya, internet bukan sahaja menjadi saluran berkomunikasi tetapi juga berfungsi sebagai sumber maklumat termasuklah maklumat yang berkaitan dengan keagamaan. Telah dilaporkan bahawa terdapat 36 juta laman web yang berkaitan dengan agama-agama besar di dunia ini. Kajian ini bermatlamat untuk mengenal pasti akses dan penggunaan e-agama sebagai fenomena penglibatan digital dalam kalangan generasi Muslim. Kajian ini dijalankan dengan melibatkan 392 generasi Muslim di Jakarta, Indonesia. Responden yang ditemu bual adalah mereka yang sudah memiliki akses internet sama ada di rumah, lingkungan tempat kerja atau belajar, dan diwarung yang menyediakan fasiliti internet. Hasil kajian ini mendapati bahawa akses internet dalam kalangan generasi muda adalah tinggi, dan sebanyak 93 peratus responden telah memanfaatkan internet untuk melayari laman web e-agama. Faktor yang menyokong generasi muda Muslim melayari laman web e-agama adalah motivasi teknologi. Manakala latar pendidikan agama, motivasi mental dan motivasi persekitaran tidak menjadi faktor yang mempengaruhi penggunaan e-agama. Kajian ini juga mendapati bahawa mereka yang kerap mengakses e-agama, secara signifikan akan dapat mencari maklumat berkaitan dengan isu Islam seperti hukum, menunaikan haji dan umrah, isu-isu semasa dalam Islam dan dunia Muslim, sejarah Nabi dan mendapatkan nasihat mengenai jodoh dan tafsiran hukum Islam.

**Kata Kunci:** *jurang digital; penglibatan digital; e-agama; generasi muda; akses*

## DIGITAL INCLUSION: ACCESS AND USAGE OF E-RELIGION AMONG MUSLIM YOUTHS

### **Abstract**

The internet has experienced a phenomenal growth and now has about 2 billion users worldwide. The internet serves both as a communication medium and as a resource for a wide range of information including those related to religion. It is reported that there are about 36 million websites related to major religions of the world. This study focuses on young generation of Muslims' access and usage of e-religion websites as a phenomenon of digital inclusion. A total of 392 respondents between the ages of 18-25 years old were interviewed in Jakarta, Indonesia. All respondents have access to internet either at home, place of work or at the internet stalls. The results suggest that internet access is high among the young generation and 93% admitted to have made attempts to surfing e-religion websites regularly. The main contributing factor that encourage young generation of Muslims to surf the e-religion websites is the technological motivation. Religious background as well as psychological motivation and mental motivation are not good predictors of e-religion usage. Those who have access to e-religion significantly seeks information on various issues related to Islam such as those concerning Islamic law, pilgrimage to Mecca, current issues in Islam and Muslim world, biography of prophets and getting advice on marriage and interpretation of Islamic laws.

**Keywords:** *digital divide; digital inclusion; e-religion; youths; access*

### **PENDAHULUAN**

Internet adalah produk teknologi maklumat dan komunikasi semasa yang memiliki kepelbagaian fungsi berbanding dengan produk teknologi sebelum ini (Yuliar, Berker, Wiyati & Santoso 2001). Kepelbagaian fungsi tersebut adalah faktor penyokong meningkatnya pengguna internet sebanyak 480 peratus mulai

tahun 2000 sehingga pada tahun 2011 ini di mana terdapat 2 billion pengguna Internet di seluruh dunia (Internet Word Statistik 2011). Peningkatan pengguna internet juga memberikan impak terhadap wujudnya kepelbagaian kandungan dalam internet. Pada akhirnya kandungan internet tidak hanya berkaitan dengan ilmu sains, kesihatan, pendidikan, bisnes, politik (OECD 2001; Belawati 2003; Mclever 2004), tetapi juga membawa pelbagai maklumat tentang ajaran pelbagai agama (Bunt 2003; Graf 2008).

