

# Impak Penggunaan Media Sosial Sebagai Saluran Perhubungan Awam Islam: Analisis Kajian Rintis

## *The Impact of the Use of Social Media as an Islamic Public Relations Channel: An Analysis of a Pilot Study*

Ahmad Al-Munzir Ridzuan<sup>a\*</sup>, Nor 'Azzah Kamri<sup>a</sup>, Zulkifli Mohd Yusoff<sup>b</sup>

<sup>a</sup>Jabatan Syariah dan Pengurusan, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, 50603, Kuala Lumpur

<sup>b</sup>Jabatan Al-Quran dan Al-Hadith, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya, 50603, Kuala Lumpur

\*Corresponding author: [iva180053@siswa.um.edu.my](mailto:iva180053@siswa.um.edu.my)

### Article history

Received: 2022-02-09

Received in revised form: 2022-04-05

Accepted: 2022-04-10

Published online: 2022-10-31

### Abstract

This pilot study was carried out to determine the level of trustworthiness of the social media impact instrument as a channel of Islamic public relations in Darul Quran towards younger generation. A quantitative study using questionnaire was used, and it was distributed online using Google Form. This study involved 30 participants, ages between 20 to 24. Based on the literature, there are five impacts of social media as an Islamic public relations channel which include awareness, perception, speculation, understanding as well as image and reputation. Therefore, the constructs was created based on these five elements. From the analysis, it was found that the Cronbach's alpha value for the awareness was 0.859, while the perception was 0.969. On the other hand, Cronbach's alpha value for the speculation was 0.881, while the value for understanding element was 0.833. Cronbach's alpha value for the last element which are image and reputation, was 0.935. The results of the five-construct analysis also demonstrate that the mean values are between medium and high. Thus, the result of this study shows that all of these constructs are reliable and can be used for actual data collection.

*Keywords:* Islamic public relation, media social, public relations.

### Abstrak

Kajian rintis ini dijalankan bagi mengukur tahap kebolehpercayaan instrumen impak media sosial sebagai saluran perhubungan awam Islam oleh Darul Quran terhadap generasi muda. Kajian ini dilakukan menggunakan pendekatan reka bentuk kuantitatif iaitu soal selidik, dan ia diedarkan secara dalam talian menggunakan Google Form. Kajian ini melibatkan seramai 30 orang peserta yang berumur 20 hingga 24 tahun. Berdasarkan penelitian literatur, terdapat lima impak media sosial sebagai saluran perhubungan awam Islam iaitu kesedaran, persepsi, spekulasi, persefahaman serta imej dan reputasi. Oleh itu, konstruk yang dibangunkan adalah berdasarkan kelima-lima elemen tersebut. Hasil analisis mendapati bahawa nilai alpha Cronbach bagi elemen kesedaran ialah 0.859, manakala elemen persepsi ialah 0.969. Bagi elemen spekulasi pula nilai alpha Cronbach ialah 0.881 dan elemen persefahaman ialah 0.833. Elemen yang terakhir iaitu imej dan reputasi mencatatkan nilai alpha Cronbach 0.935. Dapatan analisis terhadap kelima-lima konstruk tersebut juga menunjukkan bahawa nilai min berada di tahap sederhana dan tinggi. Tuntasnya, dapatan kajian ini menunjukkan bahawa kesemua konstruk ini mempunyai tahap kebolehpercayaan yang tinggi dan ia boleh digunakan bagi proses pengumpulan data yang sebenar

*Kata kunci:* Perhubungan awam Islam, media sosial, perhubungan awam.

## **1.0 PENGENALAN**

Pada masa kini, penggunaan internet dan media sosial sebagai medium penyebaran maklumat bukan lagi sesuatu yang janggal. Secara amnya, media merupakan saluran perantara perhubungan atau komunikasi bagi menyampaikan dan mendapatkan sesuatu informasi atau maklumat dalam masa yang singkat (*Kamus Dewan*, 2005). Namun begitu, penggunaan media sosial ini telah banyak mempengaruhi pembentukan masyarakat (Nurul Izzaty, Nuraisyah Syakirin & Kamarul Azmi, 2019). Justeru, tidak mustahil apabila dikatakan perubahan masyarakat sejajar dengan perkembangan media (Gaurav & Nity, 2017).

Penggunaan media sosial pada hari ini mempunyai implikasi pengaruh yang luas terhadap setiap lapisan masyarakat tanpa mengira batasan agama, bangsa, jantina dan umur. Oleh itu, tidak hairanlah ramai dalam kalangan masyarakat yang berkecenderungan untuk menggunapakainya (Fahmi, 2017; Fazlinda & Mohammad Siraj Munir, 2018). Berdasarkan laporan akhbar, Malaysia mempunyai nisbah pengguna media sosial yang tertinggi di Asia Tenggara berbanding negara-negara Asia Tenggara yang lain (Mohd Zaky, 2021). Justeru, kadar literasi atau kadar kebolehpayaan masyarakat dalam menggunapakai dan mengendalikan media sosial dalam kalangan masyarakat di Malaysia adalah tinggi.

Salah satu aktiviti yang wajar memanfaatkan penggunaan media sosial adalah aktiviti perhubungan awam. Ini kerana, peranan media sosial sebagai saluran perhubungan awam adalah penting dalam menghubungkan sesuatu entiti dengan khalayak awam atau sasarannya. Ia dianggap sebagai alat komunikasi penting terutamanya dalam pengamala perhubungan awam (Muhammad Zaki, Mohd Faizal, Mohd Yahya & Khairunnezam, 2020). Walaupun secara amnya, media tradisional masih menjadi pilihan bagi segelintir individu dalam kalangan masyarakat, namun media sosial lebih mendominasi lanskap dan menjadi nadi utama penggerak masyarakat dalam kehidupan seharian. Oleh itu peranan media sosial sebagai teras pemangkin perhubungan awam tidak boleh dipandang enteng.

Perhubungan awam yang berteraskan kepada asas-asas Islam atau perhubungan awam Islam wajar diaplikasikan dalam setiap aktiviti perhubungan awam di Malaysia. Hal ini sesuai dengan dengan kedudukan agama Islam sebagai agama persekutuan di Malaysia. Kedudukannya ini telah termaktub dalam Perkara 3(1) Perlembagaan Persekutuan Malaysia (*Perlembagaan Persekutuan*, 2010). Dalam hal ini, Islam bukanlah suatu agama yang dianuti semata-mata bahkan merupakan suatu nilai yang sangat tinggi dan dominan serta diberi keutamaan dan tidak boleh dikecualikan sama sekali dalam segenap perkara (Mastura, Khadijah & Wan Mohd Fazrul Azdi, 2020).

Jika disoroti, kajian berkaitan perhubungan awam Islam dilihat masih baru walaupun dari aspek praktisnya telah lama dilaksanakan (Ahmad Al-Munzir, Nor 'Azzah & Zulkifli, 2021). Justeru, masih terdapat pelbagai dimensi pengkajian yang terbuka luas untuk diteliti. Salah satunya ialah kajian berkaitan impak penggunaan media sosial sebagai saluran perhubungan awam Islam. Dalam konteks kajian ini, kajian rintis ini perlu dilakukan bagi melihat kebolehpercayaan dan kebolehlaksanaan soal selidik yang akan dibangunkan dalam kajian sebenar. Hal ini kerana soal selidik yang telah dibangunkan ini akan diadaptasi dalam konteks yang berbeza berbanding soal selidik yang telah sedia ada. Selain itu, pengkaji juga telah menambah beberapa konstruk baru berdasarkan sorotan literatur terkini yang telah dilakukan. Oleh itu, soal selidik ini akan menjadi instrumen pengukuran yang khusus bagi menilai impak media sosial sebagai saluran perhubungan awam Islam.

