

Aplikasi Iphone: Antara Teknologi Maklumat dan Komunikasi, Media Sosial dan Sebaran Dakwah

Nik Mohd Firdaus Nik Zainal Abidin^a, Farahwahida Mohd Yusof^{b*}, Nurshuhadak Hehsan^a

^aFakulti Tamadun Islam, Universiti Teknologi Malaysia, 81310 UTM Johor Bahru, Johor, Malaysia

^bPusat Penyelidikan Fiqh Sains & Teknologi (CFIRST), Universiti Teknologi Malaysia, 81310 UTM Johor Bahru, Johor, Malaysia

*Corresponding author: farahwamy@utm.my

Abstract

In the recent years, the world has witnessed the long-term growth in the field of Information and Communication Technology (ICT). Information and Communication Technology (ICT) has become a common entity in all corners of life. With the age that almost reaches 20 years, the expansion of the use of ICT from the root has changed the procedures and execution of all forms of business and enforcement. Now, with the advancement of Internet technology and mobile devices such as smart phones iPhone and Samsung Galaxy Pad tablets, for example, exchange of ideas, information sharing and data communication can be performed anywhere more easily and quickly. The available built applications and applications that are built by third parties for the smart phones and tablets provide search engine and access real-time information. Technology at your finger tips is getting easy with the increase of social networking sites that allow the dissemination and sharing of information methodically and safe. This is important to expand missionary efforts online. In order to ensure the missionary disseminated online successfully, a combination of a general missionary model has been provided in the form of an XML representation.

Keywords: Information and Communication Technology (ICT); Internet technology; iPhone and application; Social Networking Sites (SNS); missionary dissemination

Abstrak

Beberapa tahun kebelakangan ini, dunia telah menyaksikan pertumbuhan jangka panjang dalam bidang Komunikasi dan Teknologi Maklumat (ICT). Komunikasi dan Teknologi Maklumat (ICT) telah menjadi entiti biasa di dalam segenap penjuru kehidupan. Dengan usia yang menjangkau hampir lebih 20 tahun, perluasan penggunaan ICT secara akarnya telah mengubah prosedur dan pelaksanaan semua bentuk perniagaan dan penguatkuasaan. Kini, dengan kemajuan teknologi Internet serta peralatan mudah alih seperti telefon pintar iPhone dan tablet Samsung Galaxy Pad umpamanya, pertukaran idea, perkongsian maklumat dan komunikasi data boleh dilakukan di mana-mana dengan lebih mudah dan cepat. Aplikasi binaan tersedia dan aplikasi yang dibina oleh pihak ketiga bagi telefon pintar serta tablet ini menyediakan enjin carian dan capaian maklumat secara masa nyata. Teknologi di hujung jari ini bertambah mudah dengan adanya laman rangkaian sosial yang membenarkan sebaran dan perkongsian maklumat dilakukan secara tersusun dan selamat. Hal ini penting dalam mengembangkan usaha dakwah secara atas-talian. Dalam memastikan sebaran dakwah atas-talian berjaya disampaikan, satu gabungan model dakwah yang umum telah disediakan dalam bentuk perwakilan XML.

Kata kunci: Komunikasi dan Teknologi Maklumat (ICT); teknologi Internet; iPhone dan aplikasi; Laman Rangkaian Sosial (SNS); sebaran dakwah

© 2014 Penerbit UTM Press. All rights reserved

1.0 PENGENALAN

Iphone dan aplikasi adalah merupakan peranti komunikasi dan perisian aplikasi yang memudahkan penggunanya menjalankan tugas-tugas seharian. Selain daripada berkomunikasi, iPhone juga dikenali sebagai telefon pintar kerana mengintegrasikan kamera, fungsi teks, peti suara, pemain media dan juga pelayar web. iPhone generasi pertama telah dilancarkan oleh Steve Jobs, Ketua Pegawai Eksekutif Apple pada 9 Januari 2007. (Honan, Mathew (January 9, 2007). "Apple unveils iPhone". Macworld.) [1].

Sehingga tahun 2012, terdapat sebanyak lima generasi iPhone dikeluarkan oleh syarikat Apple dan di pertengahan tahun 2008 sebanyak 500,000 aplikasi pihak ketiga telah diluluskan untuk pasaran Apple Store [2].

Ciri-ciri iPhone sebagai peranti teknologi masa kini dilihat menjadikan teknologi sebagai salah satu media yang fleksibel untuk berdakwah.

1.1 Carian Terdahulu

Carian berkenaan kaitan antara teknologi dan Islam telah menemukan sejumlah artikel, jurnal dan kertas kerja yang berhubung kait dengan teknologi dan Islam. Namun begitu, hasil dapatan ini menunjukkan bahawa: i. Tidak ada kertas kerja yang menerangkan secara terperinci hubung kait di antara teknologi Internet, rangkaian laman media sosial dan sebaran dakwah; ii. Tidak ada sebarang penerbitan kertas kerja

yang menjelaskan perhubungan aplikasi telefon pintar iPhone dan rangka kerja (framework) secara terus dengan laman media sosial; iii: bagaimana teknologi iPhone dan aplikasi bertindak sebagai media penyokong dalam membantu penyampaian dakwah yang berkesan. Walaupun begitu, terdapat banyak kertas kerja yang menerangkan kepentingan media sosial, internet dan teknologi maklumat kepada komuniti masyarakat. Selain itu, terdapat juga kertas kerja yang memperjelaskan perhubungan di antara teknologi dengan merujuk kepada sumber sahih seperti al Quran dan as-Sunnah.

■2.0 TEKNOLOGI MAKLUMAT DAN KOMUNIKASI

Di abad ke 21, teknologi maklumat dilihat sebagai tulang belakang atau perantara yang berperanan menghubungkan manusia dengan maklumat. Istilah teknologi maklumat adalah satu dahan kejuruteraan yang berurusan dengan penggunaan komputer dan telekomunikasi untuk menyimpan, menerima dan memindahkan maklumat. (Information Technology, Wikipedia, capaian April 2012) [3]. Istilah Teknologi Maklumat dan Komunikasi adalah merupakan sinonim lanjutan atau tambahan kepada Teknologi Maklumat (ICT, Oxford Dictionary Online, capaian April 2012) [4]. Istilah ini lebih meluas dan lebih umum daripada istilah Teknologi Maklumat dengan penambahan dan integrasi perkhidmatan komunikasi masa-nyata. Sebagai contoh, perkhidmatan chat, telefoni alamat IP, persidangan video, perkongsian data, emel suara dan Sistem Pesanan Ringkas (SMS). Teknologi Komunikasi dan Maklumat meliputi telekomunikasi, media sebaran, semua jenis transmisi dan pemprosesan audio dan video, kawalan berasaskan rangkaian dan fungsi pemantauan dan Teknologi Maklumat.

Teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) adalah suatu kuasa yang telah mengubah banyak aspek cara hidup kita. Banyak lapangan yang telah mengintegrasikan Teknologi Maklumat dan Komunikasi, menjadikan ICT sebagai kekuatan dan seterusnya menambah impak ICT sepanjang tiga abad kebelakangan ini (Carnoy, Martin. "ICT in Education: Possibilities and Challenges." University Oberta de Catalunya, 2005) [5]. Sebagai contoh, bidang atau lapangan pengajaran dan pembelajaran, perubahan, pelancongan, perniagaan, perundangan, perbankan dan kejuruteraan. Dengan kemudahan fasiliti berinternet dan juga internet tanpa wayar, akses kepada maklumat kini boleh dilakukan di hujung jari sahaja dan pada bila-bila masa.

■3.0 PENGARUH TEKNOLOGI MAKLUMAT

Pengaruh kemajuan teknologi maklumat dapat dilihat dengan ketara melalui kayu pengukur Indeks Pembangunan ICT (IDI) di peringkat antarabangsa dan juga di dalam negara. Selain itu, kemajuan teknologi maklumat juga dapat dikenal pasti melalui kadar pertumbuhan maklumat antarabangsa dan dalam negara. Sejak tahun 2005, khususnya di negara yang sedang membangun, di mana ketepuan pasaran talian-tetap telah diambil alih oleh syarikat telefon bimbit selular. Di negara maju, pertumbuhan telefon bimbit selular telah mencatatkan hampir kepada 100 peratus, dengan peningkatan rendah sebanyak 1 peratus pada setiap tahun. Manakala di negara yang membangun, tanggapan terhadap perkhidmatan telefon bimbit selular masih lagi sedang meningkat dengan kadar sebanyak 20 peratus setahun, tanpa menunjukkan kadar penurunan [6].