Di kawasan negara-negara Amerika, Afrika dan Asia, pengguna internet telah memanfaatkan internet sebagai sumber untuk melakukan aktiviti keagamaan. Dalam kalangan pengguna internet dewasa di Amerika Syarikat, mereka yang telah memanfaatkan internet untuk aktiviti keagamaan mencecah 25 peratus di tahun 2000 (Larsen 2001) kemudian meningkat menjadi 65 peratus di akhir tahun 2003 (Hoover, Clark & Rainie 2004). Meningkatnya individu yang memanfaatkan internet untuk aktiviti keagamaan setidaknya juga menyokong banyaknya laman web keagamaan. Melalui mesin pencarian sahaja perkataan “religion” dapat menghasilkan lebih 36 juta laman web (McKenna & West 2007). Sejumlah 6 juta laman web adalah mengenai agama Kristian, 2 juta mengenai agama Yahudi dan selebihnya mengenai agama Islam, Hindu, Buddha dan lain-lain.

Dengan banyaknya laman web mengenai keagamaan, perkara ini dapat memudahkan para pengguna internet mengakses mana-mana maklumat yang mereka perlukan. Internet juga dapat memberikan kemudahan berkongsi pengetahuan, kepercayaan, persoalan hidup dan nilai-nilai agama melalui forum keagamaan (McKenna et al. 2007; Piela 2010; Lerner 2010). Shirley, Lee dan Shahira (2008) mendapati bahawa dalam kalangan orang Islam di Singapura, mereka telah memanfaatkan internet untuk meluahkan pendapat mereka untuk menyebarkan agama Islam dan ajarannya, muat turun atau angkat naik maklumat isu Islam, membeli buku-buku Islam, dan menanyakan soalan berkaitan dengan ajaran agama melalui email.

Di Mesir, Ohmania (2010) mendapati pengguna internet dalam kalangan orang Islam telah memanfaatkan internet sebagai medium diskusi berkaitan dengan isu demokrasi mahupun Islam. Piela (2010) telah mengkaji pengguna internet daripada kalangan wanita Muslim di Amerika Syarikat dan mendapati bahawa para pengguna internet memanfaatkan internet untuk berkomunikasi, mendidik diri sendiri, dan berdiskusi untuk memahami pelbagai perbezaan yang terdapat dalam Islam. Sementara itu Lo dan Aziz (2000) mendapati pengguna internet daripada kalangan penganut agama Islam di Amerika Syarikat telah memanfaatkan internet untuk mengatasi cabaran sama ada dalam bentuk ruang mahupun budaya kerana mereka terdedah kepada diskriminasi sebagai penganut agama minoriti.

Kepelbagaian faedah tersebut dapat memberikan peluang yang besar bagi para pengguna internet untuk menambah pengetahuan dan memahami agama mereka secara mendalam. Dengan kemudahan yang dapat diperoleh daripada

internet, waktu bukan lagi menjadi alasan untuk tidak mempelajari ajaran agama. Sebelum era teknologi internet berkembang, ajaran Islam boleh kita dapatkan melalui pengajian di masjid, TV atau radio yang lazimnya perlu mengikut waktu dan jadual yang telah ditetapkan.. Sumber agama melalui majalah pula ada ketikanya liputan isunya agak terbatas. Begitu juga dengan buku-buku Islam yang mengambil banyak masa untuk mencarinya (Umar & Samsudin 2011).

Dalam konteks semasa, pelbagai isu agama khususnya yang berkaitan dengan agama Islam, boleh kita peroleh dengan mudah dan pantas. Setidaknya dengan kemunculan internet, medium untuk mempelajari agama juga bertambah. Namun demikian dalam mempelajari agama bimbingan seorang guru tetap diperlukan untuk menghindari kemungkinan kita mengikuti ajaran yang sesat dan tidak berlandaskan dengan lunas-lunas agama yang betul. Ini disebabkan kandungan ilmu tentang agama Islam mempunyai pelbagai mazhab dan aliran yang disebarkan dalam alam maya ini.

Meskipun e-agama mudah diperoleh dalam internet, perkara tersebut tidak menjadi jaminan para pengguna internet dengan sendirinya akan mengakses aplikasi e-agama. Ini disebabkan kemunculan internet pada asasnya juga menimbulkan masalah jurang digital iaitu tidak mempunyai kesamarataan akses. Mereka yang tidak dapat mengakses internet tidak akan merasakan pelbagai faedah yang boleh diperoleh daripada internet. Jurang digital juga wujud kerana untuk membolehkan seseorang individu mengakses internet ia mesti memiliki motivasi, penggunaan dan kapasiti keilmuan. Jurang digital juga wujud disebabkan oleh kemahiran dalam mengoperasi internet (Dijk 2005).