Walaupun secara kebiasaannya dapatan kajian rintis tidak dilaporkan, namun ia adalah perintis dan usaha seorang pengkaji dalam menyumbang kepada perkembangan sesuatu bidang

pengkajian (Joy, Dorothy, Jane & Isabelle, 2018). Dalam hal ini, kajian rintis adalah sinonim dengan tahap kebolehpayaan dan kebolehlaksanaan sesuatu instrumen bagi sesuatu kajian berskala besar. Oleh itu, makalah ini akan membincangkan impak penggunaan media sosial sebagai saluran perhubungan awam.

## **2.0 PERMASALAHAN KAJIAN**

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelum ini bahawa pengkajian berkaitan perhubungan awam Islam baru. Sehingga kini, kajian berhubungkait dengan perhubungan awam Islam hanya memberi tumpuan kepada beberapa tema seperti prinsip, etika, potensi dan strategi. Walau bagaimanapun, kajian yang berhubungkait dengan impak perhubungan awam Islam masih belum ditemui. Justeru, ia merupakan ruang bagi pengkaji mengisi kelompongan ini.

Walaupun tidak dinafikan akan kewujudan kajian-kajian lepas berkaitan impak perhubungan awam dari perspektif konvensional, namun penelitian terhadap impak perhubungan awam Islam wajar dibangunkan. Secara amnya, terdapat perbezaan antara sisi pandang konvensional dan juga sisi pandang Islam berkaitan perhubungan awam. Sisi konvensional hanya memuaskan khalayak sasaran berdasarkan kehendak semasa mereka atau kepentingan sesuatu pihak. Namun begitu, sisi pandang Islam bukan sahaja memuaskan khalayak sasaran berdasarkan kehendak mereka semata-mata bahkan menitikberatkan nilai dan peraturan yang ditetapkan dalam Islam.

Berdasarkan manual penyediaan laporan impak sosial, penglibatan komuniti atau pihak berkepentingan dalam proses menganalisis impak adalah penting (*Manual Penyediaan Laporan Penilaian Impak Sosial Bagi Projek Pembangunan*, 2018). Salah satu pendekatan sistematik yang boleh digunakan dalam dalam mengumpulkan persepsi dan pandangan komuniti atau pihak berkepentingan ialah melalui pengedaran borang soal selidik. Sebelum soal selidik ini diedarkan pada khalayak sasaran yang sebenar, soal selidik ini perlu melalui beberapa proses dan salah satu prosesnya ialah ujian kebolehppercayaan instrumen soal selidik tersebut melalui kajian rintis.

Kajian rintis ini juga tidak boleh dilakukan tanpa proses pembangunan soal selidik. Bagi membangunkan soal selidik, sorotan literatur perlu dilakukan melalui penerokaan terhadap pelbagai sumber kajian-kajian terdahulu seperti tesis dan jurnal. Langkah ini penting untuk mengenalpasti konsep atau komponen utama yang berkaitan dengan konteks kajian.

## **3.0 OBJEKTIF KAJIAN**

Matlamat utama kajian ini adalah untuk menguji kebolehppercayaan instrumen soal selidik berkaitan impak media sosial sebagai saluran perhubungan awam Islam yang telah dibangunkan sebelum kajian sebenar dijalankan. Kajian ini penting bagi mengurangkan ralat dalam kajian sebenar kerana kebolehppercayaan soal selidik yang bakal digunakan perlu diuji terlebih dahulu. Selain itu juga, kajian ini bermatlamat untuk mengenalpasti konstruk-konstruk utama yang berkaitan dengan impak perhubungan awam Islam.

## **4.0 SOROTAN LITERATUR**

Perbincangan berkaitan latar belakang kajian ini meliputi empat aspek iaitu media sosial di Malaysia, perhubungan awam Islam dan perhubungan awam konvensional, perhubungan awam Islam melalui media di Darul Quran serta impak media sosial sebagai perhubungan awam Islam.

#### **4.1 Media Sosial di Malaysia**

Pendigitalan merupakan salah satu teknologi yang telah banyak mengubah cara hidup masyarakat (Paivi, Maarit, Jukka & Susanna, 2017). Salah satu teknologi yang telah berkembang kearah pendigitalan adalah media. Rentetan daripada itu, terhasil pelbagai bentuk media digital termasuklah media sosial. Dalam hal ini, media sosial merujuk kepada media secara dalam talian yang membolehkan pengguna menyertai, berkongsi dan mencipta kandungan yang tersendiri (Kamus Dewan, 2005). Realiti hari ini telah menunjukkan bahawa media sosial sedang melalui proses perkembangan yang sangat pesat dengan penumpuan teknologi digital terhadap peranti seperti telefon pintar, komputer riba, tablet dan lain-lain.

Di Malaysia, terdapat seramai 28 juta orang pengguna media sosial (Bernama, 2021a). Jumlah ini adalah 87.5 peratus daripada jumlah populasi masyarakat Malaysia dan ia menunjukkan peningkatan 1.3 peratus dari tahun sebelumnya (Kajian Pengguna Internet, 2020). Daripada jumlah pengguna tersebut, 98.7 peratus menggunakan telefon pintar untuk mengakses media sosial bagi pelbagai tujuan (Kenyataan Media: Penggunaan dan Capaian ICT oleh Individu dan Isi Rumah 2020, 2021).

Berdasarkan laporan oleh Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM), terdapat 3 aplikasi media sosial yang mempunyai jumlah penggunaan paling banyak di Malaysia iaitu Facebook, Youtube dan Instagram (Kajian Pengguna Internet, 2020). Antara faktor yang menyumbang kepada peningkatan akses pengguna adalah disebabkan peningkatan peratus capaian jalur lebar. Pada tahun 2020, peratus capaian internet telah meningkat kepada 91.7 peratus berbanding tahun 2019 iaitu 90.1 peratus (Bernama, 2021b).

Di samping itu juga, peranti elektronik yang menyokong kepada penggunaan media digital juga kini disifatkan sebagai mampu milik. Selain itu, pihak syarikat telekomunikasi juga sentiasa bersaing untuk menawarkan perkhidmatan terbaik dengan bayaran yang murah (Bernama, 2021c). Dalam hal ini juga, kerajaan tidak ketinggalan dalam membantu golongan yang kurang berkemampuan untuk mendapatkan kemudahan tersebut melalui penawaran bantuan atau pakej-pakej tertentu (Ahmad Fadhullah, 2021).

#### **4.2 Perhubungan Awam Islam dan Perhubungan Awam Konvensional**

Berdasarkan kerancangan perkembangan media di Malaysia, maka tidak hairanlah kebanyakan organisasi termasuklah organisasi berteraskan Islam mula mengorak langkah dengan mewujudkan saluran media sosial mereka tersendiri bagi pelbagai tujuan. Salah satu daripada tujuannya juga adalah sebagai saluran perhubungan awam Islam. Walaupun tema Islam tidak ditonjolkan secara jelas dalam perhubungan awam di mana-mana organisasi termasuklah organisasi berteraskan Islam, namun dari sudut pengamalannya, terdapat organisasi yang memenuhi kriteria sebagai perhubungan awam Islam.

Secara amnya, fungsi perhubungan awam Islam dan perhubungan awam konvensional adalah sama iaitu proses penyampaian kepada khalayak sasaran atau publik. Walau bagaimanapun, terdapat perbezaan dari sudut pendefinisian antara perhubungan awam Islam dan perhubungan awam konvensional. Jadual 1 menunjukkan perbezaan antara kedua-duanya.

