

## **KAJIAN KEBERKESANAN APLIKASI *WHATSAPP* SEBAGAI MEDIUM DAKWAH DALAM KALANGAN REMAJA**

**Ahmad Safwan Raihan**

Institut Pendidikan Siswazah, Kolej Universiti Islam Melaka  
*ahmadsafwanraihan@yahoo.com*

**Muhammad Norazam Nordin**

Fakulti Keilmuan Islam, Kolej Universiti Islam Melaka  
*azamnordin@kuim.edu.my*

### **ABSTRAK**

Artikel ini memperlihatkan keberkesanan aplikasi Whatsapp sebagai medium dakwah dalam kalangan remaja. Kajian ini menggunakan pendekatan kajian kuantitatif dan mengaplikasikan reka bentuk kajian bukan eksperimental kerana variabel bebas yang wujud secara semula jadi telah dikenal pasti iaitu aplikasi Whatsapp. Seramai 100 orang responden yang berumur antara 18 dan 19 tahun dan menggunakan aplikasi ini untuk berkomunikasi telah dipilih bagi menjawab soal selidik berkaitan tahap penggunaan, faktor yang mempengaruhi dan penerimaan aplikasi Whatsapp sebagai medium dakwah. Data yang diperolehi menunjukkan bahawa aplikasi Whatsapp berkesan sebagai medium dakwah dalam kalangan remaja.

**Kata kunci:** remaja, medium dakwah, aplikasi Whatsapp

## **THE STUDY OF EFFECTIVENESS REGARDING *WHATSAPP* AS A MEDIUM OF DAKWAH AMONG TEENAGERS**

### **ABSTRACT**

This article demonstrates the effectiveness of Whatsapp applications as a medium of dakwah among teenagers. This study uses a quantitative research approach and applies a non-experimental study design as the naturally occurring independent variable is Whatsapp application. A total of 100 respondents between the ages of 18 and 19 and using this application for communication were selected to answer the questionnaire regarding the level of usage, factors affecting and acceptance of the Whatsapp as a medium of dakwah. The data obtained show that the Whatsapp is effective as a medium of dakwah among teenagers.

**Keywords:** teenagers, medium of dakwah, WhatsApp

## PENGENALAN

Menurut *Lisan al-Arab*, dakwah dari segi bahasa bermaksud meminta tolong, beribadat, memandu, menjemput, mengajak, memanggil, menyeru dan melaung. Dari segi istilah pula boleh ditakrifkan sebagai program yang lengkap yang mengandungi ilmu pengetahuan yang menyeluruh yang diperlukan oleh manusia bagi menjelaskan matlamat dan tujuan hidup (al-Ghazali, 1981).

Menurut Adam Abdullah (1981), dakwah ialah proses memalingkan atau mengalihkan bukan sahaja pandangan malah pemikiran dan cara hidup manusia dari pandangan yang bersifat keduniaan semata-mata kepada pandangan yang mempunyai asas tauhid yang jelas dan tidak menyimpang dari tujuan manusia dijadikan oleh Allah S.W.T. Zaki Masy'al (1985) pula menyatakan dakwah ialah kebangkitan para ulama dan cendekiawan Islam yang memiliki kesedaran dalam hal-hal yang berkaitan dengan tuntutan agama dengan menjalankan tanggungjawab menyampaikan ilmu kepada masyarakat supaya kehidupan mereka lebih terpandu dan tidak lari dari matlamat asal manusia dijadikan. Memetik kalam Yusof Qardhawi dalam karyanya *Thaqafah al-Dai'yah* (1991) telah mentakrifkan dakwah sebagai usaha membawa orang lain kepada agama Islam supaya mendapat petunjuk untuk melaksanakan ketetapan Allah S.W.T. di dunia.

Menurut Jum`ah Amin (2002) dakwah terbahagi kepada dua bahagian iaitu dakwah kepada yang hak dan dakwah kepada yang batil. Contoh dakwah kepada yang hak ialah surat Nabi Muhammad S.A.W. kepada Hercules untuk mengajak beliau membenarkan ajaran Islam seterusnya memeluk Islam iaitu dengan mentauhidkan Allah S.W.T. dengan lafaz syahadah. Manakala dakwah kepada yang batil ialah seperti kisah Nabi Yusof A.S. yang diajak untuk melakukan kemaksiatan oleh Zulaikha tetapi ditolak oleh Nabi Yusof A.S. dan memilih untuk dipenjarakan demi menjaga kehormatan diri beliau. Dapat kita simpulkan secara ringkas makna dakwah ialah satu usaha berupa perkataan atau perbuatan yang menarik manusia ke satu aliran, pemahaman, ideologi atau lebih khusus iaitu ke satu agama yang tertentu (Jum`ah Amin, 2002).

Dakwah merupakan satu proses pemindahan maklumat dari pendakwah kepada *mad'u*. Kandungan maklumat yang dipindahkan merupakan agama Islam itu sendiri (Ahmad Ghalwash, 1978). Hal ini menyebabkan proses dakwah itu sebenarnya memerlukan satu kaedah atau metod yang sangat-sangat berkesan agar matlamat yang ingin dicapai iaitu melihat perubahan dalam diri *mad'u* tercapai dan terlaksana. Secara ringkas dapat disimpulkan beberapa definisi dakwah hasil dapatan yang telah dinyatakan sebelum ini menurut istilah ialah memanggil, menyeru, menegaskan atau membela, satu usaha menarik masyarakat kepada aliran yang tertentu dan meminta atau memohon.

Kajian tentang dakwah memerlukan asas yang sangat kuat. Tanpa pegangan yang kukuh sebarang kaedah yang diaplikasikan akan gagal. Sumber yang sangat kukuh dalam Islam ialah kitab suci Al-Quran. Dalam surah An-Nahl ayat 125 dengan jelas menyatakan tiga asas utama dalam menyampaikan dakwah. Dr. Wahbah al-Zuhayli (1991) dalam menafsirkan ayat tersebut menerangkan bahawa seseorang pendakwah yang ingin berdakwah sepatutnya

menyampaikan isi kandungan dakwah dengan menggabungkan ketiga-tiga elemen iaitu hikmah, nasihat yang baik dan perdebatan dengan cara yang baik manakala seminimum cara untuk menyampaikan isi kandungan dakwah pula memerlukan satu daripada tiga elemen tersebut (Rahman, 2010). Keberjayaan aktiviti dakwah juga bergantung kepada cara dan olahan pendakwah terhadap cara penyampaian dan juga penggunaan medium-medium yang mampu membantu isi kandungan dakwah samapi kepada sasaran dan matlamat iaitu golongan *mad'u*.