Capaian Internet jalur-lebar tanpa wayar adalah salah satu sektor yang berkembang pesat. Di Malaysia sebagai contoh, permintaan kepada capaian jalur-lebar tanpa wayar meningkat sejak rangkaian Internet 4G diperkenalkan. Bermula dengan peranti berwayar untuk mengakses Internet. pengguna mula bertukar kepada peranti tanpa wayar sebagai ganti untuk mengakses Internet. Malahan, pelbagai peranti lain turut menggunakan teknologi tanpa wayar sebagai ganti kepada teknologi lama. Rangkaian Internet 4G adalah lebih laju dan stabil jika dibandingkan dengan rangkaian Internet berwayar 56 Kbps.

Bilangan pengguna Internet juga turut meningkat sejak lima tahun kebelakangan ini dan data sedia ada telah merekodkan sehingga hampir 2 bilion pengguna Internet sedunia. Kadar pertumbuhan pengguna Internet di negara sedang membangun adalah tinggi, sebagai contoh, di China, Brazil, India, Nigeria dan Kesatuan Rusia. Pada penghujung tahun 2010, sebanyak 30 peratus populasi dunia telah berada di dalam talian—berbeza dengan pada tahun 2003, hanya 12 peratus sahaja [7].

Capaian Internet juga boleh didapati di mana-mana seperti di hospital, sekolah, muzium, institusi pengajian tinggi, dan juga pusat kajian.

Peratusan isi rumah yang mempunyai capaian ke Internet mengalami pertumbuhan yang stabil, khususnya di negara sedang membangun, di mana sekitar 16 peratus isi rumah mempunyai capaian ke Internet menjelang penghujung tahun 2010, dan sebanyak 66 peratus di negara-negara maju [8].

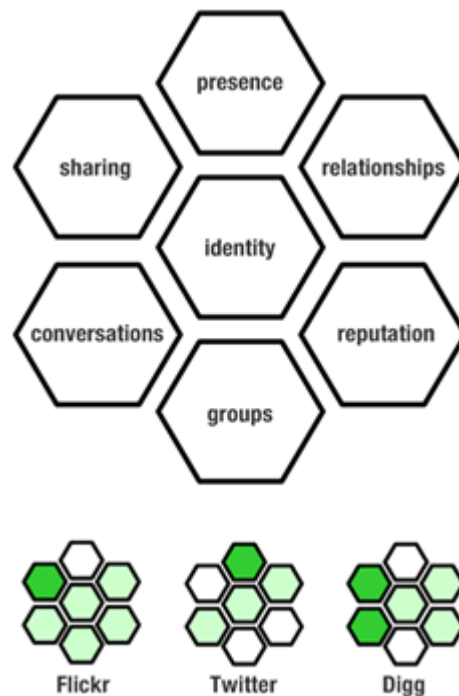
Salah satu faktor yang menyumbang kepada peningkatan pengguna internet adalah kemunculan peranti mudah alih yang baru (telefon pintar dan tablet komputer). Peranti mudah alih kini diminati ramai kerana berkebolehan melayari Internet di kawasan yang mempunyai rangkaian jalur lebar berkelajuan tinggi. Walaupun peranti mudah alih yang baru mempunyai kekurangan dari segi harga yang agak mahal yang menjadikannya sukar untuk dimiliki. Namun begitu, isu mengenai kekangan tidak timbul kerana kini telah terdapat pelbagai model dan jenama telefon pintar di pasaran. Sebagai contoh, model telefon pintar Nokia E71 hanya berharga sekitar RM 380 [9].

■4.0 MEDIA SOSIAL DAN PENGARUHNYA

Menurut definisi webopedia, laman rangkaian sosial atau SNS adalah ungkapan yang digunakan untuk menggambarkan sebarang laman web yang membolehkan pengguna untuk mewujudkan profil awam dalam laman sesawang itu dan berhubung dengan pengguna lain laman sesawang yang sama yang dapat mengakses profil mereka. Laman rangkaian sosial boleh digunakan untuk menerangkan laman sesawang berasaskan komuniti, forum perbincangan dalam talian, ruang chat dan lain-lain ruang sosial dalam talian [10]. Manakala menurut laman sesawang Wikipedia, definisi laman rangkaian sosial membawa maksud satu perkhidmatan rangkaian sosial adalah perkhidmatan dalam talian, platform, ataulaman web yang memberi tumpuan kepada memudahkan pembinaan rangkaian sosial atau hubungan sosial di kalangan orang yang, sebagai contoh, kepentingan saham, aktiviti, latar belakang, atau sambungan yang sebenar [11]. Sejak diperkenalkan, laman rangkaian sosial seperti Facebook, MySpace, CyWorld, Twitter dan Bebo telah menarik banyak pengguna, di mana sebahagian

besar pengguna menjadikan laman-laman ini sebahagian daripada kehidupan mereka. Sejarah laman rangkaian sosial bermula apabila laman rangkaian sosial yang pertama telah dilancarkan pada tahun 1997. Laman rangkaian sosial ini telah dikenali dengan nama SixDegrees [12]. Kemudian, pada tahun 2002, satu lagi rangkaian sosial diperkenalkan dengan nama Friendster. Setahun selepas Friendster dilancarkan, MySpace telah diperkenalkan, iaitu pada tahun 2003. Kemunculan Facebook pada September 2005 telah menjadikan Facebook sebagai laman rangkaian sosial dan menjadi pilihan ramai pengguna daripada pelbagai latarbelakang, bangsa, etnik dan negara.

Rangkaian sosial dan kandungan takrifan-pengguna adalah merupakan di antara aktiviti atas talian utama pengguna, terutamanya pengguna yang berumur diantara 23-35 tahun mengikut kajian Pew Internet Project. (Lee Rainie, *Social Networking Sites and Our Lives*, 2011) [13]. Satu kajian yang telah dijalankan oleh Ofcom [14], menunjukkan bahawa satu perlima (22 peratus) daripada pengguna Internet adalah berumur 16 tahun ke atas menggunakan laman rangkaian sosial. Peratusan pengguna yang menggunakan laman rangkaian sosial yang berbeza adalah seperti berikut, iaitu sebanyak 92 peratus pengguna Internet menggunakan Facebook sebagai pilihan utama rangkaian sosial, manakala 29 peratus adalah pengguna MySpace, 18 peratus pengguna Internet telah memilih Linked In sebagai pilihan utama rangkaian sosial manakala bakinya iaitu sebanyak 33 peratus menggunakan Twitter. Selain itu, menurut satu kajian yang dijalankan oleh ABI Research [15] pada bulan Mac 2011, telah mendapati bahawa sebanyak 73 peratus daripada pengguna telefon bimbit (termasuk telefon pintar dan berjenis lain) menggunakan tablet mereka untuk melayari laman rangkaian sosial. Satu kajian yang telah dijalankan oleh comScore menunjukkan bahawa hampir separuh (50.9 peratus) daripada pemilik telefon pintar di Amerika dan sebanyak 31.7 peratus pemilik telefon pintar di Eropah menggunakan telefon pintar mereka untuk melakukan capaian ke laman rangkaian sosial (SNS) pada bulan Jun 2011 [16]. Sementara itu, sebanyak 69 peratus pengguna atau pemilik telefon pintar dan tablet komputer melihat dan mengemaskini status mereka di peranti mudah alih milik mereka. Laman rangkaian sosial berfungsi sebagai satu 'perisian' atas talian yang membenarkan pengguna 'perisian' atau aplikasi atas talian tersebut memiliki identiti, kumpulan, kandungan (presence), perhubungan, perbualan, perkongsian dan reputasi. Perkara ini dinyatakan oleh Smith (Smith, Gene. *Social Software Building Blocks*, 2007) [17] dalam model 'perisian' rangkaian yang dinamakan Model Webb/Butterfield/Smith.