**Jadual 1:** Definisi Perhubungan Awam Islam dan Perhubungan Awam Konvensional

Definisi	
Perhubungan Awam Islam	Perhubungan Awam Konvensional
Perhubungan awam Islam merupakan wadah bagi mewujudkan persekitaran yang sihat dan membangunkan individu dan organisasi yang harmoni, saling memahami, saling menghormati dan menjaga hak bersama berteraskan prinsip dan nilai Islam (Md Sharif, 2015).	Perhubungan awam sebagai satu fungsi pengurusan yang bertujuan untuk menilai tingkah laku masyarakat, mengenalpasti polisi dan peraturan secara individu atau berkumpulan sesuai dengan keperluan masyarakat (Allen, Glen & Scott, 2000).
Perhubungan awam Islam penting bagi melindungi hak pihak berkepentingan dan membina reputasi organisasi berlandaskan mesej yang terkandung di dalam al-Quran dan Hadis (Md Shahidul & Jamilah, 2016)	Perhubungan awam merupakan satu proses bagi menjamin kedudukan organisasi agar mempunyai imej dan reputasi yang baik pada perspektif masyarakat (Jim, 2012).
Perhubungan awam Islam merupakan satu fungsi pengurusan yang berstrategi, pelaksanaan yang sistematik dan penilaian yang menyeluruh bagi mencapai matlamat yang telah ditetapkan melalui pembentukan jalinan muhibah antara organisasi dengan masyarakat berlandaskan prinsip-prinsip yang terkandung dalam al-Quran dan al-Sunnah serta tidak bertentangan dengan norma masyarakat (Ahmad Al-Munzir, Nor 'Azzah & Zulkifli, 2021).	Perhubungan awam sebagai satu proses yang dirancang agar mempengaruhi persepsi dan tanggapan masyarakat melalui pembinaan imej yang kukuh dan prestasi yang baik (Fraser, 2014).

Berdasarkan definisi yang telah dikemukakan diatas, perbezaan antara perhubungan awam Islam dan perhubungan awam konvensional ialah asas yang mendasari perhubungan awam tersebut. Bagi perhubungan awam Islam, asas utama kepada aktiviti perhubungan awam ialah al-Quran dan al-Sunnah. Hal ini berbeza dengan perhubungan awam konvensional yang hanya menekankan aspek manusiawi yang berasaskan positivisme.

Selain itu, berdasarkan penelitian terhadap kajian-kajian lepas juga, pengkaji turut mendapati bahawa terdapat pelbagai prinsip perhubungan awam Islam dan perhubungan awam konvensional yang menjadi asas dalam proses perhubungan awam. Jadual 2 menunjukkan perbezaan antara kedua-duanya.

**Jadual 2:** Prinsip Perhubungan Awam Islam dan Perhubungan Awam Konvensional

Prinsip	
Perhubungan Awam Islam	Perhubungan Awam Konvensional

<p>Yongbao dan Yong (2013) :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memartabatkan manusia</li> <li>2. Saling menghormati</li> <li>3. Kesaksamaan</li> <li>4. Keamanan</li> </ol>	<p>Patricia (2008):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kejujuran</li> <li>2. Keterbukaan</li> <li>3. Kesetiaan</li> <li>4. Keadilan</li> <li>5. Penghormatan</li> <li>6. Integriti</li> <li>7. Berterus terang</li> </ol>
<p>Md Shahidul dan Jamilah (2016):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keikhlasan dan kebenaran</li> <li>2. Melaksanakan apa yang telah dimaklumkan</li> <li>3. Berlemah lembut dalam penyampaian</li> <li>4. Pendekatan yang beransur-ansur</li> <li>5. Melaksanakan sesuai dengan keperluan khalayak sasaran</li> </ol>	<p>Amila (2016):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keberanian</li> <li>2. Penghormatan</li> <li>3. Tanggungjawab</li> <li>4. Keadilan</li> <li>5. Keprihatinan</li> </ol>
<p>Ahmad Al-Munzir, Nor 'Azzah dan Zulkifli (2021) :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membina persefahaman</li> <li>2. Menegakkan kebenaran</li> <li>3. Mengotakan janji</li> <li>4. Laras bahasa yang baik</li> <li>5. Pendekatan yang bersesuaian</li> </ol>	<p>Aditya, Sushil, Anil, M. Srinath dan Ajay (2017):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Komunikasi yang jujur</li> <li>2. Menangani lebih maklumat</li> <li>3. Penggunaan teknik yang sesuai</li> <li>4. Pemilihan saluran yang tepat</li> <li>5. Memastikan maklumat sampai</li> </ol>

### **4.3 Perhubungan Awam Islam Melalui Media di Darul Quran**

Darul Quran merupakan salah sebuah organisasi Islam yang terdapat di Malaysia. Hal ini berdasarkan dasar kualiti Darul Quran yang komited dalam memastikan keperluan pelanggan dipenuhi serta penambahbaikan yang berterusan akan dilaksanakan berasaskan piawaian ISO 9001:2015 (Sistem Pengurusan Berkualiti) dan MS 1900:2014 (Sistem Pengurusan Berkualiti Berasaskan Syariah). Pengiktirafan sistem pengurusan kualiti ISO 9001: 2015 dan MS 1900:2014 yang diberikan oleh Jabatan Standart Malaysia (JSM) kepada sesebuah organisasi memaparkan bahawa organisasi jah 1tersebut telah mencapai piawaian pengurusan yang telah ditetapkan dari aspek kecekapan, kesesuaian dan kualiti.

Sehingga kini, terdapat sebanyak 38 buah organisasi yang telah berjaya memperoleh pengiktirafan MS 1900:2014 (Sistem Pengurusan Berkualiti Berasaskan Syariah) meliputi pelbagai sector seperti

pentadbiran awam, korporat, pengajian tinggi, pentadbiran Islam dan kehakiman (Nur Fatin Nabilah & Siti Arni, 2021). Darul Quran merupakan salah sebuah organisasi yang telah memperolehi pengiktirafan ini. Ia bukan sahaja memiliki sistem pengurusan berkualiti semata-mata bahkan merupakan salah sebuah organisasi yang mempunyai sistem pengurusan yang mematuhi piawaian yang telah digariskan oleh Islam. Oleh itu, apabila Darul Quran telah memperolehi pengiktirafan MS 1900:2014, maka tidak boleh tidak, sistem pengurusan perhubungan awam yang diamalkan di Darul Quran juga pasti selari dengan tuntutan Islam.

Selain itu, Darul Quran juga turut mempunyai seksyen komunikasi korporatnya yang tersendiri dalam hierarki pengurusannya bagi menguruskan aktiviti perhubungan awam di Darul Quran. Dari sudut saluran media, Darul Quran kini hanya memfokuskan kepada saluran media baru bagi aktiviti perhubungan awamnya. Hal ini disebabkan prospeknya yang besar berbanding media tradisional yang lain. Kesimpulannya, Darul Quran merupakan salah sebuah organisasi yang mengamalkan perhubungan awam Islam dalam proses perhubungan awamnya termasuklah melalui saluran media. Hal ini dibuktikan melalui pengiktirafan piawaian MS 1900:2014 yang telah diterima.

#### **4.4 Impak Media Sosial Terhadap Pehubungan Awam Islam**

Terdapat dua anjakan penting penggunaan media sosial sebagai saluran perhubungan awam (Jagdish, 2018). Pertama, peralihan komunikasi tradisional (satu kepada ramai) kepada media sosial (rangkaiannya) yang dilihat lebih mudah dan cepat. Kedua, penggunaan media sosial yang dilihat bersifat interaktif berbanding media tradisional yang dilihat bersifat pasif.