## MEDIUM DAKWAH

Medium menurut *Kamus Dewan* (2005) mempunyai beberapa makna. Medium ialah orang yang menjadi pengantara antara orang halus dengan manusia biasa atau pun orang yang dimasuki oleh orang halus. Selain itu, bahan atau sesuatu yang menjadi perantara bagi menghasilkan sesuatu kesan dan bahan atau persekitaran yang menjadi tempat tinggal atau tumbuh sesuatu organisma juga merupakan makna medium. Mengambil makna yang kedua iaitu bahan atau sesuatu yang menjadi perantara bagi menghasilkan sesuatu kesan ialah makna yang paling sesuai dengan penggunaan perkataan medium dalam kajian ini.

Medium dakwah ialah satu alat atau mekanisme perantara pendakwah dengan *mad'u* yang boleh digunakan dalam menyampaikan isi kandungan dakwah. Medium dakwah perlulah bersesuaian dengan *mad'u* yang dipilih. Medium dakwah ialah sesuatu elemen penting dalam aktiviti dakwah yang dapat memberikan keberkesanan yang tinggi pada aktiviti dakwah kerana dengan medium dakwah yang menarik dan kaedah penyampaian yang baik bukan sahaja dapat memberikan impak yang besar malah memudahkan para pendakwah masa kini dalam mempelbagai gerak kerja aktiviti dakwah akhir zaman ini. Perkembangan medium dakwah bermula zaman Nabi Muhammad S.A.W. sehinggalah ke zaman kini dapat dilihat dalam Jadual 1. Walaupun seakan tidak mengalami perubahan yang besar atau drastik, medium dakwah berubah sesuai dengan kehendak dan aturan zaman ketika itu.

**Jadual 1:** Perkembangan Medium dakwah

Zaman	Fasa	Medium dakwah
<b>Zaman Nabi Muhammad SAW</b>	Dakwah secara rahsia	-komunikasi antara kerabat dan sahabat -pusat berkumpul sulit
	Dakwah secara terbuka	-komunikasi kepada masyarakat luar -surat rasmi -utusan -khutbah terbuka -tempat berkumpul umum -berjumpa dengan ketua kabilah -perdamaian kabilah

		<ul style="list-style-type: none"> <li>-pembinaan masjid</li> <li>-perang</li> </ul>
<b>Zaman Khulafa' ar-Rasyidin</b>	Saidina Abu Bakar	<ul style="list-style-type: none"> <li>-memerangi golongan anti hadis</li> <li>-pengumpulan al-Quran</li> <li>-pengumpulan hadis</li> </ul>
	Saidina Umar al-Khattab	<ul style="list-style-type: none"> <li>-memerangi golongan kuffar</li> <li>-pengumpulan al-Quran</li> <li>-pengumpulan hadis</li> </ul>
	Saidina Uthman al-Affan	<ul style="list-style-type: none"> <li>-pembukuan al-Quran</li> <li>-pembukuan hadis</li> </ul>
	Saidini Ali bin Abi Talib	<ul style="list-style-type: none"> <li>-memerangi golongan pelampau</li> <li>-penyebaran naskhah al-Quran</li> </ul>
<b>Zaman Tabi'in</b>	Kerajaan Muawiyah	<ul style="list-style-type: none"> <li>-memerangi kerajaan yang menolak Islam</li> <li>-diikuti oleh kumpulan cendiakawan Islam</li> <li>-istana sebagai tempat penyebaran ilmu</li> <li>-penubuhan madrasah</li> <li>-kisah-kisah tauladan</li> </ul>
	Kerajaan Abbasiyah	<ul style="list-style-type: none"> <li>-memerangi kerajaan yang menolak Islam</li> <li>-diikuti oleh kumpulan cendiakawan Islam</li> <li>-istana sebagai tempat penyebaran ilmu</li> <li>-penubuhan madrasah</li> <li>-kisah-kisah tauladan</li> </ul>
	Kerajaan Uthmaniyah	<ul style="list-style-type: none"> <li>-memerangi kerajaan yang menolak Islam</li> <li>-diikuti oleh kumpulan cendiakawan Islam</li> <li>-istana sebagai tempat penyebaran ilmu</li> <li>-penubuhan madrasah</li> <li>-kisah-kisah tauladan</li> </ul>
<b>Medium dakwah di Malaysia</b>	Zaman medium lama	<ul style="list-style-type: none"> <li>-khutbah</li> <li>-risalah</li> <li>-bahan cetakan</li> <li>-ceamah agama</li> <li>-kelas pengajian</li> <li>-istana sebagai tempat penyebaran ilmu</li> <li>-perniagaan</li> </ul>

	Zaman medium baru	-radio -tv -iklan
	Zaman medium internet	-laman web -blog -rangkaian sosial

## APLIKASI WHATSAPP

Aplikasi *Whatsapp* merupakan satu aplikasi pesanan ringkas berasaskan internet yang diperkenalkan pada 24 Februari tahun 2009 oleh dua orang bekas pekerja Yahoo Inc. iaitu Brian Acton dan Jan Koum (Gelles dan Goel, 2014). Acton dan Koum telah membangunkan aplikasi ini apabila menyedari aplikasi *Whatsapp* merupakan aplikasi yang mampu untuk menjadi medium manusia masa kini berkomunikasi dan berinteraksi selain sebagai medium menyebarkan maklumat. *Whatsapp* ditubuhkan pada 24 Februari 2009, ini bermakna *Whatsapp* telah berfungsi selama hampir sepuluh tahun. Bermodalkan simpanan sebanyak 400,000 US Dollar yang diperolehi semasa bekerja bersama *Yahoo*, Koum melawat rakannya, Alex Fishman untuk berbincang mengenai *App Store* yang baharu berusia tujuh bulan ketika itu. Koum merasa pengkalan ini mempunyai potensi yang baik. Fishman kemudian membantu Koum dalam usaha untuk mencari pembina aplikasi iPhone bernama Igor Solomennikov yang berasal dari Rusia (Gelles dan Goel, 2014).