Rajah 1 Webb/Butterfield/Smith Model of SNS. Penerangan ringkas mengenai model ini boleh didapati dalam bahagian 6(b)

4.1 Takrifan Media Sosial

Laman media sosial adalah merupakan platform teknologi yang membenarkan pengguna Internet untuk berkomunikasi sesama mereka dan juga bertukar maklumat [18]. Malah, istilah media sosial adalah merupakan gabungan sosiologi dan teknologi, yang mempermudah perkongsian pendapat, selain menjadi peralatan dalam memasarkan produk dan perkhidmatan. Takrifan Wikipedia mengenai istilah media sosial adalah media untuk interaksi atau perhubungan sosial yang menggunakan teknik komunikasi yang sangat mudah didapati dan berskala [19]. Media sosial melibatkan penggunaan berasaskan web dan teknologi telefon bimbit atau telefon pintar di dalam merealisasikan dan menukarkan komunikasi ke dalam suatu bentuk yang interaktif.

4.2 Jenis Media Sosial

Terdapat sebanyak 6 jenis media sosial [20] yang interaktif dan popular iaitu:

- a. Rangkaian Sosial: Perkhidmatan yang membenarkan berhubung dengan individu yang berkongsi minat dan latar belakang yang sama. Kebiasaannya, rangkaian sosial membenarkan pengguna membina profil, dan pelbagai fungsi-fungsi sedia ada yang lain yang bertujuan untuk membenarkan pengguna berkomunikasi dan berinteraksi di antara satu sama lain. Contoh perkhidmatan rangkaian sosial yang popular adalah seperti Facebook dan Linked In.
- b. Laman Penanda: Perkhidmatan yang membenarkan pengguna untuk mengurus pautan pelbagai laman web dan sumber di internet. Selain itu, laman web ini membenarkan pengguna untuk menanda pautan supaya carian dan perkongsian menjadi lebih mudah. Contoh perkhidmatan laman penanda yang popular adalah Delicious dan StumbleUpon.
- c. Berita Sosial: Perkhidmatan yang membenarkan pengguna untuk berkongsi pelbagai berita atau melakukan pautan di luar artikel atau berita, dan membenarkan pengguna melakukan undian ke atas perkongsian tersebut. Pautan yang mempunyai undian terbanyak akan dipaparkan dengan lebih kerap. Contoh aplikasi berita sosial adalah seperti Digg dan Reddit.
- d. Perkongsian Media: Perkhidmatan ini membenarkan pengguna memuat naik dan berkongsi media secara atas talian seperti gambar, video, lagu dan sebagainya. Selain itu, pelbagai fungsi tambahan dapat dilakukan apabila pelanggan melanggan media ini. Salah satu fungsi tambahan adalah selain daripada membenarkan perkongsian media, aplikasi ini menyediakan storan atas talian, mencipta profil, menulis komen dan juga melakukan undian kedudukan untuk media yang dimuatnaik. Contoh perkongsian media yang biasa digunakan adalah YouTube dan Flickr.
- e. Mikroblog: Perkhidmatan yang memfokuskan kepada pengemaskinian secara ringkas bagi pelanggannya. Sebarang maklumat yang diterima adalah terkini dan mutakhir. Hanya pengguna yang menggunakan aplikasi atau perkhidmatan ini sahaja yang menerima maklumat yang disebarkan secara atas talian oleh pengguna atau pelanggan lain aplikasi ini. Contoh aplikasi mikroblog yang sentiasa digunakan adalah Twitter.
- f. Komen Blog dan Forum: Aplikasi atau perkhidmatan ini menyediakan antaramuka kepada pelanggannya untuk menaip dan memasukkan komen, memulakan perbincangan atau topik yang baru serta menghantar mesej melalui peti masuk milik pelanggan lain. Terdapat pelbagai blog atau forum dengan ciri dan fungsi yang berbeza-beza di antara satu sama lain.

■ 5.0 ISLAM DAN TEKNOLOGI

Pengertian Islam dari segi bahasa adalah berbeza dengan pengertian agama kerana Islam adalah Islam yang diwahyukan oleh Allah Subhanahu wa Taala kepada Nabi Muhammad Sallallahu alaihi wa sallam. Justeru, sudah tentunya agama Islam yang mulia ini tidak boleh disamakan dengan pengertian perkataan agama menurut fahaman manusia pada umumnya, iaitu berupa ajaran yang menyatakan tentang hubungan antara manusia dengan kuasa ghaib. Islam sebagai ad-Deen yang merangkumi keseluruhan lapangan kehidupan manusia itu adalah terkandung di dalamnya aqidah, amalan dan hukum-hukum berhubungan dengan rohani dan jasmani. Rasulullah Sallallahu alaihi wa sallam memberi berbagai-bagai takrif atau pengertian tentang Islam menurut keadaan orang yang bertanya, iaitu dengan hanya menyebut beberapa juzu' atau bahagian yang menjadi rukun tanpa menyebut secara keseluruhannya. Di dalam satu hadis, ketika menjawab pertanyaan Malaikat Jibrail alahisalam tentang apa itu Islam, Rasulullah Sallallahu alaihi wa sallam telah bersabda yang bermaksud:

"Islam itu bahawa kamu menyaksikan tidak ada Tuhan yang sebenar melainkan Allah dan Nabi Muhammad itu Rasulullah, mendirikan sembahyang, menunaikan zakat, berpuasa di bulan Ramadhan dan mengerjakan haji jika berkuasa." Riwayat Imam Muslim [21].

Sabda Rasulullah Sallallahu alaihi wa sallam lagi yang bermaksud:

"Dibinakan Islam itu di atas lima perkara. Bersyahadah bahawa tidak ada Tuhan yang sebenar melainkan Allah dan bahawa Nabi Muhammad itu Rasulullah, mendirikan sembahyang, menunaikan zakat, Haji ke Baitullahil Haram dan puasa Ramadhan." Riwayat Bukhari dan Muslim [22].

Secara umumnya, Islam adalah sebagai ad-deen, atau agama yang diperakui benar, sempurna dan telah lengkap, seperti firman Allah Subhanahu wa Taala:

Maksudnya:

"Pada hari ini telah Aku sempurnakan untuk kamu agama kamu dan telah Aku cukupkan bagi kamu nik'mat-Ku dan telah Aku redha Islam itu menjadi Agama kamu." Al-Maidah: 3 [23]

Kesempurnaan agama Islam telah menjadikan ia sebagai satu-satunya agama yang menjamin keselamatan dan kesejahteraan umatnya di dunia dan di akhirat. Namun begitu, keyakinan terhadap agama Islam yang benar ini sedikit demi sedikit telah terhakis di kalangan umat Islam sendiri disebabkan pengaruh dan ideologi dari barat. Sebagai contoh, akhir abad ke 20, salah satu ideologi yang telah dibawa oleh barat adalah sekularisme. Kerana itu, ramai umat Islam yang terpengaruh dengan ideologi ini sekali gus berpendapat bahawa Islam adalah merupakan satu agama yang ketinggalan, tidak selari dan sejajar dengan perkembangan sains dan teknologi. Jika tidak dilihat secara berhikmah, maka seseorang individu akan melihat bahawa tidak wujud sebarang kesinambungan ataupun pertalian di antara agama Islam dan teknologi. Namun begitu, perkara sebaliknya berlaku jika dilihat dari perspektif yang berhikmah. Secara dasarnya, agama Islam adalah satu agama yang benar, lengkap dengan prinsip-prinsip dan peraturan [Qur'an 5:3, 30:30] [24], bahkan agama ini sesuai dianuti tidak kira oleh bangsa apa sekalipun. Ini telah menjadi bukti bahawa agama Islam itu bersifat bebas dan neutral, tidak terikat oleh masa dan juga peredaran zaman. Ia juga menjadi bukti bahawa agama Islam itu teguh berada di landasannya, bahkan Allah subhanahu wa Taala telah memberi jaminan bahawa Al-Quran adalah kitab yang benar, tidak akan berubah isi kandungannya sehingga ke hari Kiamat. Demikian

jaminan Allah subhanahu wa Taala dalam memelihara kesucian al Quran itu sendiri. Dalam al Quran, terkandung segala-gala penjelasan, fakta dan pembuktian yang diperlukan oleh semua umat manusia, sama ada yang beriman atau kufur, bermula daripada makanan yang halal sehingga kepada pentadbiran negara. Kebenaran al Quran itu mula terungkap sedikit demi sedikit kepada golongan bukan Islam melalui pembuktian sains dan teknologi. Dalam erti kata lain, kecanggihan sains dan teknologi hanyalah berfungsi sebagai penyokong fakta sedia ada di dalam al Quran. Jika dilihat beberapa abad dahulu, seluruh bahan kesusasteraan umat Islam berupa Al Quran, kitab hadis, kitab tafsir wujud dalam bentuk teks dan buku. Namun kini, dengan perkembangan teknologi masa kini, Al-Quran kini telah di 'digital' kan sama ada dalam bentuk cakera padat ataupun dalam bentuk aplikasi telefon pintar. Selain daripada Al Quran, kitab-kitab hadis juga telah ditukar dalam bentuk perisian. Contoh perisian hadis adalah seperti Ensiklopedi Hadis Kitab 9 Imam terbitan Pustaka Lidwa dan Maktabah Syamillah. Selain itu, teknologi komunikasi juga membenarkan umat Islam berinteraksi dua hala di alam maya seperti berbincang di laman sosial, forum dan sebagainya. Secara ringkasnya, teknologi komunikasi memudahkan umat Islam untuk menyebarkan agama Islam dan menarik minat orang bukan Islam untuk menganut agama Islam.