Justeru, tidak hairanlah peranan media sosial sebagai saluran perhubungan awam Islam sangat memberi impak yang signifikan terhadap organisasi dari pelbagai dimensi. Dalam hal ini, pengkaji mengkategorikan impak penggunaan media sosial sebagai saluran perhubungan awam Islam kepada lima kategori seperti berikut:

- a) Membentuk kesedaran masyarakat terhadap organisasi.

Bagi sesebuah organisasi, menyedarkan masyarakat akan kewujudannya merupakan salah satu faktor kritikal yang seharusnya menjadi agenda utamanya (Heewon, Jennifer & Craig, 2019). Hal ini kerana kesedaran masyarakat terhadap organisasi menjadi penanda aras kelangsungan serta kebolehpayaannya untuk mencapai visi dan misi yang telah ditetapkan. Justeru, dengan menggunakan media sosial, kesedaran masyarakat terhadap organisasi menjadi lebih global dan tidak terhad kepada sesuatu kelompok semata-mata.

Salah satu kaedah dalam membentuk kesedaran masyarakat adalah melalui proses penyampaian atau pemberian maklumat (*tabligh*). Proses yang dilakukan ini perlu dilakukan tanpa ada unsur penipuan dan sebagainya. Bagi meningkatkan lagi tahap kesedaran masyarakat terhadap organisasi, konsep bekerjasama (*ta'awun*) dalam kalangan warga kerja dalam sesebuah organisasi perlu diterapkan bagi meningkatkan tahap hebahan dalam kalangan masyarakat sama ada melalui teknik tradisional atau moden. Allah s.w.t telah berfirman:

*“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.” (Q.S. al-maidah 5:2)*

- b) Meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap organisasi

Dalam konteks ini, persepsi merujuk kepada gambaran, bayangan, pandangan atau tanggapan (Kamus Dewan, 2005) yang terhasil melalui rangsangan-rangsangan yang diterima tentang

sesuatu perkara yang berhubungkait dengan organisasi (Rizky Fahri, 2018). Persepsi merupakan suatu rangsangan yang boleh diuruskan melalui aktiviti perhubungan awam yang strategik dengan memaparkan elemen-elemen yang baik berkaitan organisasi. Hakikatnya, persepsi seseorang akan memberi kesan terhadap tahap kepercayaan seseorang khususnya melalui pengalaman yang pernah dilaluinya sebelum ini. Selain itu juga, persepsi juga boleh dipengaruhi oleh keinginan atau matlamat yang diinginkan oleh seseorang (Ahmad Atory, 2002). Abdul Rahman (2011) pula telah menyatakan bahawa persepsi individu terhadap sesuatu perkara dipengaruhi oleh tiga aspek iaitu perhatian yang selektif, rangsangan yang bergerak dan keperluan individu.

c) Mengurangkan spekulasi

Spekulasi dalam konteks ini merujuk kepada pendapat, kesimpulan atau andaian yang tidak berasaskan kenyataan atau fakta (*Kamus Dewan*, 2005). Dalam konteks Islam, spekulasi adalah tidak dibenarkan. Hal ini sebagaimana firman Allah s.w.t yang bermaksud:

*“Hai orang-orang yang beriman! Jaubilah banyak prasangka, sesungguhnya sebahagian prasangka itu adalah dosa”. (Q.S. al-hujurat 49:12)*

Hakikatnya, spekulasi terhadap sesebuah organisasi adalah suatu yang sukar dielakkan dan semua organisasi berhadapan dengan risiko yang sama. Salah satu faktornya adalah disebabkan persaingan antara organisasi.

d) Membentuk persefahaman antara organisasi dengan masyarakat

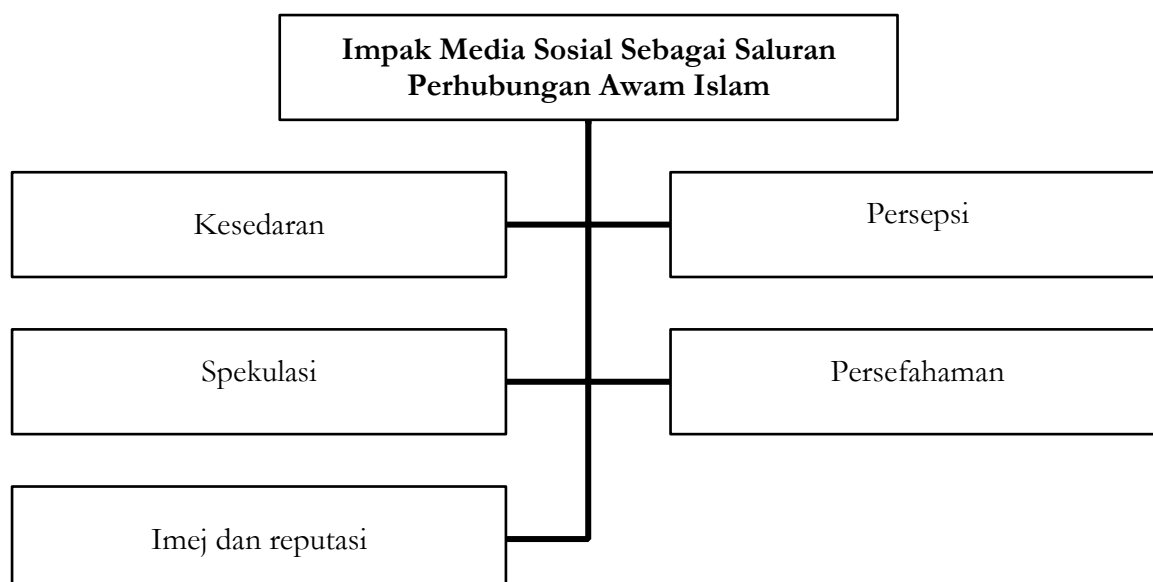
Salah satu kaedah dalam mencapai persefahaman adalah melalui interaksi dan permuafakatan antara kedua-duanya. Ia merupakan matlamat utama bagi kebanyakan organisasi yang menggunakan media sosial sebagai saluran perhubungan awam (Adedoyin Yetunde, 2016). Kesan daripada persefahaman yang terbentuk ini bukan sahaja memberi pulangan materialistik terhadap kedua-dua belah pihak bahkan turut memberi pulangan dari aspek nilai-nilai yang baik seperti emosi, sosial dan intelektual (Suzy, Michelle, Alicia & Aylin, 2016).

e) Melestarikan imej dan reputasi organisasi

Imej dan reputasi sesebuah organisasi bukan sahaja perlu dipaparkan bahkan perlu dilindungi (Cristina, Alicia & Rafael, 2020). Hal ini kerana, imej dan reputasi organisasi menggambarkan potensi, kualiti dan kredibiliti organisasi. Oleh itu, kesan daripada imej dan reputasi yang baik menyebabkan masyarakat berminat dan setia kepada organisasi, produk atau perkhidmatan yang ditawarkan (Hairunnizam, Abu Hassan & Sanep, 2016). Di samping itu juga, imej dan reputasi yang baik membolehkan organisasi terus kukuh dan relevan untuk bersaing di pasaran terbuka (Amaia, Pilar & Javier, 2018).