Walaupun *Whatsapp* Inc telah terbina, aplikasi *Whatsapp* sendiri masih jauh dari siap sepenuhnya. Dalam beberapa percubaan, *Whatsapp* mengalami kebuntuan dan tergendala serta gagal berfungsi seperti yang diharapkan. Koum hampir putus asa, Koum berniat menutup syarikatnya dan mencari pekerjaan lain. Namun Brian Acton mendorongnya untuk tetap bertahan untuk beberapa bulan lagi. Akhirnya setelah melewati beberapa fasa perubahan dan kesulitan, pada bulan November 2009, *Whatsapp* rasmi memulakan pelancarannya yang pertama di *App Store*. Melihat kepada potensi aplikasi ini, Koum telah berjaya memujuk Acton dan lima bekas pegawai *Yahoo* yang lain untuk melabur dalam *Whatsapp Inc* (<https://jurnalapps.co.id/>).

Setelah menguasai *App Store*, pada bulan Januari 2010 *Whatsapp* mengembara ke *BlackBerry Store* dan disusuli *Android* pada bulan Ogos tahun yang sama. Walaupun statusnya telah diubah dari percuma kepada berbayar, populariti *Whatsapp* tetap melonjak dengan cepat di hampir semua platform. Menjelang Februari 2013, pengguna aktif *Whatsapp* menjangkau dua ratus juta orang seluruh dunia. Angka ini melonjak dua kali ganda pada bulan Disember dan meningkat menjadi lima ratus juta pada bulan April 2014. Pada September 2015, pengguna aktif *Whatsapp* tercatat sebanyak 900 juta (<https://faq.whatsapp.com/>). Pertumbuhan pesat itulah yang membuat pemilik *Facebook* mula menunjukkan minat kepada *Whatsapp*. Lamaran Mark Zuckerberg untuk memiliki *Whatsapp Inc* diterima dengan nilai \$ 19 bilion US Dollar (Gelles dan Goel, 2014).

Walaupun telah memiliki sepenuhnya kepentingan dalam *Whatsapp Inc*, *Facebook* tidak melakukan banyak perubahan pada *Whatsapp* selain memperkenalkan pengiklanan dan bayaran tahunan. Antara fungsi yang diperkenalkan oleh Aplikasi *Whatsapp* ialah menghantar mesej teks, menghantar foto daripada galeri dan kamera, Menghantar video, Menghantar fail dan dokumen, menelefon melalui suara dan video, termasuk menghantar mesej suara anda yang boleh didengar oleh penerima setiap saat, berkongsi lokasi menggunakan *Global Positioning System* (GPS), menghantar kad kenalan, *Whatsapp* juga menyokong beberapa emoji dan pengguna juga boleh menetapkan panel profil mereka sendiri, terdiri daripada nama, foto, status serta beberapa alat tetapan privasi untuk melindungi profil (<https://www.whatsapp.com/features/>).

## PERMASALAHAN KAJIAN

Aktiviti dakwah di negara ini sangat giat dijalankan oleh pelbagai pihak tertentu. Selain menggunakan media cetak iaitu majalah-majalah yang berunsur islamik, terdapat juga program-program dakwah yang disiarkan di media massa masa kini telah mendapat tempat dalam kalangan masyarakat. Antara objektif program ini ialah menyampaikan dakwah dalam kalangan masyarakat dengan cara yang lebih menarik dan medium dakwah yang berlainan. *Rating* yang diterima oleh rancangan-rancangan berbentuk dakwah ini sangat menggalakkan. Jika kita melihat kepada jumlah penonton untuk episod terakhir program realiti dakwah Pencetus Ummah tahun 2015 menunjukkan 5 juta penonton telah menonton program tersebut yang menyamai seperenam dari jumlah penduduk Malaysia (Utusan *Online*. (2015, November 28), Finalis PU Ada Program Sendiri).

Jika dilihat kepada jumlah penonton kita dapat menyatakan bahawa matlamat aktiviti dakwah yang disampaikan oleh medium dakwah tersebut telah berjaya dicapai dengan jayanya dan program tersebut telah menyampaikan isi kandungan dakwah dengan berkesan. Kerancangan program tersebut tidak terhenti di situ malah diiringi oleh program-program *sequal* kepada rancangan tersebut seperti program motivasi yang dihoskan atau dipimpin oleh ikon-ikon program realiti dakwah tersebut yang telah mendapat tempat dalam kalangan masyarakat masa kini (Utusan *Online*. (2018, Disember 19) Dakwah Mesra Cara PU).

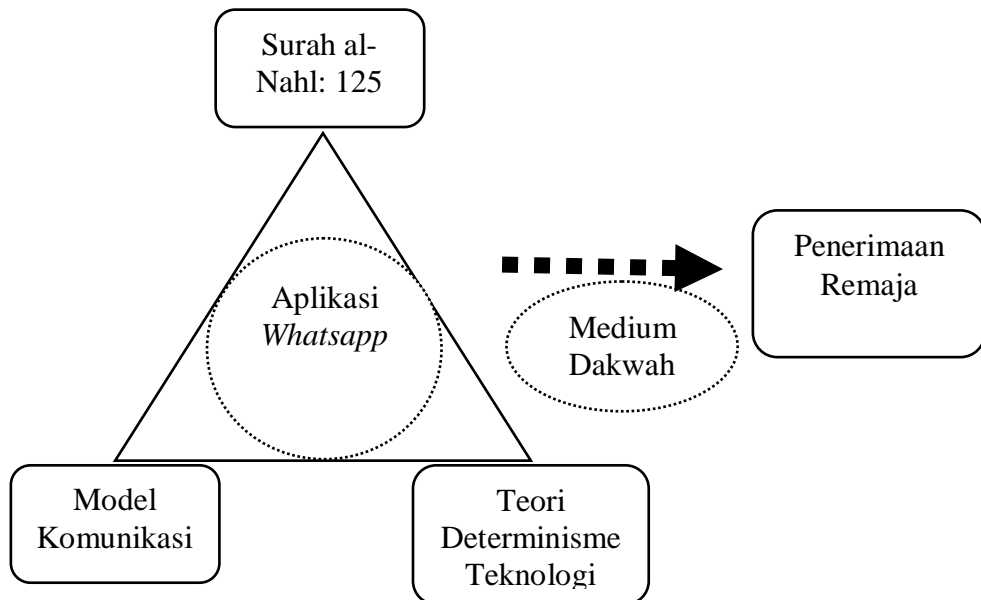
Dalam kerancangan aktiviti dakwah yang bermediumkan program-program seperti yang dinyatakan sebelum ini, masih terdapat beberapa masalah yang belum dapat diselesaikan. Malah jika dilihat kepada statistik terkini keadaan tersebut semakin meruncing dan menakutkan. Masalah gejala sosial yang semakin teruk dalam kalangan mengundang persoalan adakah aktiviti dakwah yang sedang giat dilakukan hanya tertumpu kepada sesetengah golongan dalam masyarakat serta mengabaikan golongan (Ahmad Firdaus Mohd Noor, 2016).