■6.0 DAKWAH DAN SEBARANNYA

Secara bahasa, perkataan dakwah boleh diertikan menjadi seruan, ajakan atau undangan. Ibnu Taimiyah mendefinisikan dakwah adalah suatu proses usaha untuk mengajak agar orang beriman kepada Allah, percaya dan mentaati apa yang telah diberitakan oleh Rasul serta mengajak agar dalam menyembah kepada Allah seakan-akan melihatnya[25]. Dalam surah An-Nahl, Allah Taala berfirman, maksudnya :

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik." – QS An-Nahl (16):125 [26]

Kepentingan berdakwah dalam ayat al Quran di atas diperjelaskan lagi dengan hadis Nabi saw yang diriwayatkan oleh Bukhari:

Ertinya : *"Sampaikan dari padaku walaupun satu ayat" (HR Bukhari) [27]*

Menurut Aszim (1981: 20)[28] terdapat tiga tujuan utama berdakwah iaitu: (1) Mengajak manusia untuk menyembah Allah, (2) Mengajak untuk berbuat ikhlas kerana Allah, (3) Mengajak menerapkan hukum Allah. Hukum berdakwah adalah wajib ke atas setiap umat Islam yang mukallaf berdasarkan dalil yang terdapat dalam surah Ali-Imran. Allah Taala berfirman:

"Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar; merekalah orang-orang yang beruntung..." – QS Ali-Imran (3):104 [29]

Menurut Ibnu Katsir, maksud ayat ini adalah 'jadilah kamu sekelompok orang dari umat ini yang melaksanakan kewajipan dakwah'[30]. Sekiranya terdapat sekelompok orang yang melaksanakannya, maka dakwah telah menjadi fardhu 'ain bagi orang tertentu, berdasarkan syarat-syarat yang ada pada mereka sebagai mana juga kewajiban itu gugur terhadap yang lain jika tidak ada seorang pun yang melaksanakannya, maka kelompok tersebut dikira berdosa.

Dalam menyampaikan dakwah, faktor yang perlu dititikberatkan adalah cara untuk berdakwah. Keberkesanan berdakwah itu pada kebiasaannya diukur berdasarkan sejauhmanakah medium dakwah yang terlibat mampu menyeru orang-orang beriman untuk melaksanakan konsep amar makruf dan nahi mungkar.

a) Dakwah dan Media Sosial

Istilah berdakwah melalui atau menggunakan teknologi Internet dinamakan sebagai 'dakwah atas-talian', berlawanan dengan istilah 'dakwah luar-talian'[31]. Sejak berkembangnya bidang Teknologi Maklumat dan Komunikasi, para da'ie atau pendakwah kini menggunakan teknologi ini untuk menyebarkan dakwah dengan lebih berkesan. Awal perkembangan teknologi ICT ini, cendekiawan Islam seperti 'Uthman EI-Muhammady (1998a & 1998b)[32], Ismail Ibrahim (1998)[33], dan Kaleem Khan & Salman Khan (1999)[34] menggalakan umat Islam menggunakan medium ini untuk menyebarkan dakwah. Hasilnya, sehingga hari ini, para ulama telah mampu mengoptimumkan teknologi ini dalam melaksanakan konsep 'dakwah atas-talian'. Bahagian seterusnya [6(b) dan 6(c)] akan menerangkan mengenai model dakwah dan rangkaian sosial serta kesamaan ciri di antara keduanya yang mempercepatkan proses sebaran dakwah.

b) Model Dakwah

Dalam melaksanakan dakwah, perlu ada langkah-langkah dan kaedah yang tersendiri. Ini kerana konsep penerimaan dakwah berbeza mengikut peringkat umur dan tahap keimanan dalam diri seseorang Muslim. Buktinya, para cendekiawan Islam dan alim ulama telah membahagikan teknik dan cara berdakwah kepada beberapa tahap berdasarkan tahap kemampuan individu yang didakwah. Dalam satu kaedah berdakwah yang diperkenalkan oleh Ibrahim Al-Dib[35] pada tahun 2002; telah menekankan pendekatan bertahap dalam menyampaikan dakwah kerana tiga tahap. Setiap tahap itu mempunyai tugas kerja yang berbeza dengan setiap objektif digariskan bagi memudahkan pendakwah menyempurnakan tugas dakwahnya.

Jadual 1 Model dakwah Ibrahim Al-Dib pada tahun 2002

Levels	Objectives	Stages of work
First	<ul style="list-style-type: none"> • Deep understanding of <i>al-mad'ā</i> and build trust and love. • Good relationship and voluntarily attend activities. • Stimulate Islamic belief in the heart. • Avoid big sin and bad behaviour. • Keep secrets in certain circumstances. • Do not involve in other ideologies. 	Love and brotherhood
		Stimulating al-Imān
		The comprehensiveness of Islam
Second	<ul style="list-style-type: none"> • Good performance in worships. • Understand the comprehensiveness of Islam. • Understand to implement Islam in all facets of life. • Follow the current issues pertaining to Muslims over the world • Join the works for Islam • Obey the instruction of the organization • Be trusted 	Follow the news of Muslims over the world.
		The compulsory work for Islam
Third	<ul style="list-style-type: none"> • Committed to worship and certain basic <i>awrād</i> • Be fully trusted • Know the way to work for Islam • Know the history of <i>al-da'wah</i>, the role and pioneers • Know the way to work for other organizations • Know the features of the organization that work for Islam 	The works for Islam
		Why <i>al-da'wah</i> and why us?

Ini juga bertujuan sebagai garis panduan umum yang melengkapkan model dakwah seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 1. Penulis akan menerangkan secara ringkas berkenaan fasa atau tahap bagi model dakwah ini. Fasa pertama mengandungi tiga peringkat tugas kerja iaitu persaudaraan dan berkasih sayang, percaya dan tahu rukun Iman dan yang terakhir adalah penyesuaian di dalam Islam. Fasa kedua pula mengandungi dua peringkat, iaitu mengikuti perkembangan umat Islam di seluruh dunia melalui berita yang sahih dan juga mempelajari perkara yang wajib. Fasa terakhir terdiri daripada dua tahap, iaitu, mengerjakan perkara yang wajib dan mengetahui peranan sebagai pendakwah. Daripada model dakwah ini, beberapa perkara telah dapat dikenalpasti. Pertama, keberkesanan model ini adalah kerana ia mampu mewujudkan kepentingan perhubungan dan persaudaraan di kalangan umat Islam dan juga bukan Islam. Kedua, perlaksanaan model ini mampu mempertingkatkan kefahaman Islam dalam diri individu yang didakwah. Ketiga, faedah yang diperolehi daripada perlaksanaan model dakwah ini adalah untuk membantu individu yang didakwah dalam menjawab permasalahan yang didapati dalam ibadah. Keempat, dengan perlaksanaan model dakwah ini, ia membuktikan bahawa Islam itu menyeluruh (*syumul*) dan merangkumi semua aspek ibadah. Bahagian berikutnya akan menerangkan mengenai Model Rangkaian Sosial.