Berdasarkan pembahasan diatas, pengkaji dapat merumuskan bahawa impak penggunaan media sosial sebagai saluran perhubungan awam Islam boleh dikategorikan kepada lima sebagaimana Rajah 1





**Rajah 1:** Impak Media Sosial sebagai Saluran Perhubungan Awam Islam

## 5.0 KAEDAH PENYELIDIKAN

Secara amnya, kajian rintis ini dijalankan dengan menggunakan reka bentuk kajian kuantitatif. Ia dijalankan bertujuan untuk mengenalpasti kesesuaian instrumen yang dibangunkan. Selain itu juga, ia bertujuan bagi mendapatkan pengesahan terhadap tahap kebolehpercayaan soal selidik yang dibangunkan sebelum kajian sebenar yang lebih besar dijalankan (Sandra, Gillian, Micheal, Lehana, Sally, Claire & Christine, 2016). Dalam konteks ini, kebolehpercayaan merujuk kepada konsistensi data yang diperolehi melalui proses pengumpulan data (Mohd Syaubari & Ahmad Yunus, 2018). Antara elemen yang mempengaruhi kebolehpercayaan ini ialah konstruk dan kandungan item dalam soal selidik yang dibangunkan.

### 5.1 Pembentukan Soalan

Pembentukan kandungan item dalam soal selidik dilakukan bermula dengan proses penyusunan kerangka tema berdasarkan penelitian literatur untuk dijadikan penanda aras dalam mengukur setiap konstruk yang terdapat dalam kajian ini. Secara amnya, soal selidik ini dibangunkan berdasarkan lima konstruk iaitu kesedaran, persepsi, spekulasi, persefahaman serta imej dan reputasi. Jadual 3 menunjukkan perincian item dalam soal selidik.

**Jadual 3:** Tema dan jumlah soalan soal selidik

Konstruk	Jumlah soalan
Kesedaran	7
Persepsi	8
Spekulasi	7
Persefahaman	7
Imej dan reputasi	9

Soalan-soalan yang telah dibangunkan ini telah diadaptasi dari beberapa soal selidik kajian lepas antaranya oleh Wazharatul Fajariyyah (2004); Mokhtarrudin (2011); Arivalan (2015); Vidyashri dan Shivagangamma (2017) serta P. Uma Rani dan Padmalosani (2019). Selain itu, ia juga dibangunkan berdasarkan sorotan literatur yang telah dilakukan. Dari aspek skala pengukuran pula, pengkaji telah menggunakan skala pilihan jawapan empat mata iaitu 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Setuju dan 4 = Sangat Setuju. Pemilihan skala linkert empat mata ini adalah kerana ianya mudah untuk diuruskan dan cepat untuk dijawab oleh responden (Weksi, 2013).

Seterusnya, soalan-soalan yang telah dibangunkan ini akan distrukturkan sebelum ia dikemukakan kepada tiga orang panel pakar daripada universiti tempatan bagi melakukan pengesahan soalan. Mereka terdiri daripada dua pakar dalam bidang media dan perhubungan awam serta seorang pakar dalam bidang metodologi kajian. Pengesahan ini penting bagi memastikan soalan yang dibangunkan menepati kehendak kajian dengan tatabahasa yang betul serta sejauh mana ia berjaya mengukur apa yang dikehendaki oleh kajian (Azizi, Peter, Ismail & Mohd Dahlan, 2017).

Secara keseluruhannya, panel pakar memperakui bahawa instrumen ini berupaya untuk mengukur aspek kandungan yang dikehendaki. Dalam masa yang sama juga, terdapat beberapa pandangan bagi menambahbaik kandungan telah dikemukakan antaranya terdapat satu pemboleh ubah dalam satu soalan dan kewujudan soalan yang bertindan dan mengukur perkara yang sama. Justeru, pengkaji mengambil maklum dan melakukan penambahbaikan berdasarkan pandangan dan komentar yang telah dikemukakan tersebut.

## **5.2 Pelaksanaan Kajian**

Soal selidik bagi tujuan kajian rintis ini dilakukan secara dalam talian menggunakan aplikasi *Google Form* dan ia melibatkan seramai 30 orang responden. Jumlah ini adalah memadai untuk dijalankan kajian rintis selaras dengan penetapan jumlah minimum oleh George dan Gordon (2010). Dari aspek responden pula, kajian rintis ini hanya melibatkan generasi muda dalam julat umur 20 hingga 24 tahun sahaja. Justifikasi pemilihan mereka adalah kerana julat umur sedemikian merupakan golongan yang paling tinggi menggunakan media sosial (Abdul Rashid, Mohd Faizal & Nor Hamizah, 2021). Selain itu, media sosial juga merupakan medium pilihan mereka dalam meluaskan pengetahuan dan mendapatkan maklumat (Wathsala, 2018). Oleh itu, media sosial merupakan saluran media perhubungan awam yang memberi impak yang sangat signifikan terhadap generasi muda (P. Uma Rani & Padmalosani, 2019) dalam mempengaruhi minda, sikap dan tingkah lakunya (Mohd Fadhil & Mardzelah, 2021).

Pensampelan yang digunakan dalam kajian ini ialah pensampelan bola salji (*snowball sampling*). Proses ini dilakukan bermula dengan pengedaran kepada responden yang berada dalam rangkaian media sosial pengkaji. Seterusnya, mereka diminta untuk membantu memanjangkan soal selidik tersebut kepada kenalan dalam rangkaian media sosial mereka masing-masing untuk dilengkapkan. Melalui teknik ini, pengkaji mengharapkan dapat memperoleh maklumat dari responden yang mempunyai latar belakang yang pelbagai.

## **5.3 Pasca Kajian**

Dapatan kajian rintis ini dianalisis menggunakan perisian *Statistical Package of Social Science* (SPSS) versi 26 secara deskriptif dan inferensi. Analisis deskriptif digunakan bagi memerihalkan keadaan data yang diperolehi daripada responden kajian agar mudah difahami sama ada dalam bentuk kekerapan, peratusan dan sebagainya.

Bagi mengukur tahap kebolehpercayaan item-item yang dikemukakan, pengkaji telah merujuk kepada nilai pekali kebolehpercayaan Alpha Cronbach. Secara amnya, Keith (2018) menyatakan bahawa nilai Alpha Cronbach 0.70 merupakan nilai yang baik bagi mengukur tahap kebolehpercayaan atau ketekalan sesuatu konstruk. Jadual 4 merupakan interpretasi nilai Alpha Cronbach yang digunapakai dalam kajian rintis ini.

**Jadual 4:** Interpretasi Nilai Alpha Cronbach

Nilai Alpha Cronbach	Interprestasi Kebolehpercayaan
0.9 - 1.0	Sangat baik dan efektif dengan tahap konsistensi yang tinggi
0.7 - 0.8	Baik dan boleh diterima
0.6 - 0.7	Boleh diterima
<0.6	Item perlu diperbaiki
<0.5	Item perlu digugurkan

Bagi melihat kadar maklum balas responden, pengkaji telah mengkategorikan skala pilihan jawapan empat mata kepada tiga peringkat. Hal ini membolehkan analisis yang dilakukan lebih jelas dan bermakna. Jadual 5 merupakan interpretasi skor min yang digunapakai dalam kajian rintis ini.

**Jadual 5:** Interpretasi Skor Min

Tahap	Skor min
Rendah	1.00 hingga 2.00
Sederhana	2.01 hingga 3.00
Tinggi	3.01 hingga 4.00

## 6.0 PENEMUAN KAJIAN

Sebanyak 30 orang responden dalam kalangan generasi muda telah memberi maklum balas terhadap soal selidik yang telah diedarkan. Sehubungan dengan itu, Jadual 6 menunjukkan taburan responden bagi soal selidik yang telah diedarkan.