Adakah medium dakwah yang digunakan masa kini hanya dapat menembusi kelompok tertentu dalam masyarakat? Masalah-masalah sosial yang sering menghiasi dada akhbar utama menimbulkan persoalan adakah aktiviti dakwah pada zaman sekarang memerlukan medium dakwah yang baharu dan mesra (A. F. Mohd Noor, 2016).

Menurut Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia, sebanyak 38.1% berumur antara lima belas ke dua puluh empat tahun menggunakan internet pada tahun 2014. Sebagai tambahan dari laman web *Consumer Barometer* menyatakan 73% dari pengguna internet mudah alih di Malaysia ialah golongan berumur antara 15 hingga 24 tahun. *Consumer Barometer* merupakan pengkalan data yang mengesan pengguna internet berdasarkan pendaftaran akaun *Google* pengguna. Akaun *Google* diperlukan bagi mengaktifkan telefon pintar yang menggunakan sistem *Android*.

Merujuk kajian lepas (Singh 2014) (Mohamed Nazul et al. 2014) yang mendapati penggunaan aplikasi *Whatsapp* sebagai medium komunikasi dan pembelajaran menunjukkan petanda yang positif kepada responden serta kurangnya kajian tentang penggunaan rangkaian sosial aplikasi *Whatsapp* sebagai medium dakwah dalam kalangan , pengkaji memikirkan keperluan satu kajian tentang penggunaan rangkaian sosial aplikasi *Whatsapp* sebagai medium dakwah dalam kalangan . Walaupun kajian yang dilakukan ini dalam lapangan dakwah, pengkaji menjadikan kajian lepas ini sebagai asas untuk menyatakan bahawa penggunaan aplikasi *Whatsapp* dalam aktiviti dakwah juga dapat memberi impak yang sama dan berkesan.

## KERANGKA TEORI



**Jadual 2:** Kerangka teori

Jadual 2 menunjukkan kerangka teori yang menjadi asas kepada kajian yang dijalankan. Pengkaji akan mengkaji lima elemen utama iaitu dakwah dengan bijaksana, dakwah dengan nasihat yang baik, dakwah dengan berdebat secara baik, Model Komunikasi dan Teori Determinisme Teknologi dan hasil

kajian tersebut menjadi teras utama kepada medium dakwah yang dipilih oleh pengkaji iaitu aplikasi *Whatsapp*. Aplikasi ini menepati kelima-lima elemen yang dinyatakan oleh pengkaji. Pengkaji akan meninjau pendapat responden mengenai penerimaan aplikasi *Whatsapp* sebagai medium dakwah dalam kalangan remaja.

## **TEORI DETERMINISME TEKNOLOGI**

Marshall Mc Luhan dalam bukunya *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man* yang dikarang pada tahun 1962 telah menyatakan terdapat banyak perubahan dalam cara manusia berkomunikasi. Perubahan-perubahan ini menyebabkan keberadaan manusia seperti cara manusia berfikir, cara manusia bertindak, cara manusia menghadam maklumat serta cara manusia memberi respon terhadap maklumat yang diterima juga turut berubah (Denna and Utari 2012).

Teori Determinisme Teknologi membentuk cara berfikir, corak pergaulan dalam masyarakat dan teknologi juga telah menyebabkan kemajuan manusia berubah dan bergerak selari dengan perkembangan masa (Putra 2014). Sebagai contoh melihat kepada corak komunikasi seratus tahun yang lalu menggunakan perantaraan binatang, menggunakan surat yang dikirim, menggunakan utusan yang dihantar berlainan dengan corak komunikasi pada zaman ini yang mana sebarang berita boleh diakses oleh sesiapa sahaja hanya dengan menggunakan enjin carian dan internet yang dilangggan (Massa and Pers 2012).

Secara teorinya determinisme teknologi boleh diertikan bahawa perkembangan teknologi dan juga cara manusia berkomunikasi seiring dengan kemajuan teknologi akan mengubah bukan sahaja corak berfikir, malah mengubah perilaku, corak bermasyarakat dan juga cara mereka memberi respon terhadap maklumat yang diterima (Nasution 2015). Determinisme teknologi (Technological determinism) juga adalah suatu tema ideologis dan sistem beredar di tahun 1980-an dalam negara kapitalis (Hadi and Petra 2006).

## **METODOLOGI**

### **Persampelan Dan Kaedah Pengumpulan Data**

Kaedah persampelan menentukan kejayaan sesuatu penyelidikan. Terdapat banyak kaedah yang boleh digunakan dalam persampelan tetapi perlu bersesuaian dengan objektif kajian yang dilakukan agar dapatan yang diperolehi boleh dipercayai. Sebelum melakukan persampelan, seorang pengkaji perlu melakukan dua langkah iaitu meletakkan sasaran populasi dan juga merangka persampelan (Aidit, 2014).