c) Model Rangkaian Sosial

Seiring dengan peningkatan teknologi komunikasi, pertumbuhan dan pertambahan Laman Rangkaian Sosial (SNS) sebagai satu cara berkomunikasi pada masa kini turut diperakui oleh masyarakat antarabangsa. Kepelbagaian Laman Rangkaian Sosial telah membezakan di antara kebolehfungsian atau pengelasan dalam komuniti masyarakat maya. Dalam erti kata yang lain, perbezaan dari segi kebolehfungsian menjadi ciri utama pengelasan kepada Laman Rangkaian Sosial seperti yang ditunjukkan dalam Rajah 1. Dalam Model Rangkaian Sosial Webb/ Butterfield/ Smith, pengelasan berdasarkan kebolehfungsian atau ciri Media Rangkaian Sosial adalah seperti berikut: Identiti, Kehadiran, Perhubungan, Perbualan, Kumpulan, Reputasi dan Perkongsian. Setiap ciri atau kebolehfungsian ini akan diterangkan kemudian. Menurut Smith [36], kebanyakan Laman Rangkaian Sosial menyediakan kebolehfungsian yang pelbagai, namun hanya memfokuskan beberapa kebolehfungsian sebagai kebolehfungsian yang utama. Kebolehfungsian ini juga dikenali sebagai pengelasan atau kelas kerana perbezaan konsep yang ketara. Selain itu, kebolehfungsian ini turut diberi nama kelas kerana ia mempunyai atribut-atribut yang tersendiri. Dalam Rajah 1, bahagian yang berwarna gelap adalah merupakan pengelasan utama bagi sebuah laman Rangkaian Sosial. Untuk penerangan atribut bagi setiap kelas, lihat Jadual 2.

Jadual 2 Kelas dan atribut SNS [37]

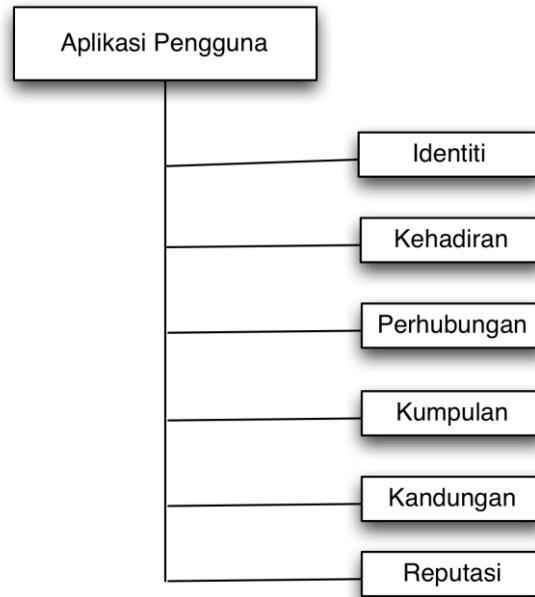
SNS class	Description	Attributes
Identity	representation of a user	Profile with personal attributes (e.g., domicile), avatar (for quick indication of identity), interests
Presence	indication of user or content presence in the network	online status (e.g., available, away, busy), status message, history (e.g., recently used bus lines), privacy (e.g., visibility, access restrictions), location (e.g., GPS coordinates, bus stop name)
Relationships	representation of ties to other people	affiliation type (e.g., strength of tie), degree of separation, directedness
Groups	topic-based affiliation without relationship	topic (e.g., a particular bus stop or line), privacy (e.g., visibility, access restrictions)
Content	shared information	content annotation (none / syntactic / semantic), creation dynamics (static contents / dynamic participation, e.g., comment functionality), forwarding (i.e., sharing data of others with own contacts), content types (text, link, file,...), size (e.g., character or byte limit)
Reputation	indication of opinions about contents or users	recommendations (e.g., favorites), warnings, a user's activity level
Conversations	communications among users	privacy (e.g., private / public messages), size (e.g., character limit), dynamics (e.g., comment functionality), time-dependency (synchronous / asynchronous)
Context Awareness	adaptation to a current state	based on: location (e.g., GPS coordinates, bus stop name), time, mobility, topic, affiliation type (e.g., contact / group)
Network Awareness	indication of presence and actions of other users or contents	network architecture (e.g., publish/subscribe), notification (push / pull), search functionality (e.g., none / user search / content-based / topic-based)

Penulis akan menerangkan secara ringkas mengenai kelas Laman Rangkaian Sosial sebagai perkhidmatan tersedia. Kelas pertama adalah Identiti, yang berfungsi sebagai perwakilan pengguna. Karakteristik bagi kelas ini adalah sebagai profil dengan atribut tersendiri atau avatar. Karakteristik ini juga kadangkala melambangkan tarikan, kecenderungan, minat atau hobi pengguna. Kelas yang kedua adalah Kehadiran. Fungsi kelas ini adalah sebagai satu penanda kepada kehadiran kandungan atau status seseorang individu pengguna dalam talian. Atribut yang biasa digunakan adalah seperti mesej berstatus (lapang, sibuk, di luar talian), atau privasi (boleh diakses, kawasan larangan), atau lokasi dan sejarah. Kelas yang ketiga adalah Perhubungan. Fungsi kelas ini adalah sebagai perwakilan ikatan daripada seseorang individu kepada individu yang lain. Atribut yang terlibat adalah jenis perhubungan (contoh seperti kekuatan perhubungan) dan pengasingan. Kelas keempat adalah Kumpulan yang berfungsi sebagai penggabungan anggota berdasarkan topik dan tanpa perhubungan. Sebagai contoh, terdapat kumpulan yang diwujudkan berdasarkan acara tertentu, dan ada kumpulan yang hanya boleh diakses melalui pengesahan oleh pentadbir sesuatu kumpulan. Kelas yang kelima adalah Kandungan. Fungsi kelas ini adalah bertujuan untuk berkongsi maklumat. Sebagai contoh, perkongsian maklumat berupa pautan, teks, kandungan statik atau dinamik, komen dan fail. Ciri atau atribut bagi kelas ini adalah seperti saiz dan jenis fail, batas aksara, kebolehfungsian komen dan semantik. Kelas yang keenam adalah Reputasi. Fungsi kelas ini adalah sebagai penanda aras bagi pendapat atau kandungan atau pengguna. Ciri atau atribut bagi kelas ini adalah amaran, tahap aktiviti pengguna dan rekomendasi. Kelas yang ketujuh adalah Perbualan. Fungsi kelas ini adalah komunikasi di antara pengguna. Atribut bagi kelas ini adalah saiz, privasi, dinamik dan kebergantungan masa.

Penulis tidak akan menerangkan lebih terperinci mengenai dua kelas yang terakhir iaitu kelas Kesedaran Konteks dan Rangkaian kerana diluar skop penulisan jurnal ini. Bahagian seterusnya akan memperjelaskan mengenai hubungan kait diantara Model Webb/Butterfield/Smith dan Model Dakwah Ibrahim Ad-Dib.

c) Perhubungan di antara Model

Dalam bahagian yang sebelumnya, penulis telah menerangkan mengenai model dakwah dan model rangkaian sosial yang banyak digunakan pada masa kini. Sekiranya diteliti dengan lebih mendalam, didapati terdapat persamaan di antara kedua model ini. Namun demikian, sebelum memperjelaskan lebih lanjut mengenai hubungkait dan persamaan di antara kedua model ini, penulis akan memperjelaskan kedua model ini dalam bentuk perwakilan Extensible Markup Language (XML). XML adalah merupakan satu bahasa tambahan yang menakrifkan satu set peraturan untuk mengekod dokumen di dalam format yang boleh dibaca oleh manusia dan mesin [38]. Berikut adalah perwakilan gambar rajah model Webb/Butterfield/Smith dalam bentuk XML.