**Jadual 6:** Taburan Responden (n=30)

Umur	Jantina			
	Lelaki		Perempuan	
	Frekuensi	Peratus	Frekuensi	Peratus
20 tahun	6	20	0	0
21 tahun	3	10	1	3.33
22 tahun	5	16.67	2	6.67
23 tahun	7	23.33	2	6.67
24 tahun	3	10	1	3.33
Jumlah	24	80	6	20

Berdasarkan Jadual 6, kajian rintis ini disertai oleh 30 orang responden (n=30) yang terdiri daripada generasi muda yang berumur 20 hingga 24 tahun. Daripada jumlah tersebut, terdapat seramai 24 orang responden lelaki (80 peratus) dan 6 orang responden perempuan (20 peratus). Secara terperinci, majoriti responden lelaki iaitu 7 orang berusia 23 tahun (23.33 peratus). Ia diikuti dengan responden yang berumur 20 tahun iaitu seramai 6 orang (20 peratus). Seterusnya,

terdapat seramai 5 orang responden berumur 22 tahun (16.67 peratus). Terdapat 2 kumpulan umur yang mencatatkan jumlah responden terendah iaitu responden yang berumur 21 tahun iaitu 3 orang (10 peratus) dan responden yang berumur 24 tahun iaitu 3 orang (10 peratus).

Bagi responden perempuan pula, terdapat 2 kumpulan umur yang mencatatkan jumlah responden yang tertinggi iaitu responden yang berumur 22 tahun iaitu 2 orang (6.67 peratus) dan responden yang berumur 23 tahun iaitu 2 orang (6.67 peratus). Begitu juga terdapat 2 kumpulan umur yang mencatatkan jumlah responden terendah iaitu responden yang berumur 21 tahun iaitu seorang (3.33 peratus) dan responden yang berumur 24 tahun iaitu seorang (3.33 peratus). Kesimpulannya, jumlah taburan responden tertinggi adalah dalam kalangan lelaki yang berumur 23 tahun manakala jumlah taburan responden terendah ialah dalam kalangan perempuan yang berumur 21 dan 24 tahun.

Bagi melihat konsistensi dalam soal selidik yang telah digunakan, ujian terhadapnya telah dilaksanakan dengan menggunakan ujian Alpha Cronbach. Jadual 7 menunjukkan nilai Alpha Cronbach bagi kelima-lima konstruk adalah seperti berikut:

**Jadual 7:** Nilai Alpha Cronbach

	<b>Kesedaran</b>	<b>Persepsi</b>	<b>Spekulasi</b>	<b>Persefahaman</b>	<b>Imej dan reputasi</b>
Alpha Cronbach	0.859	0.969	0.881	0.833	0.935

Jadual 7 menunjukkan tahap kebolehpercayaan ke atas lima konstruk iaitu (1) kesedaran, (2) persepsi, (3) spekulasi, (4) persefahaman dan (5) imej dan reputasi. Nilai Alpha Cronbach tertinggi ialah pada konstruk persepsi iaitu dengan nilai 0.969 dan diikuti konstruk imej dan reputasi dengan nilai Alpha Cronbach 0.935. Bagi konstruk spekulasi pula, nilai Alpha Cronbach ialah 0.881 manakalah konstruk kesedaran memperoleh Alpha Cronbach 0.859. Bagi konstruk persefahaman, nilai Alpha Cronbach yang diperolehi ialah 0.833. Secara amnya, pengkaji mendapati bahawa instrumen ini mempunyai tahap kebolehpercayaan yang tinggi untuk digunakan dalam kajian yang sebenar.

Bagi melihat impak media sosial sebagai saluran perhubungan awam Islam secara holistik, pengkaji akan memperincikannya dalam bentuk jadual seperti berikut:

**Jadual 8:** Nilai min dan sisihan piawai (n=30)

<b>Konstruk</b>	<b>Min</b>	<b>Sisihan piawai</b>
Kesedaran	3.3238	.51975
Persepsi	3.4519	.55359
Spekulasi	3.2190	.53680
Persefahaman	3.3852	.51601
Imej dan reputasi	2.9095	.54943

Jadual 9, 10, 11, 12 dan 13 menunjukkan nilai minimum, maksimum, min dan sisihan piawai bagi setiap konstruk yang telah dibangunkan. Jika dilihat secara umum, dapatan

menunjukkan bahawa tidak terdapat banyak perbezaan nilai antara kelima-lima konstruk yang telah dibangunkan. Justeru, berikut adalah dapatan terperinci bagi setiap konstruk:

**Jadual 9:** Nilai minimum, maksimum, min dan sisihan piawai bagi konstruk kesedaran (n=30)

Konstruk	Soalan	Minimum	Maksimum	Min	Sisihan piawai
Kesedaran	1	2	4	3.53	.571
	2	2	4	3.50	.572
	3	1	4	3.23	.728
	4	2	4	3.43	.568
	5	1	4	3.33	.802
	6	2	4	3.47	.681
	7	1	4	2.77	.935

Jadual 9 menunjukkan dapatan nilai minimum, maksimum, min dan sisihan piawai bagi konstruk kesedaran. Secara amnya, majoriti responden memberi maklum balas terhadap item yang dikemukakan antara 2 iaitu tidak setuju (nilai minimum) dan 4 iaitu sangat setuju (nilai maksimum). Namun terdapat 3 item yang dikemukakan menunjukkan bahawa terdapat responden memberikan maklum balas 1 iaitu sangat tidak bersetuju. Item tersebut ialah “seksyen komunikasi korporat terdapat dalam hierarki pengurusan Darul Quran”, “Darul Quran menawarkan program tahfiz di peringkat sijil” dan “Darul Quran menawarkan program tahfiz di peringkat sarjana muda”.

Jika diteliti pada nilai min pula, ia berada di antara 2.77 hingga 3.53. Dapatan kajian yang menunjukkan nilai min yang tertinggi ialah item “saya mengetahui kewujudan Darul Quran” dengan nilai min 3.53 dengan sisihan piawai 0.571 manakala nilai min terendah ialah item “Darul Quran menawarkan program ijazah sarjana muda tahfiz” dengan nilai min 2.77 dan sisihan piawai 0.935.

Dapatan ini menunjukkan bahawa tahap kesedaran responden berada di kedudukan sederhana dan tinggi. Justeru, instrumen ini mempunyai kualiti yang wajar untuk digunakan dalam kajian yang sebenar.

**Jadual 10:** Nilai minimum, maksimum, min dan sisihan piawai bagi konstruk persepsi (n=30)

Konstruk	Soalan	Minimum	Maksimum	Min	Sisihan piawai
Persepsi	8	2	4	3.40	.675
	9	2	4	3.43	.679
	10	2	4	3.43	.679
	11	2	4	3.50	.572
	12	2	4	3.57	.568
	13	2	4	3.37	.615
	14	2	4	3.37	.615
	15	2	4	3.50	.572
	16	2	4	3.50	.572

Jadual 10 menunjukkan dapatan nilai minimum, maksimum, min dan sisihan piawai bagi konstruk persepsi. Secara amnya, majoriti responden memberi maklum balas terhadap item yang dikemukakan antara 2 iaitu tidak setuju (nilai minimum) dan 4 iaitu sangat setuju (nilai maksimum).

Jika diteliti pada nilai min pula, ia berada di antara 3.37 hingga 3.57. Dapatan kajian yang menunjukkan nilai min yang tertinggi ialah item “saya yakin bahawa graduan Darul Quran mempunyai peluang untuk melanjutkan pengajian di institusi pengajian tinggi lain” dengan nilai min 3.57 dengan sisihan piawai 0.568 manakala terdapat dua item yang menunjukkan nilai min terendah iaitu item “saya yakin bahawa graduan Darul Quran mempunyai prospek kerjaya yang baik” dan “saya yakin bahawa graduan Darul Quran berupaya memainkan peranan dalam masyarakat” dengan nilai min 3.37 dan sisihan piawai 0.572.

Dapatan ini menunjukkan bahawa tahap persepsi responden berada di kedudukan tinggi. Justeru, instrumen ini mempunyai kualiti yang wajar untuk digunakan dalam kajian yang sebenar.