Wujudnya jurang yang disebabkan oleh kemunculan internet lebih dikenali dengan istilah jurang digital (Dijk 2005; OECD 2010). Norris (2001) mentakrifkan jurang digital sebagai segala perbezaan dalam talian komuniti. Jurang digital dapat dikenal pasti melalui beberapa pemboleh ubah. Dijk (2006) menghuraikan bahawa jurang digital wujud disebabkan aspek motivasi, akses terhadap perkakasan dan perisian, kemahiran, dan penggunaan. Manakala Mossberger, Tolbert dan Stansbury (2003) mengaitkan jurang digital dengan peluang akses dan kemahiran. Sementara Servon (2001) melihat kemahiran pengguna internet lebih kepada bagaimana mereka mengoperasi, memilih dan memproses sesuatu maklumat untuk tujuan tertentu. Begitu juga dengan Crampton (2003) dan Hargittai (2008), mereka melihat pemboleh ubah kemahiran sebagai faktor yang dapat menyebabkan wujudnya jurang pengetahuan.

Huraian di atas menunjukkan bahawa dalam kalangan pengguna internet jurang digital boleh wujud disebabkan oleh kemahiran yang rendah. Akibatnya adalah akses kepada internet yang mereka lakukan tidak akan banyak memberikan faedah. Namun demikian kemahiran juga bukan faktor utama untuk membolehkan seseorang individu menggunakan aplikasi dalam internet secara berfaedah. Ini disebabkan motivasi individu yang berkaiatan dengan keperluan dan minat akan menjadi pendorong menggunakan internet secara

berfaedah (Severin & Tankard 2008).

Pada awal kemunculan internet, motivasi digunakan untuk sebagai pemboleh ubah yang boleh mendorong individu untuk memiliki komputer dan akses kepada perkhidmatan internet. Dalam era akses kepada internet telah meluas, motivasi digunakan sebagai faktor yang menyokong seseorang menggunakan aplikasi tertentu dalam internet. Untuk itu motivasi juga kerap dihubungkan dengan faktor demografi pengguna sama ada faktor jantina, umur atau pendidikan memberikan motivasi yang berlaianan untuk menggunakan internet (Dijk 2005; Hargittai 2008).

Barnzag, Heim dan Karahasanovic (2011) mendapati bahawa dalam kalangan remaja usia antara 16-24 tahun di Eropah lebih kerap memanfaatkan internet untuk aktiviti hiburan berbanding dengan penggunaan aplikasi yang lain. Manakala Wahid (2005) mendapati golongan wanita di Indonesia menggunakan internet lebih kepada kepentingan khusus berbanding dengan lelaki yang menggunakan internet lebih kepada penggunaan yang bersifat teknik seperti mencoba perkakasan dan perisian, dan penggunaan untuk hiburan.

Berkaitan dengan pemanfaatan internet untuk aktiviti keagamaan para sarjana menghubungkan kepada aspek motivasi. Shirley et al. (2008) mengkaji faktor motivasi untuk melihat keterlibatan pengguna internet dalam kalangan Muslim di Singapura terhadap isu-isu keagamaan dalam internet. Dengan menggunakan teori tindakan yang direncanakan, mereka mendapati bahawa tekanan sosial daripada lingkungan komuniti atau organisasi keagamaan, keberkesanan internet dalam diri, dan tingkat ibadah adalah faktor-faktor yang menyokong para pengguna untuk melibatkan diri terhadap aktiviti keagamaan dalam internet, sama ada mencari lokasi masjid, menghantar email berkaitan dengan keagamaan mahupun membaca maklumat keagamaan.

Hoover et al. (2004) mendapati keterlibatan pengguna internet terhadap aktiviti keagamaan adalah disebabkan oleh motivasi untuk menyokong kepercayaan dan keimanan terhadap agama yang telah mereka yakini. Dalam kajiannya, mereka juga mendapati bahawa dalam kalangan pengguna internet di Amerika Syarikat sebanyak 68 peratus telah memanfaatkan internet untuk aktiviti keagamaan. Di mana sebelum itu, Larsen (2001) mendapati pada awal tahun 2000 pengguna internet yang elah melibatkan diri dengan aktiviti keagamaan dalam internet adalah dalam lingkungan 25 peratus sahaja iaitu satu peningkatan sebanyak 43 peratus dalam waktu tiga tahun. Selari dengan itu McKenna et al. (2007) juga mendapati majoriti pengguna internet memanfaatkan forum keagamaan dalam talian adalah disokong oleh faktor motivasi untuk menguatkan keyakinan terhadap agama mereka.