Rajah 2 Perwakilan gambar rajah XML bagi Model Webb/Butterfield/Smith

Perwakilan XML digunakan untuk memindahkan dan menyimpan data dengan mengenal pasti jenis data terlebih dahulu. Kod bahasa XML terdiri daripada Elemen dan Atribut [39]. Sebagai contoh, dalam perwakilan gambar rajah XML Rajah 2 menunjukkan Elemen Aplikasi Pengguna mengandungi enam Atribut iaitu Identiti, Kehadiran, Perhubungan, Kumpulan, Kandungan dan Reputasi. Jika perwakilan gambar rajah XML ditulis semula dalam bentuk bahasa,

```

<sns>
<jenis>Aplikasi Pengguna
<kelas>Identiti</kelas>
<kelas>Kehadiran</kelas>
<kelas>Perhubungan</kelas>
<kelas>Kumpulan</kelas>
<kelas>Jadual</kelas>
<kelas>Reputasi</kelas>
</jenis>
</sns>
  
```

Dalam bahasa pengaturcaraan XML di atas, <sns> adalah merupakan satu Elemen Akar (Root Element). Perhubungan di antara elemen Aplikasi Pengguna dan atribut Kehadiran dikenali sebagai perhubungan Bapa dan Anak. Dalam menakrifkan perhubungan ini, elemen Aplikasi Pengguna memainkan peranan sebagai Bapa, manakala atribut Kehadiran adalah sebagai anak. Perhubungan di antara atribut yang berada di tahap yang sama ditakrifkan sebagai adik-beradik. Sebagai contoh, perhubungan di antara atribut Identiti dan Kehadiran adalah ditakrifkan sebagai perhubungan adik beradik. Dalam menghuraikan Model dakwah Ibrahim Al-Dib, beberapa garis panduan dapat dikenalpasti mengikut fasa seperti berikut:

Fasa Pertama :

- a. Membina persaudaraan dan kasih sayang
- b. Perhubungan yang baik
- c. Berakhlak mulia
- d. Membina Tauhid dalam diri

Fasa Kedua :

- a. Beribadat dengan tekun.
- b. Mempelajari hukum fikah.
- c. Prihatin akan nasib umat Islam yang lain.

Fasa Ketiga :

- a. Tahu bagaimana cara Nabi sallallahu ‘alaihi wa sallam berdakwah
- b. Berdakwah mengikut cara Nabi sallallahu ‘alaihi wa sallam.
- c. Berdakwah secara berkumpulan.

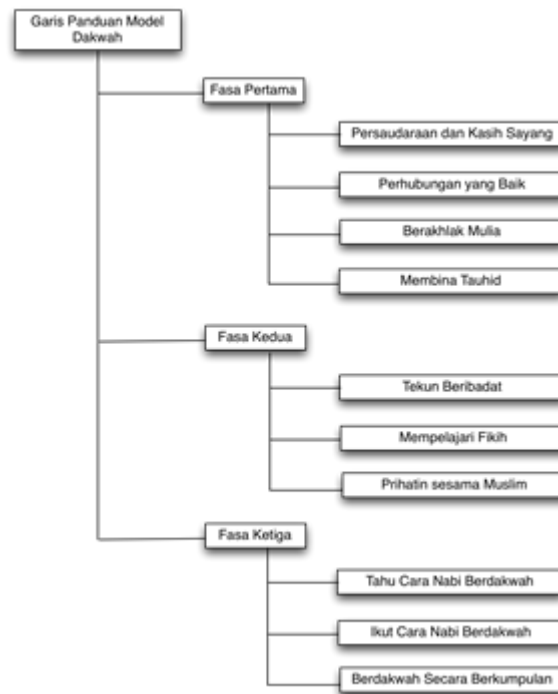
Selain daripada memindahkan dan menyimpan data, bahasa pengaturcaraan ini membenarkan pengguna melihat data yang telah disimpan. Dalam menukarkan model dakwah tersebut kepada perwakilan gambar rajah XML, setiap fasa akan diwakili oleh Nod, manakala setiap garis panduan akan diwakili dalam bentuk elemen. Rajah 3 menunjukkan perwakilan XML dalam bentuk teringkas serta mudah difahami bagi Model dakwah Ibrahim Al-Dib berdasarkan garis panduan utama yang telah dikenal pasti.



Rajah 3 Perwakilan gambar rajah XML bagi Model dakwah Ibrahim Al-Dib

Dalam melengkapkan garis panduan fasa pertama, iaitu membina persaudaraan dan kasih sayang sesama umat Islam, perhubungan ini memerlukan satu ikatan yang kukuh di antara umat Islam. Justeru itu, kelas Perhubungan dan Identiti berfungsi memainkan satu peranan yang penting dalam melaksanakan garis panduan Fasa Pertama, iaitu membina persaudaraan dan kasih sayang sesama umat Islam secara atas-talian. Manakala perhubungan yang baik dapat ditakrifkan dengan adanya satu kumpulan yang berkongsi pendapat yang sama dan juga kekuatan perhubungan mengikut Model Webb/Butterfield/Smith.

Dalam Model Webb/Butterfield/Smith, jenis kekuatan perhubungan itu ditakrifkan sebagai 'ikatan-kuat' dan 'ikatan lemah'. Perhubungan dengan tahap 'ikatan-kuat' adalah perhubungan di antara dua entiti, sebagai contoh perhubungan di antara dua kawan rapat menurut Granovetter [40]. Demikian pula halnya dengan perhubungan bertahap 'ikatan-lemah'. Tahap ini diperjelaskan sebagai perhubungan kenalan atau rakan baru. Tahap kekuatan perhubungan ini adalah satu langkah penting dalam memulakan dakwah atas talian, menurut Mahmud (1994: 49) [41]. Proses kenal mengenal itu bermula dengan bertegur sapa, melawat dan beramah mesra. Apabila perhubungan itu bertambah kukuh, penekanan ke atas sifat berkasih sayang, bantu membantu dan hormat menghormati akan berlaku. Kedua-dua model ini saling berkait dan model dakwah ini boleh menjadi panduan kepada model Webb/Butterfield/Smith. Jika ditulis semula, gabungan model ini akan membentuk satu model yang baharu seperti yang ditunjukkan dalam Rajah 4. Jika dilihat dalam gabungan kedua-dua model tersebut, terdapat ciri-ciri 'Perwarisan'. Istilah perwarisan ini bermaksud satu atribut yang menjadi anak kepada satu elemen bapa turut sama menjadi anak kepada satu elemen bapa dalam kelas yang sama. Keadaan ini menandakan bagi elemen bapa yang lain, kemungkinan akan wujud konsep perhubungan perwarisan ini.



Rajah 4 Gabungan Model Dakwah dan Model Webb

Gabungan model ini boleh diperkembangkan atau diubah suai jika dipadankan dengan rangkakerja, kebolehfungsian atau ciri-ciri yang hampir sama. Ini bermaksud, gabungan model ini adalah bersifat fleksibiliti dan mudah untuk difahami. Gabungan model ini juga membuktikan bahawa konsep dakwah secara atas talian boleh dilaksanakan secara teori.

7.0 PERANAN APLIKASI IPHONE DALAM PENYEBARAN DAKWAH

a) Ringkasan Sejarah dan Perkembangan Peranti iPhone

Tahun 2007, awal bulan Januari, adalah merupakan awal tahun perubahan dalam industri telekomunikasi mudah alih. Steve Jobs, Ketua Pegawai Eksekutif syarikat Apple, telah memperkenalkan iPhone. Jika dilihat kembali sekitar tahun November 2005, semasa Steve Job mula menjalankan projek iPhone 'secara rahsia', syarikat Apple sedia maklum bahawa mereka mempunyai kepakaran dalam membangunkan sistem pengoperasian dan antaramuka dalaman peranti komunikasi iPhone, namun mereka mempunyai kepakaran yang terhad dalam membangunkan perkakasan atau hardware bagi peranti iPhone seperti antena dan komponen yang lain. Walaupun pihak pembangun mengetahui kekangan yang mereka hadapi, namun projek pembangunan iPhone tetap diteruskan seperti biasa di bawah kawalan yang ketat dan secara sulit. Bahkan semasa fasa pengujian, pekerja hadwer hanya diberikan perisian atau software tiruan, manakala pekerja software pula hanya diberikan 'kotak hitam' dan antena sahaja. [42] Perkara yang sama juga berlaku kepada pekerja syarikat telekomunikasi yang menandatangani kontrak dengan syarikat Apple, yang dikenali sebagai syarikat AT&T [43].