**Jadual 11:** Nilai minimum, maksimum, min dan sisihan piawai bagi konstruk spekulasi (n=30)

Konstruk	Soalan	Minimum	Maksimum	Min	Sisihan piawai
Spekulasi	17	2	4	3.27	.640
	18	1	4	2.97	.850
	19	1	4	3.23	.817
	20	2	4	3.10	.759
	21	2	4	3.30	.596
	22	2	4	3.40	.621
	23	2	4	3.27	.0583

Jadual 11 menunjukkan dapatan nilai minimum, maksimum, min dan sisihan piawai bagi konstruk spekulasi. Secara amnya, majoriti responden memberi maklum balas terhadap item yang dikemukakan antara 2 iaitu tidak setuju (nilai minimum) dan 4 iaitu sangat setuju (nilai maksimum). Namun terdapat 2 item yang dikemukakan menunjukkan bahawa terdapat responden memberikan maklum balas 1 iaitu sangat tidak bersetuju. Item tersebut ialah “saya mendapat maklumat yang jelas tentang Darul Quran” dan “saya mendapat maklumat yang cepat tentang Darul Quran”.

Jika diteliti pada nilai min, ia berada di antara 2.97 hingga 3.40. Dapatan kajian yang menunjukkan nilai min yang tertinggi ialah pada item “penyebaran maklumat secara berkala boleh diterima baik oleh masyarakat” dengan nilai min 3.40 dan sisihan piawai 0.621 manakala nilai min terendah ialah pada item “saya mendapat maklumat yang jelas dari Darul Quran” dengan nilai min 2.97 dan sisihan piawai 0.850.

Dapatan ini menunjukkan bahawa aktiviti perhubungan awam melalui media sosial Darul Quran berupaya mengurangkan spekulasi dalam kalangan responden pada tahap sederhana dan tinggi. Justeru, instrumen ini mempunyai kualiti yang wajar untuk digunakan dalam kajian yang sebenar.

**Jadual 12:** Nilai minimum, maksimum, min dan sisihan piawai bagi konstruk persefahaman (n=30)

Konstruk	Soalan	Minimum	Maksimum	Min	Sisihan piawai
Persefahaman	24	2	4	3.03	.718
	25	2	4	3.20	.610
	26	2	4	3.13	.629
	27	2	4	3.10	.662
	28	1	4	3.03	.850
	29	1	4	2.97	.765
	30	1	4	3.10	1.094

Jadual 12 menunjukkan dapatan nilai minimum, maksimum, min dan sisihan piawai bagi konstruk persefahaman. Secara amnya, majoriti responden memberi maklum balas terhadap item yang dikemukakan antara 2 iaitu tidak setuju (nilai minimum) dan 4 iaitu sangat setuju (nilai maksimum). Namun terdapat 3 item yang dikemukakan menunjukkan bahawa terdapat responden memberikan maklum balas 1 iaitu sangat tidak bersetuju. Item tersebut ialah “kakitangan Darul Quran adalah berintegriti”, “tenaga pengajar Darul Quran adalah pakar dalam bidang al-Quran” dan “tenaga pengajar Darul Quran adalah pakar dalam bidang akademik”.

Jika diteliti pada nilai min, ia berada di antara 2.97 hingga 3.20. Dapatan kajian yang menunjukkan nilai min yang tertinggi ialah pada item “interaksi yang dilakukan mewujudkan suasana harmoni” dengan nilai min 3.20 dan sisihan piawai 0.610 manakala nilai min terendah iaitu pada item “hubungan saya dengan Darul Quran adalah mesra” dengan nilai min 2.97 dan sisihan piawai 0.765.

Dapatan ini menunjukkan bahawa aktiviti perhubungan awam melalui media sosial Darul Quran berupaya membentuk persefahaman dengan responden pada tahap sederhana dan tinggi. Justeru, instrumen ini mempunyai kualiti yang wajar untuk digunakan dalam kajian yang sebenar

**Jadual 13:** Nilai minimum, maksimum, min dan sisihan piawai bagi konstruk imej dan reputasi (n=30)

Konstruk	Soalan	Minimum	Maksimum	Min	Sisihan piawai
Imej dan reputasi	31	2	4	3.53	.571
	32	2	4	3.47	.571
	33	2	4	3.57	.568
	34	2	4	3.37	.556
	35	3	4	3.40	.498
	36	2	4	3.53	.571
	37	2	4	3.27	.691
	38	2	4	3.27	.691
	39	1	4	3.07	.907

Jadual 13 menunjukkan dapatan nilai minimum, maksimum, min dan sisihan piawai bagi konstruk imej dan reputasi. Secara amnya, majoriti responden memberi maklum balas terhadap item yang dikemukakan antara 2 iaitu tidak setuju (nilai minimum) dan 4 iaitu sangat setuju (nilai maksimum). Namun terdapat 1 item yang dikemukakan menunjukkan bahawa terdapat responden memberikan maklum balas 1 iaitu sangat tidak bersetuju. Item tersebut ialah “ketegangan dalam interaksi sosial pernah tercetus antara saya dengan Darul Quran”.

Jika diteliti pada nilai min, ia berada di antara 3.07 hingga 3.57. Dapatan kajian yang menunjukkan nilai min yang tertinggi ialah pada item “Darul Quran melahirkan penghafal al-Quran” dengan nilai min 3.57 dan sisihan piawai 0.568 manakala nilai min terendah iaitu pada item “Darul Quran sentiasa bersama dalam aktiviti kemasyarakatan” dengan nilai min 3.07 dan sisihan piawai 0.907.

Dapatan menunjukkan bahawa aktiviti perhubungan awam melalui media sosial Darul Quran berupaya memberi impak terhadap imej dan reputasi Darul Quran pada tahap sederhana dan tinggi. Justeru, instrumen ini mempunyai kualiti yang wajar untuk digunakan dalam kajian yang sebenar

## **7.0 KESIMPULAN**

Kajian rintis ini bermatlamat untuk menilai tahap kebolehpercayaan instrumen kajian yang telah dibangunkan. Selain itu, ia juga bertujuan bagi menilai aspek teknikal dan navigasi proses tinjauan yang dilakukan secara dalam talian. Justeru, kajian ini memberi peluang kepada pengkaji untuk menambahkan proses kajian yang sebenar.

Berdasarkan data kajian kuantitatif yang telah dijalankan, penggunaan media sosial sebagai saluran perhubungan awam Islam telah memberikan impak yang signifikan dalam memastikan pembangunan dan kemandirian sesebuah organisasi. Walau bagaimanapun, impak yang terhasil adalah bergantung kepada tahap pengetahuan, kemahiran dan kompetensi yang dimiliki oleh seseorang yang mengelola sesuatu media sosial bagi tujuan perhubungan awam.

Implikasi kajian ini merupakan bukti empirikal terhadap lima impak media sosial sebagai saluran perhubungan awam Islam iaitu kesedaran, persepsi, spekulasi, persefahaman serta imej dan reputasi. Instrumen yang dihasilkan ini telah memaparkan tahap kebolehpercayaan yang tinggi untuk digunapakai dalam proses pengumpulan data kajian yang sebenar.

## **Penghargaan**

Artikel ini merupakan sebahagian daripada hasil penyelidikan Ijazah Doktor Falsafah (PhD) di Universiti Malaya. Justeru, penulis merakamkan setinggi penghargaan kepada semua pihak yang telah memberi kerjasama bagi menjayakannya.

## **Rujukan**

Abdul Rashid Abdul Aziz, Mohd Faizal Kamsani & Nor Hamizah Ab Razak (2021). Implikasi ketagihan media sosial terhadap kesihatan mental remaja semasa pandemik COVID-19. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 18(8), 66–81.