Dalam meletakkan sasaran populasi, pengkaji harus mengetahui siapa seharusnya yang layak dan tepat untuk dijadikan sampel dan juga mengenal pasti beberapa ciri populasi yang telah ditentukan berdasarkan objektif kajian. Selepas itu pengkaji perlu menentukan ciri-ciri sampel yang dipilih sama ada mempunyai persamaan dalam demografi atau pun kepelbagaian dalam beberapa konstruk demografi. Ini bagi mengelakkan dapatan yang dizahirkan dalam kajian tidak



menjawab persoalan kajian malah yang lebih mendukacitakan, perkara ini akan menyebabkan kajian yang dilakukan memberikan dapatan yang tidak sah.

Terdapat beberapa teknik persampelan (Chua, 2014 ; Aidit, 2014) seperti persampelan kebarangkalian, persampelan bukan kebarangkalian, persampelan rawak mudah, persampelan sistematik, persampelan rawak berstratifikasi dan persampelan kluster. Dalam kajian ini pengkaji akan menggunakan persampelan bertujuan bukan kebarangkalian kerana tidak terdapat perbandingan dalam demografi yang akan diuji. Seramai 100 responden telah dipilih secara rawak dan menepati ciri-ciri yang dikehendaki selaras dengan matlamat kajian. Antara ciri-ciri utama responden ialah berumur antara 18 tahun dan 19 tahun dan menggunakan aplikasi *Whatsapp* sebagai medium berkomunikasi.

## Instrumen

Dalam kajian ini, soal selidik akan dijadikan sebagai instrumen kajian dalam mengumpul data kajian berdasarkan objektif kajian yang telah dinyatakan dalam bab yang lepas. Terdapat tiga jenis soal selidik yang digunakan dalam penyelidikan (Chua, 2014) iaitu soal selidik kajian tinjauan, ujian psikologi dan ujian pencapaian. Pengkaji akan menggunakan soal selidik kajian tinjauan untuk mengumpul data dari responden yang telah dikenalpasti sebelum ini. Antara ciri-ciri soal selidik yang baik ialah mengambil kira perasaan responden, bersifat ringkas dan pendek. Selain itu, soal selidik itu tidak boleh mengandungi item yang terlampau banyak dan mengelirukan kerana tujuan soal selidik ialah mengumpul data yang konkrit selari dengan objektif kajian bagi memastikan dapatan yang diperolehi tidak terkeluar dari batasan kajian.

Jika menggunakan soal selidik berbentuk kajian tinjauan, item merupakan instrumen yang paling utama dalam mengumpul data dari responden. Terdapat beberapa jenis item yang biasa digunakan oleh pengkaji seperti item pilihan tunggal, item bebas, item aneka pilihan, item pangkatan dan item jenis pilihan mengikut susunan kesesuaian. Dalam kajian ini, soal selidik yang akan menggunakan item jenis pilihan mengikut susunan kesesuaian kerana hendak menyeragamkan kesesuaian item tersebut dengan skala *Likert* yang akan mengukur data yang bakal diperolehi dari responden. Item jenis skala *Likert* menyusun pilihannya berdasarkan mengikut persetujuan bermula dengan “sangat tidak setuju”, “tidak setuju”, “tidak pasti”, “setuju” dan “sangat setuju”.

Sebelum membina instrumen kajian, pengkaji mengambil kira beberapa faktor yang penting dalam memastikan kesahan soal selidik dan yang paling utama tidak berlaku “*outlier*” dalam data yang diperolehi nanti. Pengkaji telah menetapkan penggunaan aplikasi *Whatsapp* sebagai variabel bebas (IV) dan medium dakwah kepada remaja sebagai variabel bersandar (DV). Penggunaan aplikasi *Whatsapp* sebagai medium dakwah dalam kalangan remaja.

Tiga konstruk utama yang akan diukur menggunakan skala *Likert* dalam soal selidik ini ialah mengenalpasti tahap penggunaan aplikasi *Whatsapp* dalam kalangan remaja, mengenalpasti faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi *Whatsapp* sebagai medium dakwah dalam kalangan remaja dan menganalisis tahap penerimaan aplikasi *Whatsapp* sebagai medium dakwah dalam kalangan

remaja. Ketiga-tiga konstruk ini berdasarkan objektif kajian yang telah dinyatakan dalam bab yang terdahulu. Senarai item soal selidik akan dilampirkan dalam bahagian lampiran.

Sebelum mengumpul data dari responden menggunakan item soal selidik yang telah dibina, pengkaji akan melakukan ujian rintis terhadap 30 orang responden ujian rintis bagi mendapatkan maklum balas terhadap kesahan item soal selidik. Kesahan tersebut diukur melalui perisian SPSS version 20. Jika *Cronbach Alfa* melebihi 0.7 maka item soal selidik tersebut akan digunakan untuk responden yang sebenar (Chua, 2014). Manakala jika terdapat item soal selidik yang berada di bawah 0.4 maka item tersebut akan dilupuskan dari soal selidik. Ini bagi memastikan kesahan item yang diuji dan data yang dikutip dapat dianalisa dengan baik bagi menghasilkan dapatan yang baik.

## DAPATAN DAN PERBINCANGAN

Setiap analisis yang dilakukan adalah berdasarkan kepada tiga objektif utama kajian ini yang telah dibentuk terlebih dahulu. Objektif-objektif tersebut adalah:

- i. Mengenalpasti tahap penggunaan aplikasi *Whatsapp* dalam kalangan remaja.
- ii. Mengenalpasti faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi *Whatsapp* sebagai medium dakwah dalam kalangan remaja.
- iii. Menganalisis tahap penerimaan aplikasi *Whatsapp* sebagai medium dakwah dalam kalangan remaja.

Objektif kajian yang dinyatakan berperanan sebagai panduan kepada pengkaji untuk mengemukakan dapatan kajian ini serta menganalisa data-data yang diperolehi selari dengan reka bentuk kajian yang dijalankan. Pengkaji menyatakan terdapat empat bahagian utama dalam bab ini bagi memastikan keputusan kajian dapat difahami dengan lebih teratur dan sistematik. Selain itu setiap bahagian akan menjawab setiap soalan kajian yang telah dibentuk hasil dari objektif kajian yang dinyatakan sebelum ini. Empat bahagian utama itu ialah:

- i. Tahap penggunaan aplikasi *Whatsapp* dalam kalangan
- ii. Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan aplikasi *Whatsapp* sebagai medium dakwah dalam kalangan remaja.
- iii. Tahap penerimaan aplikasi *Whatsapp* sebagai medium dakwah dalam kalangan remaja.