Sejak berada di pasaran, iPhone menjadi pilihan utama pengguna telefon bimbit pintar atau dikenali sebagai 'Smartphones'. Hampir 72 peratus pembeli memilih iPhone sebagai peranti komunikasi, manakala 48 peratus pembeli memilih peranti Blackberry manakala selebihnya memilih peranti Android, demikian menurut hasil kaji selidik yang telah dijalankan oleh Inside Legal Technology Purchasing Survey (ILTA) pada tahun 2013 [44]. Trend pembelian peranti iPhone semakin meningkat setiap tahun di seluruh dunia dengan penghasilan iPhone 3G, 3GS, 4G dan yang terbaru adalah model 5C [2]. Pemilihan iPhone sebagai peranti telekomunikasi dipengaruhi oleh faktor luaran dan dalaman, sebagai contoh faktor luaran adalah seperti umur, pendapatan, pekerjaan manakala faktor dalaman adalah seperti jenama dan mesra pengguna. [45]

Walaupun peranti komunikasi yang lain seperti Android dan Blackberry mempunyai kebolehan yang hampir sama dengan iPhone [46], namun penulisan jurnal ini memfokuskan aplikasi iPhone sebagai medium penyebaran dakwah kerana majoriti pengguna menggunakan iPhone menurut kajian yang dijalankan oleh ILTA.

b) Aplikasi iPhone sebagai Daya Penarik

AppStore. Setiap hari ratusan aplikasi baru dimuat naik dalam kedai atas-talian ini [2]. Keistimewaan AppStore adalah ia berfungsi sebagai pusat pengagihan yang menyediakan sebanyak 185 000 aplikasi dalam 20 kategori yang telah dimuat turun sebanyak 4 bilion kali [47]. Menurut laman sesawang Apple, AppStore melalui iTunes menawarkan pelbagai aplikasi yang bermanfaat untuk pengguna seperti aplikasi perniagaan, aplikasi menyeronokkan, dan aplikasi berbentuk peralatan aplikasi untuk memenuhi keperluan dan kehendak individu sebanyak mungkin [48]. AppStore berkonsepkan aplikasi iPhone berbayar dan aplikasi percuma. Aplikasi yang berbayar boleh tersedia dalam 85 peringkat harga yang berbeza bermula dari \$ 0.99 ke \$ 999 [49]. Sehingga 6 April 2010, 73 peratus daripada semua aplikasi

iPhone adalah aplikasi berbayar, dengan harga purata aplikasi adalah sebanyak \$ 3.55 dolar. Permainan adalah merupakan kategori aplikasi yang paling popular pada iPhone mewakili 56% daripada semua aplikasi. Ia juga mempunyai harga purata yang lebih rendah, iaitu kira-kira \$ 1.99 dolar. [50]

b) Aplikasi sebagai Media untuk Berdakwah

Media dakwah bererti saluran dakwah atau saluran sesuatu isi dakwah untuk disampaikan kepada sasaran. Dalam bahasa Arab ia disebut wasilah al-da'wah–wasilah dakwah [51]. Berdakwah dalam Islam bukan sekadar berceramah semata-mata. Ianya meliputi aspek bagaimana dakwah itu harus diatur, disusun menjadi suatu program yang harus dijalankan secara sistematik [52]. Kaedah dakwah yang dituntut juga haruslah mengikut keperluan zaman dan sesuai dengan kemampuan masyarakat [53].

Terdapat banyak aplikasi yang membantu umat Islam berdakwah atas-talian melalui sebaran maklumat seperti aplikasi WeChat dan LINE. WeChat (juga dikenali sebagai WeiXin) pada asalnya dibangunkan oleh syarikat yang berpangkalan di negara



Rajah 5 Antaramuka WeChat™

China yang dikenali sebagai Tencent China pada tahun 2011 [54]. Selain merupakan salah satu aplikasi media rangkaian sosial yang popular, aplikasi LINE™ dan WeChat™ adalah aplikasi untuk mendapatkan maklumat dan maklum balas yang membina kepada/daripada rakan-rakan. Aplikasi WeChat™ juga membenarkan pengguna menghantar dan menerima maklumat berbentuk teks dan audio. Sebagai contoh, jika seorang pendakwah ingin menghantar mesej berbentuk dakwah kepada individu yang dikenalnya, maka ia boleh dilakukan melalui antaramuka aplikasi WeChat™. Ini kerana aplikasi WeChat™ menyediakan komunikasi multimedia yang fleksibel seperti mesej teks, rakaman suara, perkongsian fail, panggilan video dan perkongsian lokasi [55]. Selain WeChat, aplikasi media rangkaian sosial yang popular adalah seperti WhatsApp™.

Penggunaan iPhone sebagai media dakwah atas-talian pada masa kini dipermudahkan lagi dengan kehadiran storan atas-talian yang popular [56] seperti Dropbox™, Google Drive™, Box™ dan SkyDrive™. Kegunaan storan atas-talian ini membolehkan pengguna mengakses mana-mana, bila-bila masa dan menggunakan mana-mana peranti, melalui internet. Ia memudahkan pengguna mengakses data peribadi mereka dan menghapuskan keperluan untuk membawa bersama peranti storan luaran sepanjang masa, seperti pemacu USB atau Kad SD [57].



Rajah 6 Antaramuka storan atas-talian

Ini membolehkan maklumat dakwah seperti panduan solat, kepentingan berzakat dan cara menutup aurat disimpan dalam storan atas-talian sebagai salah satu bentuk persembahan multimedia sama ada seperti teks, video atau audio. Dokumen multimedia yang disimpan boleh dihubungkan kepada aplikasi seperti WeChat™ dengan berkongsi pautan dokumen tersebut secara atas-talian menggunakan telefon pintar 3G atau 4G [58]. Storan atas-talian ini juga dikenali sebagai Storan Awan atau *Cloud-Storage*, menawarkan pelbagai kelebihan kepada pengguna seperti melindungi data daripada hilang atau dicuri sama ada akibat tindakan pengguna atau kerosakan aplikasi dan struktur, kegagalan logikal atau fizikal, menambah ketahanan dan kebolehpercayaan data, dan sebagai *backup* semasa diperlukan [59]. Selain daripada aplikasi media rangkaian sosial, aplikasi pihak ketiga atau dikenali sebagai *third-party apps*, turut membantu dalam penyebaran dakwah seperti iPray dan iSubha. Kedua-dua aplikasi ini dibangunkan oleh syarikat Guided Ways Technologies Ltd. iPray adalah aplikasi untuk mendapatkan waktu solat tepat untuk bandar yang dipilih bersama-sama dengan arah kiblat yang tepat dari mana-mana lokasi di dunia. Selain itu, aplikasi iPray juga boleh digunakan untuk fasa bulan terkini serta perayaan-perayaan dalam kalendar Hijrah [60]. Aplikasi iSubha pula menyediakan antara muka intuitif untuk mengira zikir dan bertindak sebagai pencatat masa. Aplikasi ini dilengkapi dengan frasa atau kalimah zikir, bertindak sebagai Tasbeih digital dan boleh dikonfigurasi dengan bunyi dan animasi. Antaramuka aplikasi ini menyediakan kemudahan kepada penggunaannya untuk menambahkan kalimah zikir sendiri [61].

8.0 KESIMPULAN

Sebagai kesimpulan, Teknologi Maklumat dan Komunikasi ICT menjadi satu hub atau tulang belakang kepada penyebaran maklumat masa kini. Teknologi internet menjadi satu medium yang penting dalam memastikan maklumat yang disampaikan itu dapat diterima dengan jelas dan tepat. Penyebaran maklumat ini dipermudahkan lagi dengan adanya laman media sosial yang menyediakan fungsi-fungsi perkongsian dan sebaran maklumat. Setiap laman media sosial menyediakan fungsi dan ciri-ciri yang berlainan seperti yang ditunjukkan di dalam Model Webb. Model ini bertujuan membezakan penekanan ciri-ciri atau fungsi bagi setiap laman media sosial yang berbeza. Kehadiran telefon bimbit pintar seperti iPhone, aplikasi dan browser Internet seperti Safari, Firefox dan Google Chrome membolehkan teknologi ini berkembang luas dan tidak terikat dari kekangan masa dan tempat. Kelebihan ini menjadikan teknologi ini sesuai digunakan sebagai sebaran dakwah. Sebelum melaksanakan penyebaran dakwah secara atas talian, pendakwah perlu tahu teknik berdakwah yang sesuai serta menunjukkan akhlak yang mulia dalam menarik minat golongan luar. Ini diperjelaskan oleh Model Dakwah Ibrahim Ad-Dib. Dalam memahami model ini dan teknik untuk dakwah secara atas-talian, adalah penting bagi seorang pendakwah untuk memahami Model Webb secara tepat. Kedua model ini saling berkaitan di mana ciri-ciri yang disediakan laman media sosial itu mempunyai kaitan dengan teknik berdakwah. Ini membuktikan bahawa laman media sosial itu mampu berfungsi sebagai media sebaran dakwah atas-talian. Dengan adanya teknologi internet dan komunikasi serta media sosial yang berfungsi sebagai pemudahcara, sebaran dakwah secara atas talian di masa hadapan menjadi satu keperluan dan memainkan peranan yang penting dalam menegakkan panji Islam.