Ahmad Al-Munzir Ridzuan, Nor 'Azzah Kamri & Zulkifli Mohd Yusoff (2021). Prinsip Perhubungan Awam Menurut Perspektif Islam: Penelitian Literatur. *Jurnal Syariah*, 29(2), 315–342.

Ahmad Atory Hussain (2002). Pengurusan organisasi. Utusan Publications & Distributors Sdn. Bhd.



- Ahmad Fadhullah Adnan (2021). Dua pakej baru bantu remaja, pelajar. Diakses pada 7 Februari 2022, daripada <https://www.utusan.com.my/berita/2021/09/dua-pakej-baru-bantu-remaja-pelajar/>
- Adedoyin Yetunde Rihannat (2016). Social media usage among public relations practitioners in Lagos State, Nigeria. Gombak: International Islamic University Malaysia.
- Amaia Lafuente-Ruiz-de Sabando, Pilar Zorrilla & Javier Forcada (2018). A review of higher education image and reputation literature: Knowledge gaps and a research agenda. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1), 8–16.
- Azizi Yahya, Peter Voo, Ismail Maakip & Mohd Dahlan A. Malek (2017). Kaedah penyelidikan dalam pendidikan. Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- Bernama. (2021a). Malaysia ada 28 juta pengguna media sosial. Harian Diakses pada 7 februari 2022, daripada <https://www.bharian.com.my/bisnes/teknologi/2021/09/867407/malaysia-ada-28-juta-pengguna-media-sosial>
- Bernama. (2021b). Capaian isi rumah kepada internet meningkat kepada 91.7 peratus pada 2020. Diakses pada 7 Februari 2022, daripada <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2021/04/806157/capaian-isi-rumah-kepada-internet-meningkat-kepada-917-peratus-pada>
- Bernama. (2021c). Enam Telco tawar pakej bagi remaja, golongan kurang berkemampuan. Diakses pada 7 Februari 2022, daripada <https://www.astroawani.com/berita-malaysia/enam-telco-tawar-pakej-bagi-remaja-golongan-kurang-berkemampuan-325338>
- Cristina Del-Castillo-Feito, Alicia Blanco-Gonzalez & Rafael Delgado-Aleman (2020). The relationship between image, legitimacy and reputation as a sustainable strategy: Students' versus professors perceptions in the higher education sector. *Sustainability*, 12, 1–16.
- Fahmi Anuar (2017). Perubahan dan permasalahan media sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora Dan Seni*, 1(1), 137–144.
- Fazlinda Ab Halim & Mohammad Siraj Munir Muslaini (2018). Impak media sosial terhadap tingkah laku sosial pelajar di kolej vokasional. *Online journal for TVET practioners*, 3(1), 1–8.
- Gaurav Singh & Nity (2017). Role and impact of the media on society: A sociological approach with respect to demonetisation. *International Journal of Reasearch in Humanities, Arts and Literature*, 5(10), 127–136.
- George A. Johanson & Gordon P. Brooks (2010). Initial scale development: sample size for pilot studies. *Educational and psychological measurement*, 70(3), 394–400.
- Hairunnizam Wahid, Abu Hassan Abdul & Sanep Abdul (2016). Hubungan antara imej korporat usahawan muslim dan pembayaran zakat perniagaan di daerah Sepang, Selangor. *Jurnal Syariah*, 24(1), 1–24.
- Heewon Kim, Jennifer L. Gibbs & Craig R. Scott (2019). Unpacking organizational awareness: Scale development and empirical examinations in the context of distributed knowledge sharing. *Journal of Applied Communication Research*, 47(1), 47–68.
- Jagdish N. Sheth (2018). How social media will impact marketing media. In G. S. Githa Heggde (Ed.), *Social Media Marketing*, 3–18. Palgrave Macmillan.

- Joy Fraser, Dorothy Fahlman, Jane Arscott & Isabelle Guillot (2018). Pilot testing for feasibility in a study of student and attrition in online undergraduate programs. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 19(1), 1–19.
- Kajian Pengguna Internet. (2020). Putrajaya: Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia.
- Kamus Dewan (4th ed.). (2005). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Keith S. Taber (2018). The use of cronbach's alpha when developing and reporting research instrument in science education. *Research in Science Education* 48, 1273–1296.
- Kenyataan media: Penggunaan dan capaian ICT oleh individu dan isi rumah 2020. (2021). Putrajaya: Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia.
- Mastura Abd Wahab, Khadijah Muda & Wan Mohd Fazrul Azdi Wan Razali (2020). Islam sebagai agama persekutuan dalam kontrak sosial di Malaysia. Dalam Y. A. Mohd Radhi Ibrahim, Wan Mohd Fazrul Wan Razali, Rosidayu Sabran, Nik Suhaida Nik Abdul Majid, Najib Sheikh Abdisamad, Mohd Hamidi Ismail (Ed.), *The International Conference on Aqidah, religions and Social Sciences*, 22–29. Fakulti Kepimpinan dan Pengurusan USIM.
- Mohd Syaubari Othman & Ahmad Yunus Kassim (2018). Kajian rintis bagi pelaksanaan komposisi pengajaran guru pendidikan Islam yang mengintegrasikan kemahiran berfikir atas tinggi (KBAT) menerusi pendidikan akidah sekolah rendah di Malaysia. *Malaysian Online Journal of Education*, 2(2), 55–60.
- Mohd Zaky Zainuddin (2021). Pengguna digital Malaysia tertinggi di Asia Tenggara. Diakses pada 7 Februari 2022, daripada <https://www.bharian.com.my/bisnes/teknologi/2021/09/869042/pengguna-digital-malaysia-tertinggi-di-asia-tenggara>
- Muhamad Zaki Mustafa, Mohd Faizal Kasmani, Mohd Yahya Mohamed Ariffin & Khairunneezam Mohd Noor (2020). Perhubungan awam, media sosial, etika kerja Islam serta trend penggunaan media sosial di sector awam kementerian di Malaysia. *Journal of Islamic Social Sciences and Humanities*, 20(2), 47-66.
- Nurul Izzaty Nor Jefri, Nuraisyah Syakirin Shaharin & Kamarul Azmi Jasmi (2019). Media Sosial dan Pembentukan Masyarakat Menurut Islam. Dalam Kamarul Azmi Jasmi (Ed.), *Seminar Sains Teknologi dan Manusia*, 57–176. Akademi Tamadun Islam, Universiti Teknologi Malaysia.
- Paivi Parviainen, Maarit Tihinen, Jukka Kaariainen & Susanna Teppola (2017). Tackling the digitalization challenge: how to benefit from digitalization in practice. *International Journal of Information Systems and Project Management*, 5(1), 63–77.
- Perlembagaan Persekutuan (Issue November). (2010). Pesuruhjaya Penyemak Undang-Undang Malaysia.
- Rizky Fahri Isnain (2018). Strategi meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap pelayanan konsumen PT. Cita Kreasi Latena. Universitas Sumatera Utara.
- Sandra M. Eldridge, Gillian A. Lancaster, Micheal J. Campbell, Lehana Thabane, Sally Hopewell, Claire L. Coleman & Christine M. Bond (2016). Defining feasibility and pilot studies in preparation for randomised controlled trials: Development of a conceptual framework. *PLOS ONE*, 11(2), 1–22.
- Suzy Green, Michelle McQuaid, Alicia Purtel & Aylin Dulagil (2016). The psychology of positivity at work. In J. P. Lindsay G. Oades, Michael F. Steger, Antonella Delle Fave (Ed.), *The psychology of positivity and strengths-based approaches at work* 11–3. Wiley Blackwell.