Terdapat sembilan tujuan yang dinyatakan oleh pengkaji dalam soal selidik untuk dipilih oleh responden. Pengkaji ingin mendapatkan maklumat tentang tujuan utama remaja menggunakan aplikasi *Whatsapp* dalam kehidupan seharian mereka. Rajah 4.3 menunjukkan tujuan responden menggunakan aplikasi *Whatsapp* dalam kehidupan seharian.

**Jadual 3:** Tujuan menggunakan aplikasi *Whatsapp*

	Peratus
Hal Pembelajaran	100.0
Hal Keluarga	100.0
Maklumat Umum	87.0
Maklumat Islamik	89.0
Berbual	100.0
Mencari Teman	12.0
Bergosip	76.0
Maklumat Politik	1.0
Berniaga	12.0

Dalam Jadual 3 terdapat sembilan tujuan responden menggunakan aplikasi *Whatsapp* dalam kehidupan seharian. Dari data yang diperolehi, semua responden menggunakan aplikasi *Whatsapp* sebagai medium untuk berkomunikasi dengan ahli keluarga dan juga berkomunikasi tentang hal berkaitan pembelajaran. Selain itu, 89% responden juga memilih aplikasi *Whatsapp* sebagai medium untuk mendapatkan maklumat berkaitan tentang agama. Manakala 87% responden memilih aplikasi *Whatsapp* sebagai medium untuk mendapatkan maklumat-maklumat am. Daripada 100 responden, pengkaji mendapati semua responden menggunakan aplikasi *Whatsapp* sebagai medium untuk berbual atau berkomunikasi dengan orang lain. Manakala 76% dari responden bergosip menggunakan aplikasi *Whatsapp*. Hanya 12% dari responden yang menggunakan aplikasi *Whatsapp* sebagai medium untuk mencari teman dan berniaga. Daripada 100 responden hanya seorang sahaja yang menggunakan aplikasi *Whatsapp* sebagai medium untuk mendapatkan maklumat-maklumat berkaitan hal-hal politik.

Daripada statistik yang diperolehi, pengkaji merumuskan bahawa tiga tujuan utama remaja menggunakan aplikasi *Whatsapp* iaitu berkomunikasi berkaitan hal keluarga, berkomunikasi berkaitan hal pembelajaran dan juga berbual-bual dengan orang lain. Data ini juga menunjukkan aplikasi *Whatsapp* merupakan medium komunikasi yang paling utama dalam kalangan remaja.

### 1. Tahap Penggunaan Aplikasi *Whatsapp* Dalam Kalangan Remaja.

Data-data yang diperolehi untuk menunjukkan tahap penggunaan aplikasi *Whatsapp* dalam kalangan remaja dibahagikan kepada dua konstruk utama iaitu pengalaman menggunakan aplikasi *Whatsapp* dan masa menggunakan aplikasi *Whatsapp* dalam sehari.

**Jadual 4:** Tempoh penggunaan aplikasi *Whatsapp*

	Peratus
Kurang setahun	5.0
Kurang dua tahun	5.0
Lebih daripada dua tahun	90.0
<b>Jumlah</b>	<b>100.0</b>

Jadual 4 menunjukkan tempoh penggunaan aplikasi *Whatsapp* bagi responden yang dipilih. Terdapat tiga pilihan dalam item ini iaitu penggunaan aplikasi *Whatsapp* kurang daripada setahun, penggunaan aplikasi *Whatsapp* melebihi setahun tetapi kurang daripada dua tahun dan penggunaan aplikasi *Whatsapp* yang melebihi dua tahun ke atas. Data yang diperolehi menunjukkan 90% dari responden yang dipilih telah menggunakan aplikasi *Whatsapp* sekurang-kurangnya seawal umur mereka 16 tahun hingga 17 tahun. Hal ini kerana 90% responden telah menggunakan aplikasi *Whatsapp* melebihi dua tahun. Seramai 5% dari baki responden pula telah menggunakan aplikasi *Whatsapp* kurang daripada dua tahun manakala selebihnya baharu menggunakan aplikasi *Whatsapp* sekurang-kurangnya bermula pertengahan tahun 2016.

**Jadual 5:** Masa penggunaan aplikasi *Whatsapp* dalam sehari

	Peratus
Kurang 30 minit	4.0
Kurang 1 jam	15.0
Kurang 3 jam	34.0
Lebih 3 jam	47.0
<b>Jumlah</b>	<b>100.0</b>

Jadual 5 menunjukkan jangka masa golongan remaja menggunakan aplikasi *Whatsapp* dalam seharian. Mengikut data yang diperolehi, sebanyak 47% responden menggunakan aplikasi *Whatsapp* lebih dari tiga jam dalam sehari. Peratus ini menunjukkan hampir separuh dari responden menghabiskan masa mereka untuk menerima maklumat, menyampaikan maklumat, mendapatkan berita terkini, bersosial dan berkomunikasi menggunakan aplikasi *Whatsapp* lebih dari 12% dari 24 jam yang dilalui dalam kehidupan mereka sehari.

## 2. Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi *Whatsapp*.

Berdasarkan kajian lepas, pengkaji telah menyatakan tiga faktor utama yang mempengaruhi penggunaan aplikasi *Whatsapp* dalam kalangan remaja. Tiga faktor itu ialah faktor privasi, faktor kos penyelenggaraan aplikasi *Whatsapp* dan faktor aplikasi *Whatsapp* yang mesra pengguna.

**Jadual 6:** Faktor Privasi

	Bacaan min untuk faktor privasi
Min	3.183
N	100

Jadual 6 menunjukkan bacaan min yang diperolehi dari soal selidik yang telah diedarkan kepada responden bagi. Faktor privasi memberi makna remaja menggunakan aplikasi *Whatsapp* kerana aplikasi ini menawarkan beberapa fungsi yang boleh digunakan untuk menyembunyikan profil peribadi, tetapan gambar peribadi dan juga menyekat orang yang tidak dikenali dari menghantar

mesej. Bacaan min yang diperolehi ialah 3.183. Bacaan ini menunjukkan remaja Kolej Vokasional Dato' Lela Maharaja tidak pasti adakah fungsi-fungsi privasi yang ditawarkan oleh aplikasi *Whatsapp* menjadi faktor utama mereka menggunakan aplikasi ini.