Artikel ini secara umum meninjau isu penglibatan digital di mana pengguna internet menggunakan sumber internet untuk menfaatkan diri mereka. Dalam konteks ini adakah generasi muda Muslim di Indonesia menggunakan internet untuk mencari maklumat berkaitan dengan agama mereka bagi meningkatkan kesejahteraan hidup sebagai orang yang beragama Islam. Selain itu artikel ini

juga meninjau apakah faktor yang mempengaruhi mereka untuk mengakses maklumat mengenai keagamaan.

## **KAEDAH KAJIAN**

Kajian ini telah menggunakan kaedah survei dengan menemu bual 392 responden yang terdiri daripada pelajar Universitas Indonesia (UI) dan Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia. Pengumpulan data telah dilakukan pada 3 hingga 19 Mac 2011. Keseluruhan responden yang ditemu bual adalah dalam lingkungan umur 18-25 tahun.

Jumlah sampel daripada Universitas Indonesia adalah 49 peratus dan selebihnya sebanyak 51 peratus adalah daripada UIN Syarif Hidayatullah. Berdasarkan jantina, sebanyak 51 peratus adalah lelaki dan 49 peratus adalah perempuan. Manakala, jika ditinjau daripada latar belakang pendidikan agama, sebanyak 42 peratus responden pernah menuntut dalam bidang pendidikan agama di pondok pesantren (*Islamic Boarding School*). Sebanyak 58 peratus responden tidak pernah menuntut pendidikan agama di pondok pesantren.

Kajian ini telah menggunakan beberapa konstruk yang ukurnya adalah seperti berikut:

### **Akses perkhidmatan internet**

Dalam kajian ini *akses perkhidmatan internet* bermaksud jumlah jam yang digunakan oleh responden untuk mengakses internet dalam seminggu. Konstruk ini diukur dengan bertanya kepada responden “Berapa kerap anda mengakses internet dalam satu minggu?”. Terdapat 4 kategori jawapan yang diberikan, iaitu kurang daripada 3 jam, 4 hingga 7 jam, 8 hingga 11 jam, 12 hingga 14 jam, dan lebih 15 jam.

### **Motivasi akses internet**

Motivasi akses internet mempunyai tiga dimensi iaitu motivasi persekitaran, motivasi mental dan motivasi teknologi. Motivasi persekitaran bermaksud sama ada wujud sokongan orang lain untuk melayari laman e-agama melalui internet. Manakala motivasi mental bermaksud untuk mengetahui sama ada wujud keyakinan dan keselesaan individu terhadap maklumat keagamaan dalam internet sehingga mereka melayari e-agama. Sementara motivasi teknologi bermaksud sama ada wujud perasaan perlu terhadap maklumat keagamaan, dan menganggap teknologi internet adalah teknologi canggih yang dapat membantu ke arah usaha tersebut. Ketiga-tiga dimensi diukur dengan 12 item. Kategori jawapan yang diberikan adalah ‘sangat tidak setuju’, ‘tidak setuju’, ‘kurang setuju’, ‘setuju’ dan ‘sangat tidak setuju’.

Dimensi motivasi teknologi diukur melalui 6 item dengan Cronbach’ alpha .74. Dimensi motivasi persekitaran menggunakan 4 item dengan nilai Cronbach’

alpha .72. Seterusnya dimensi motivasi mental menggunakan 2 item dengan nilai Cronbach' alpha .72.

### **Penggunaan aplikasi e-agama**

Pemboleh ubah *penggunaan aplikasi e-agama* bermaksud sejauh mana responden menggunakan aplikasi e-agama. Untuk mengukurnya, responden telah ditanya: Sejauh mana anda memanfaatkan internet untuk melayari laman web Agama Islam? Kategori jawapan yang diberikan adalah 'tidak pernah', 'sekali-sekala', 'kerap', dan 'sangat kerap'.