Rujukan

- A. H. Mahmud. (1994). *Fiqh al-dakwah al-fardiyyah*. Al-Mansurah: Dar al-Wata'.
- A. H. Mahmud. (1994). *Fiqh al-dakwah al-fardiyyah*. Al-Mansurah: Dar al-Wata'.
- Abdullah Muhammad Zin, Che Yusof Che Mamat & Ideris Endot. (1997). *Prinsip Dakwah dalam Arus Pembangunan Malaysia*. Kuala Lumpur: Percetakan Watan.
- ABI Research. (July 2012). *Mobile's Role in a Consumer's Media Day: Smartphones and Tablets Enable Seamless Digital Lives*.
- Apple Inc. Apple presentation of iPhone OS 4.0. <http://www.apple.com/iphone/preview-iphone-os/>. capaian pada 16 April 2010.
- Apple Inc. Developer tools technology overview - apple developer. <http://developer.apple.com/technologies/tools/>. (2010-04-11).
- Apple Inc. Information from iTunes Connect. iTunes Connect. (2010-04-16) Restricted Access.
- Bjarne Stroustrup. (2001). *The C++ Programming Language Special Edition*. ISBN 0201889544.
- Booth, Paul. (2010). *Digital Fandom: New Media Studies*. New York: Peter Lang (book chapter).
- Carmela Aquino, Sarah Radwanick. (October 2011). How Tablets, Smartphones and Connected Devices are Changing U.S. Digital Media Consumption Habits, comScore Inc.
- Carnoy, Martin. (2005). *ICT in Education: Possibilities and Challenges*. University Oberta de Catalunya.
- Counts, S., and Fisher, K. E.. (2008). Mobile Social Networking: An Information Grounds Perspective. In Proceedings of the 41st Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS 2008). (pp.153). Los Alamitos, CA, USA (conference paper).
- Distmo. Special iPad report - apple app store - iPad and iPhone. DistmoReport, April 2010.
- ECAR Research Study 8. (2008). Social Networking Sites, Students and Information Technology.

- Ellis, H. (2012) Google Drive vs. Dropbox, SkyDrive, SugarSync, and others: a cloud sync storage face-off [online], <http://www.theverge.com/2012/4/24/2954960/google-drive-dropbox-skydrive-sugarsync-cloudstorage-competition> [capaian pada 9 Disember 2012].
- Ensiklopedi Hadits, Shahih Bukhari (2010-2011), Pustaka Lidwa.
- Ensiklopedi Hadits, Shahih Muslim (2010-2011), Pustaka Lidwa.
- Fred V. September 2008. The Untold Story: How the iPhone Blew Up the Wireless Industry. Wired Magazine: Issue 16.2.
- Granovetter, Mark S. (2002). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*. Bd. 78, 6.
- Gurudatt Kulkarni, Ramesh Sutar, Jayant Gambhir / International Journal of Engineering Research and Applications (IJERA) ISSN: 2248-9622 www.ijera.com Vol. 2, Issue 1, Jan-Feb 2012, pp 945–950.
- Honan, Mathew. (2007). *Apple Unveils iPhone*. Macworld. <https://itunes.apple.com/my/app/iprayprayerbeads/id288054534?mt=8>, [capaian pada 23 Januari 2014].
- <https://itunes.apple.com/my/app/subhaislamicprayerbeads/id313066800?mt=8>, [capaian pada 23 Januari 2014].
- Hui-Shyong Yeo, M.D; Hyotaek Lim, Prof. April 2012. Leveraging Client-side Storage Techniques for Enhanced Use of Multiple Consumer Cloud Storage Services on Resource-Constrained Mobile Devices, Dongseo University, 617-716 Busan, South Korea.
- I. Al-Dib. 2003. *Usus wa mahiirat al-dakwah al-fardiyyah*. Al-Mansurah: Dar al-Warn'.
- Ibid.
- Ibid.
- Ibid.
- Ibid.
- Ibid.
- Ibnu Taimiyah, Majmu' Fatawa, 15/157.
- ICT, (capaian April 2012) Oxford Dictionary Online.
- Intern Lauren Bamard, Mark Sullivan. (2009). PCWorld Magazine
- International Telecommunication Union, (2011), Measuring the Information Society 2011, ISBN 92-61-13801-2
- Islam and Development in Asia. Kuala Lumpur: Institut Kefahaman Islam Malaysia, pp. 61–65.
- Ismail Ibrahim. (1998). Memanfaatkan Teknologi Maklumat dan Komunikasi (ICT) Untuk Islam. Presented at Seminar Memahami Islam menerusi Teknologi Maklumat, Kuala Lumpur, Jun 22–27.
- ITU World Telecommunication/ICT Indicators Database (capaian April 2012), Global ICT developments, URL: <http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics/ict/index.html>. January 26, 2009. External and Internal Influences Paper University of Phoenix Online.
- Jeff Scott, App Store Metrics (capaian April 2012) 148apps.biz, URL: <http://148apps.biz/app-store-metrics>.
- Jenny W., Wei C., Wayne Y., & Emily W. April 18, 2013. Empowering Mobile Assisted Social E-Learning: Students' Expectations and Perceptions. *World Journal of Education*
- Jon Bosak. (2001) XML Basics, University of California Extension Sunnyvale. Sun Microsystems
- K. Khan and S. Khan. (2003). Da'wah via Internet: Opportunities and Challenges. Abstract for Islam Internet Conference in USA, Islamic Society of North America.
- Lee Rainie. (2011). Social Networking Sites and Our Lives.
- Liao, Yu-Jui. (2012). Consumer Behavior on Smartphone, pp.4
- M. U. El-Muhammady. (2000). The Muslim Society as an Information Society. In A. B. Abdul Majeed and S. M. S. Shaikh Mohd Salleh, Mahfudh Syamsul Hadi, H. Muaddib Aminan & Cholil Uman. (1994). K.H. Zainuddin MZ. *Figura Da'i Berjuta Umat*. Surabaya: Penerbit Karunia.
- Muhammad Haezan. (2007). Dakwah Rasulullah Saw Menurut History Islam.
- Nick W., Amol S., dan Li Y. February 2007. Apple Coup: How Steve Jobs Played Hardball in iPhone Birth. *Wall Street Journal Online*.
- Ofcom. (2008). *Social Networking: A Quantitative and Qualitative Research Report Into Attitudes, Behaviours and Use*. London: Office of Communications.
- Peggy W., JoAnna F. (2013). 2013 ILTA/InsideLegal Technology Purchasing Survey.
- Pizzete, L. and Cabot, T. 2012. Database as a Service: A Marketplace Assessment. http://www.mitre.org/work/tech_papers/2012/11_4727/cloud_database_service_dbas.pdf [capaian pada 23 November 2012].
- Ruzain Syukor Mansor. (2011). *Dakwah dan Teknologi Maklumat*. Putrajaya: Penerbit JAKIM.
- Smith, Gene. (04. April 2007). Social Software Building Blocks. nForm. [Online]. [Zitat vom: 07. May 2011.] <http://nform.com/publications/social-software-building-block>.
- Surah Ali-Imran, Al-Quran Al-Karim.
- Surah Al-Maidah, Al-Quran Al-Karim.
- Surah An-Nahl, Al-Quran Al-Karim.
- Terjemahan Tafsir Ibnu Katsir, Al-Imam Ibnu Katsir Al-Dimasyqi, J.1-20, Cetakan Sinar Baru Algesindo, ISBN : 979-670-017-4.
- Webopedia, (capaian April 2012) What is social network? - A Word Definition From the Webopedia Computer Dictionary, URL: http://www.webopedia.com/TERM/S/social_network.html.
- WeChat. (2013). Sharing Content via WeChat Retrieved from <http://dev.wechat.com/intro/>.
- Wikipedia, (capaian April 2012) Information Technology, URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Information_technology.
- Wikipedia, (capaian Mei 2012) Social Media, URL : http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media.
- Wikipedia, (capaian Mei 2012) Social Media, URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media.