**Jadual 7:** Faktor Kos

Bacaan min untuk faktor kos	
Min	3.843
N	100

Jadual 7 menunjukkan bacaan min yang diperolehi dari soal selidik yang telah diedarkan kepada responden bagi faktor yang kedua iaitu faktor kos. Faktor kos memberi makna penggunaan aplikasi *Whatsapp* yang tidak membebaskan remaja dari segi kewangan. Bacaan min yang diperolehi ialah 3.843. Bacaan ini menunjukkan remaja Kolej Vokasional Dato' Lela Maharaja hampir setuju bahawa aplikasi *Whatsapp* tidak membebaskan mereka dari segi kos dan perbelanjaan. Penggunaan aplikasi *Whatsapp* yang tidak menggunakan data yang tinggi menjadi sebab remaja tidak bimbang tentang isu tambah nilai atau membayar bil bulanan. Malah terdapat syarikat telekomunikasi yang menawarkan pakej penggunaan aplikasi *Whatsapp* tanpa had sekiranya melanggan atau menggunakan pakej mereka.

**Jadual 8:** Faktor aplikasi

Bacaan min untuk faktor aplikasi	
Min	4.120
N	100

Jadual 8 menunjukkan bacaan min yang diperolehi dari soal selidik yang telah diedarkan kepada responden bagi faktor yang ketiga iaitu faktor aplikasi. Faktor aplikasi memberi makna penggunaan aplikasi *Whatsapp* oleh remaja Kolej Vokasional Dato' Lela Maharaja disebabkan oleh aplikasi *Whatsapp* yang mesra pengguna, mudah digunakan, tidak menjadikan peranti bermasalah dan pengguna-pengguna baru tidak memerlukan masa yang lama untuk menyesuaikan diri dengan aplikasi ini. Bacaan min yang diperolehi ialah 4.120. Bacaan ini menunjukkan bahawa responden bersetuju menggunakan aplikasi ini sebagai medium berkomunikasi kerana faktor aplikasi itu sendiri yang tidak bermasalah dan mesra pengguna. Remaja tidak perlu merujuk kepada manual atau bertanya kepada rakan-rakan cara menggunakan atau mengendalikan aplikasi ini kerana fungsi-fungsi yang ditawarkan oleh aplikasi *Whatsapp* yang mudah difahami.

Secara kesimpulan dapat dirumuskan bahawa ketiga-tiga faktor ini menyumbang kepada penggunaan aplikasi *Whatsapp* dalam kalangan remaja. Walaubagaimanapun, pengkaji menyatakan dengan jelas bahawa faktor utama penggunaan aplikasi ini dalam kalangan remaja ialah faktor aplikasi *Whatsapp* yang mesra pengguna, mudah digunakan, tidak membebaskan peranti dan juga mudah digunakan oleh pengguna-pengguna yang baru dengan bacaan min 4.120.

Data ini menunjukkan dengan jelas kepada kita bahawa penggunaan aplikasi *Whatsapp* sebagai medium dakwah dapat membantu pendakwah dalam mencapai matlamat dakwah dan memudahkan pendakwah dalam menyebarkan isi kandungan dakwah.

### 3. Penerimaan Aplikasi *Whatsapp* Sebagai Medium Dakwah.

Berdasarkan kajian-kajian lepas, pengkaji menyatakan bahawa tahap penerimaan remaja terhadap aplikasi *Whatsapp* sebagai medium dakwah dibahagikan kepada empat konstruk. Empat konstruk tersebut ialah penerimaan remaja terhadap aplikasi *Whatsapp* sebagai medium dakwah, minat terhadap isi kandungan dakwah yang disampaikan melalui aplikasi *Whatsapp*, melakukan perubahan sebagai respon kepada isi kandungan dakwah yang diterima melalui aplikasi *Whatsapp* dan berkongsi isi kandungan dakwah yang diterima melalui aplikasi *Whatsapp*.

**Jadual 9:** Penerimaan terhadap aplikasi *Whatsapp* sebagai medium dakwah

Bacaan min untuk faktor aplikasi	
N	100
Min	4.362

Jadual 9 menunjukkan bacaan min yang diperolehi bagi konstruk yang pertama iaitu penerimaan remaja terhadap aplikasi *Whatsapp* sebagai medium dakwah. Bacaan min yang diperolehi ialah 4.362. Bacaan min ini menunjukkan remaja bersetuju dan menerima aplikasi *Whatsapp* dijadikan sebagai medium dakwah dalam kalangan mereka. Dapatan ini menunjukkan bahawa aplikasi *Whatsapp* relevan dan diterima dalam kalangan remaja sebagai medium untuk mereka mendapatkan maklumat berkaitan agama dan dakwah. Aplikasi ini juga boleh menjadi medium dakwah yang berkesan kerana sifat ingin tahu yang sememangnya merupakan sifat semula jadi kelompok yang bergelar remaja membolehkan mereka untuk memberikan respon dan bertanya secara langsung seandainya tidak memahami atau ingin mendapatkan keterangan yang lebih jelas berkaitan sesuatu perkara.

**Jadual 10:** Minat remaja terhadap isi kandungan dakwah melalui aplikasi *Whatsapp*

Bacaan min untuk faktor aplikasi	
N	100
Min	3.920

Jadual 10 menunjukkan bacaan min yang diperolehi bagi konstruk yang kedua iaitu berminat terhadap isi kandungan dakwah yang disampaikan melalui aplikasi *Whatsapp*. Bacaan min yang diperolehi ialah 3.920. Bacaan ini menunjukkan remaja bersetuju dengan kenyataan bahawa mereka berminat dengan isi kandungan dakwah dan maklumat berkaitan agama yang disebarkan melalui aplikasi *Whatsapp*. Dapatan ini menunjukkan secara tidak langsung

kelompok remaja ini bukan sahaja berminat untuk menggunakan aplikasi *Whatsapp* sebagai medium berkomunikasi malah mereka berminat dengan maklumat berkaitan agama dan isi kandungan dakwah. Dapatan ini dapat dijadikan panduan kepada pendakwah masa kini untuk berusaha mengadun dan menggarap isi kandungan dakwah yang akan disampaikan agar dapat disampaikan dengan menarik melalui aplikasi *Whatsapp*. Hal ini bukan sahaja menjimatkan masa dan ruang malah memberikan impak yang sangat berkesan dalam mencapai matlamat aktiviti dakwah dijalankan.