### **Akses maklumat isu Islam**

Pemboleh ubah *akses maklumat isu Islam* bertujuan untuk mengenal pasti isu-isu berkaitan dengan Islam yang menjadi tumpuan dan kerap dilayari oleh para responden. Beberapa isu yang diberikan adalah berkaitan dengan isu hukum fiqah, solat, zakat, infak dan sedekah (ZIS), Haji, Umrah, sejarah dan berkaitan dengan kehidupan semasa. Kategori jawapan yang diberikan kepada responden adalah 'tidak pernah', 'sekali-sekala', 'kerap', dan 'sangat kerap'.

### **Akses laman web Islam**

Kajian ini juga telah mengukur laman web Islam yang kerap dilayari oleh para responden. Soalan yang ditanya kepada responden adalah berapa kerap anda mengakses laman web Islam berikut? Laman web yang menjadi ukuran adalah laman web yang mewakili organisasi Islam yang umum dikenal oleh masyarakat Indonesia, laman web yang memiliki identiti kepada tokoh agama yang dikenal, dan laman web Islam yang sememangnya telah diakses oleh ramai orang. Kategori jawapan adalah: 'tidak pernah', 'sekali-sekala', 'kerap', dan 'sangat kerap'.

## **HASIL KAJIAN**

Kajian ini mendapati sejumlah 32 peratus responden mengakses internet antara 4 hingga 7 jam dalam seminggu. Sejumlah 20 peratus lagi hanya mengakses internet kurang daripada 3 jam seminggu. Responden yang mengakses internet lebih daripada 15 jam dalam seminggu adalah 20 peratus. Peratusan yang lebih kecil iaitu sebanyak 15 peratus responden pula mengakses akses internet antara 8 hingga 11 jam dalam seminggu. Sementara responden yang memiliki akses terhadap internet antara 12 hingga 14 jam adalah sebanyak 13 peratus.

Seterusnya kajian ini meninjau tentang akses terhadap e-agama. Data menunjukkan sejumlah 48 peratus responden kerap menggunakan aplikasi e-agama dan lapan peratus lagi mengaksesnya dengan sangat kerap. Sejumlah 37 responden lagi mengakses aplikasi e-agama secara sekali-sekala. Sedangkan responden yang tidak pernah mengakses aplikasi e-agama adalah tujuh peratus

sahaja.

**Jadual 1: Akses internet dan e-agama**

	(%)
Akses internet	
< 3jam	20
4 hingga 7 jam	32
8 hingga 11 jam	15
12 hingga 14 jam	13
> 15 jam	20
Penggunaan e-agama	
Tidak pernah	7
Sekali-sekala	37
Kerap	48
Sangat kerap	8

Data seterusnya adalah berkaitan dengan isu-isu Islam yang diakses oleh para responden. Daripada pelbagai isu yang dikemukakan, isu berkaitan dengan agama dan kehidupan adalah isu yang kerap dicari oleh para responden (64%), diikuti oleh isu yang berkaitan dengan isu semasa agama (51%), sejarah nabi-nabi (49%) dan isu berkaitan dengan masalah hukum atau fiqah (44%). Sementara itu terdapat beberapa isu yang kurang dicari adalah yang berkaitan dengan bimbingan mencari jodoh (18%), berkaitan dengan doa (27%) dan isu berkaitan dengan haji dan umrah (28%).

**Jadual 2: Isu-isu Islam dalam Internet**

ISU	Tidak Pernah %	Sekali-sekala %	Kerap %
Masalah hukum/fiqah	12	44	44
Masalah Salat (macam, cara dan doanya)	18	47	35
Zakat, infak, sedekah, wasiat dan waris	18	49	33
Mengenai Puasa	18	47	35
Mengenai Haji dan Umrah	21	51	28
Ajaran agama berkaitan dengan kehidupan	9	27	64
Sejarah tentang Islam (para nabi, sahabat, khalifah, dll)	14	37	49
Mengenai aliran dalam Islam	15	47	38
Mengenai isu semasa	16	33	51
Macam-macam Doa	21	52	27



Konsultasi kehidupan (jodoh, pergaulan dll)	37	45	18
Konsultasi mengenai hukum-hukum agama	28	40	32
Kebenaran dan Bukti Al-Quran	21	42	37

Responden juga ditanya tentang laman web Islam yang kerap dilayari. Secara keseluruhan responden tidak menunjukkan minat yang mendalam terhadap laman web Islam kerana kadar yang melayarinya secara kerap adalah sangat rendah. Kajian ini mendapati laman *www.dakwatuna.com* adalah laman web yang lebih kerap dilayari (16 peratus), disusuli oleh laman *www.nu.or.id* (12 peratus) dan laman *www.wisatahati.com* (9 peratus). Sementara laman *www.ujecentre.com* adalah laman yang sedikit dilayari secara kerap (2 peratus). Laman-laman web lain yang kurang dilayari adalah *www.dakta.com* (4 peratus) dan *www.nurulmusthofa.org* (6 peratus).

**Jadual 3: Laman web Islam**

LAMAN WEB	Tidak Pernah %	Sekali-sekala %	Kerap %
<i>www.ujecentre.com</i>	82	16	2
<i>www.wisatahati.com</i>	62	29	9
<i>www.dakta.com</i>	76	20	4
<i>www.majelisrosulullah.org</i>	67	25	8
<i>www.nurulmustofa.org</i>	74	20	6
<i>www.hidayatullah.com</i>	65	26	9
<i>www.muhammadiyah.or.id</i>	69	24	7
<i>www.nu.or.id</i>	66	22	12
<i>www.dakwatuna.com</i>	59	25	16

### **Hubungan antara akses perkhidmatan internet dengan penggunaan e-agama**

Kajian ini ingin melihat sama ada akses kepada internet dalam kalangan generasi muda Islam dengan sendirinya akan membuat mereka ingin mengakses maklumat tentang agama Islam yang boleh diperolehi melalui internet. Data dalam Jadual 4 menunjukkan nilai  $X^2 = 6.40$  adalah tidak signifikan di aras  $p < 0.05$ . Ini bermaksud bahawa penggunaan maklumat agama melalui internet bukanlah secara automatik dalam kalangan mereka yang ada akses kepada internet.

**Jadual 4: Akses dan Penggunaan e-agama**

	X <sup>2</sup>
<b>Akses internet dengan penggunaan e-agama</b>	
e-agama	6.40
<b>Motivasi dengan penggunaan e-agama</b>	
Motivasi Persekitaran	5.31
Motivasi Mental	1.37
Motivasi Teknologi	9.45*
<b>Pendidikan agama dengan penggunaan e-agama</b>	
e-agama	2.02
<b>Guna E-Agama dengan Akses Maklumat Islam</b>	
Masalah hukum/fiqah	91.81*
Masalah Solat (macam, cara dan doanya)	84.61*
Zakat, infak, sodaqoh, wasiat dan waris	65.69*
Mengenai Puasa	57.15*
Mengenai Haji dan Umrah	62.75*
Ajaran agama berkaitan dengan kehidupan	75.73*
Sejarah tentang Islam (Nabi, sahabat, khalifah, dll)	67.03*
Mengenai aliran dalam Islam	88.44*
Mengenai isu semasa	63.01*
Macam-macam Doa	58.88*
Konsultasi kehidupan (jodoh, pergaulan dll)	23.57*
Konsultasi mengenai hukum-hukum agama	46.95*
Kebenaran dan Bukti Al-Quran	46.00*

\*sig p<0.05

### **Hubungan antara motivasi penggunaan internet dengan penggunaan e-agama**

Kajian ini juga ingin meninjau dimensi motivasi yang manakah menjadi pendorong utama untuk generasi muda Islam mengakses kepada e-agama. Data dalam Jadual 4 menunjukkan bahawa hanya dimensi motivasi teknologi sahaja ( $x^2 = 9.45$ ) yang mempunyai hubungan yang signifikan dengan penggunaan e-agama di aras  $p < 0.05$ . Ini menunjukkan akses kepada e-agama adalah terikat dengan dorongan kepada keserasian teknologi. Seseorang individu mestilah boleh dan mempunyai keupayaan untuk memahami teknologi internet untuk membolehkan dirinya mengakses maklumat daripada e-agama. Ujian khi kuasa dua tidak menunjukkan bahawa motivasi mental dan motivasi psikologi menjadi pendorong kepada penggunaan e-agama secara signifikan.

## **Hubungan antara latar pendidikan agama dengan penggunaan e-agama**

Kajian ini juga meninjau sama ada latarbelakang pendidikan agama akan mempengaruhi seseorang itu untuk menggunakan ruang e-agama. Nilai khi kuasa dua yang diperolehi ( $X^2 = 2.02$ ) menunjukkan hubungan itu tidak signifikan di aras  $p < 0.05$ . Ini jelas menunjukkan latar belakang pendidikan agama tidak semestinya menjadi pendorong seseorang itu untuk menggunakan e-agama.

## **Hubungan antara penggunaan e-agama dengan akses maklumat Islam**

Kajian ini juga telah menguji hubungan penggunaan e-agama dengan akses kepada maklumat Islam. Data menunjukkan secara keseluruhan penggunaan e-agama mempunyai hubungan yang signifikan dengan akses maklumat Islam di aras  $p < 0.05$ . Ini bermaksud akses kepada e-agama juga membantu mereka untuk memperolehi maklumat berkaitan dengan agama Islam seperti hukum fiqah, masalah solat, sedekah dan zakat, mengenai haji dan umrah dan juga mendapatkan rundingan cara mengenai mencari jodoh, dan masalah berkaitan dengan hukum agama.

## **RUMUSAN**

Perkembangan teknologi komunikasi dan maklumat terutamanya internet mestilah dimanfaat sepenuhnya. Isu mengenai akses dan jurang digital antara negara, wilayah atau antara orang perseorang sudah pun dapat diatasi. Yang lebih menjadi isu sekarang ini adalah penglibatan digital iaitu sejauh manakah individu dapat memanfaatkan internet untuk kebaikan diri mereka sendiri. Dalam konteks kajian ini, generasi muda Muslim di Jakarta, Indonesia, telah memanfaatkan internet untuk menggunakan e-agama. Tahap mengakses perkhidmatan internet tidak menjadi faktor yang menentukan seseorang menggunakan e-agama. Kajian ini mendapati bahawa faktor yang mendorong individu untuk menggunakan e-agama adalah motivasi teknologi. Dengan demikian selama masyarakat masih merasakan internet adalah sumber yang kos perkhidmatannya mahal, belum percaya terhadap maklumat dalam internet, dan tidak merasakan perlu maklumat keagamaan, maka tahap penggunaan e-agama akan tetap kekal rendah.

Untuk mendorong pengguna internet mengakses isu keagamaan, terlebih dahulu mestilah ditingkatkan perasaan tentang kepentingan maklumat keagamaan dalam hidup mereka. Jika maklumat keagamaan sudah dianggap penting maka akan timbul keperluan untuk mengakses maklumat keagamaan tersebut. Selari dengan dapatan kajian di mana isu agama yang menjadi tumpuan adalah berkaitan dengan isu kehidupan, ini menunjukkan bahawa isu tersebut dirasai lebih penting oleh responden sehingga kekerapan mengakses

isu tersebut juga tinggi. Perkara yang dapat mendorong wujudnya perasaan penting terhadap maklumat keagamaan adalah faktor lingkungan sama ada melalui keterlibatan dengan organisasi keagamaan mahupun persahabatan. Dengan demikian pertumbuhan organisasi keagamaan juga mesti disokong dan dikembangkan.

## **PENGHARGAAN**

Kajian untuk artikel ini adalah sebahagian daripada Projek UKM-SK-05-FRGS 0078-2009

### **About the authors**

**Umar Halim** is the Honorary Secretary of Nadlatul Ulama Malaysia Branch and is currently a graduate student at the School of Media and Communication Studies, Faculty of Social Sciences and Humanities, Universiti Kebangsaan Malaysia.

**Samsudin A. Rahim** is a Professor in Communication at the same School and is currently the Director of Youth Empowerment Centre, Universiti Kebangsaan Malaysia. The authors can be contacted at [umar\\_hutagalung@yahoo.co.id](mailto:umar_hutagalung@yahoo.co.id), and [samsudinukm@gmail.com](mailto:samsudinukm@gmail.com).

## RUJUKAN

- Belawati, W. (2003). ICT Use in Indonesia. *UNESCO Meta-Survey on the Use of Technologies in Education*, 89-93.
- Brantzraq, P.B, Heim, J., & Karahasonic, A. (2001). Understanding the New Digital Divide: A Typology of Internet Users in Europe. *International Journal of Human Computer Studies*. Volume 69.
- Bunt, G.R. (2003). *Islam in the digital Age: E-Jihad, Online Fatwas and Cyber Islamic Environment*. Virginia: Pluto Press.
- Crampton, J.W. (2003). *The Political Mapping of Cyberspace*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Dutta, R. (2009). Information Needs and Information-Seeking Behavior in Developing Countries: A Review of the Research. *The International Information & Library Review*, 41, 44-51.
- Fathul Wahid. (2005). Apakah Perempuan Indonesia Terbelakang Dalam Adopsi Internet?: Temuan Empiris. *Teknoin*, Vol 10. No. 3, 209-224.
- Graf, B. (2008). Islam Online.net: Independent, Interactive, Popular. *Arab & Media Society*.
- Hargittai, E. (2008). Digital inequality: Differences in young adults' use of internet. *Communication Research*. Vol. 35-5, 602-621.
- Hoover, S.M., Clark, L.S. & Rainie, L. (2004). Faith Online. *Pew Internet & American Life Project*. www.pewInternet.org. International Telecommunication Union. 2002. *Kretek Internet: Indonesia Case Study*.
- Lerner, M.L. (2010). Connecting the Actual with the Virtual: The Internet and Social Movement Theory in the Muslim World-The Cases of Iran and Egypt. *Journal of Muslim Minority Affairs*, Vol 30, 555-574.
- Larsen, E. (2001). CyberFaith: How American Pursue Religion Online. *Pew Internet & American Live Project*.
- Levi Mayang Sari & Samsudin A. Rahim. (2011). Periklanan Internet: Faktor Pendorong Yang Merangsang Pembelian

Produk Kecantikan. *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication*. Vol 27 (1): 1-17.

Lo, M. & Aziz, T. (2009). Muslim Marriage Goes Online: The Use of Internet matchmaking by American Muslims. *Journal of Religion & Popular Culture*, Vol. 21 (3).

Mossberger, K., Tolbert, C. J., & Stansbury, M. (2003). *Virtual Inequality: Beyond the Digital Divide*. Washington DC. Goergetown University Press.

McKenna, K., & West, J. (2007). Give Me that Online-Time Religion: The role of the Internet in Spiritual Life. *Computer in Human Behavior*, 23, 942-954.

McIver, W. (2004). Global Perspectives on the Information Society. Dlm. Brennan, L. L., & Johnson, V.E (pnyt.). 2004. *Social, Ethical, and Policy Implications of Information Technology*. USA: Information Science Publishing.

Norris, P. (2001). *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. USA: Cambridge University Press.

OECD. (2000). Understanding The Digital Divide. *OECD Digital Economy Papers*, No. 49.

Ohmania. (2010). Internet and the Egyptian Public Sphere. *Africa development*, Vol. XXXV, No,4: 195-209.

Piela, A. (2010). Muslim Women's Online Discussions of Gender Relation in Islam. *Journal of Muslim Minority Affairs*, 30: 3, 425-435.

Severin, W. & Tankard, J. (2008). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. (Terjm.) Edisi ke-5. Cet. 3. Jakarta: Kencana.

Servon, L., & Nelson, K. (2001). Community technology centers: Narrowing the digital divide in lo-income, urban communities. *Journal of Urban Affairs*.23: 2790-290.

Shirley, Ho, Waipeng Lee & Shahiraa Sahul Hamed. (2008). Muslim

Surfers on the Internet: Using the Theory of Planned Behavior to Examine the Factors Influencing Engagement in Online Religious Activities. *New Media and Society*. Vol. 10: 93-113

Sonny Y, Joshua, D.B., Leonie, T.W., & Slamet, S. (2001). *Memotret Telematika Indonesia Menyongsong Masyarakat Informasi Nusantara*. Bandung: Pustaka Hidayah.

The World Internet Statistic. April 2011. <http://www.internetworldstats.com/stats3.htm>. Akses pada 2 Dis 2011.

Umar Halim & Samsudin A. Rahim. (2011). Merapatkan Jurang Digital: Akses dan Partisipasi terhadap Informasi Ke-Islaman. *Prosiding Pembangunan, Psikologi dan Masalah Sosial*. Hal 318-330. Seminar Internasional Serumpun V. Makasar 8-9 Juni 2011.

Van Dijk, J. (2006). Digital Divide Research, Achievements and Shortcomings. *POETICS*. 34. 221-235.

Van Dijk, J. (2005). *The Deepening Divide: Inequality in The Information Society*. London: Sage Publication.