**Jadual 11:** Perubahan dalam diri kesan maklumat yang diterima melalui aplikasi *Whatsapp*

Bacaan min untuk faktor aplikasi	
N	100
Min	3.850

Jadual 11 pula menunjukkan bacaan min yang diperolehi bagi konstruk yang ketiga iaitu melakukan perubahan sebagai respon kepada isi kandungan dakwah yang diterima melalui aplikasi *Whatsapp*. Bacaan min yang diperolehi ialah 3.850. Bacaan ini menunjukkan remaja Kolej Vokasional Dato' Lela Maharaja bersetuju dengan kenyataan bahawa mereka memberi respon dan melakukan perubahan kesan kepada maklumat berkaitan agama yang diterima melalui aplikasi *Whatsapp*. Data yang diperolehi ini menunjukkan aplikasi *Whatsapp* dapat menjadi agen perubah kepada kelompok remaja yang masih dalam usia 18 dan 19 tahun.

Walaupun tidak dinyatakan secara jelas sama ada perubahan yang berlaku itu merupakan perubahan yang besar atau perubahan yang kecil, pengkaji melihat dapatan ini sebagai titik utama dalam menyatakan bahawa aplikasi *Whatsapp* merupakan aplikasi yang relevan dan mampu menjadi pemangkin kepada perubahan yang lebih baik untuk kelompok ini. Kajian ini berdasarkan penyebaran isi kandungan dakwah yang kontemporari tanpa kajian lanjutan terhadapnya dilakukan. Seandainya isi kandungan dakwah itu diadun dan digarap dengan baik serta diolah dengan sempurna, pengkaji sangat yakin bahawa dapatan kajian ini akan berubah kearah yang lebih positif.

**Jadual 12:** Berkongsi maklumat yang diterima melalui aplikasi *Whatsapp*

Bacaan min untuk faktor aplikasi	
N	100
Min	3.615

Jadual 12 menunjukkan bacaan min yang diperolehi bagi konstruk yang keempat iaitu berkongsi isi kandungan dakwah yang diterima melalui aplikasi *Whatsapp*. Bacaan min yang diperolehi ialah 3.615. Bacaan ini menunjukkan remaja Kolej Vokasional Dato' Lela Maharaja hampir bersetuju dengan kenyataan bahawa mereka berkongsi isi kandungan dakwah atau maklumat berkaitan agama yang diterima melalui aplikasi *Whatsapp*. Pengkaji menyatakan

bahawa bacaan min yang diperolehi agak rendah berbanding konstruk-konstruk yang terdahulu. Hal ini disebabkan oleh pengaruh beberapa faktor (Azad Abdullah, 2009). Antara faktor tersebut ialah kelompok ini merasa gusar dengan maklumat-maklumat yang diperolehi. Faktor ini dipengaruhi oleh wujudnya enekmen berkaitan yang dikuatkuasakan oleh Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia.

Setelah melihat kepada dapatan-dapatan yang diperolehi, pengkaji menyatakan bahawa aplikasi *Whatsapp* sangat berkesan terhadap penerimaan remaja kepada isi kandungan dakwah yang berbentuk mesej yang disebarkan melalui aplikasi *Whatsapp*. Pendakwah masa kini perlu peka dengan dapatan ini kerana peluang yang hadir bagi memastikan matlamat dakwah dapat dimaksimumkan jika peluang ini digunakan sebaik mungkin. Mesej yang diolah dengan baik dan disebarkan melalui aplikasi *Whatsapp* sama ada melalui mesej peribadi atau disiarkan dalam “*group*” aplikasi *Whatsapp* dapat menarik minat remaja umumnya untuk lebih mendalami isi kandungan dakwah yang disampaikan. Pengkaji menyatakan bahawa kehadiran mesej berbentuk islamik melalui aplikasi *Whatsapp* dialu-alukan oleh remaja.

## **KESIMPULAN**

Pengkaji sangat optimis dalam penggunaan Aplikasi WhatsApp sebagai medium dakwah. Hal ini berdasarkan dapatan yang diperolehi dari responden yang telah dipilih. Pengkaji melihat ada keperluan bagi masyarakat untuk mengkaji dengan lebih mendalam tentang Aplikasi WhatsApp sebagai medium dakwah. Kajian-kajian terhadap modul-modul yang berkesan diolah dari isi kandungan dakwah yang boleh disebarkan boleh menjadi satu kajian yang sangat menarik. Selain itu kajian yang lebih mendalam tentang hubungan sosiologi dan penggunaan Aplikasi WhatsApp dalam kalangan remaja khususnya boleh dilakukan dan hasil dapatan yang akan diperolehi pasti menarik dan boleh digunakan bagi dieksploitasi oleh golongan pendakwah masa kini.

Pengkaji melihat Aplikasi WhatsApp sebagai aplikasi yang sangat berguna bagi ibu dan bapa yang mementingkan penyebaran maklumat melalui media massa. Hal ini kerana selain menjimatkan masa, Aplikasi WhatsApp juga dilihat sebagai medium yang sesuai untuk menyebarkan isi kandungan dakwah terutama dalam kumpulan-kumpulan pengguna Aplikasi WhatsApp dalam keluarga. Selain boleh dipantau oleh ketua kumpulan, Aplikasi WhatsApp menyediakan fungsi untuk memastikan setiap mesej yang dihantar dibaca oleh ahli kumpulan. Selain itu ketua keluarga yang bertindak sebagai ketua kumpulan juga boleh memastikan setiap ahli kumpulan untuk memberi respon bagi setiap isi kandungan dakwah yang dihantar bagi memastikan ahli kumpulan tidak culas ketika berurusan dengan isi kandungan dakwah.

Pertumbuhan syarikat-syarikat telekomunikasi yang menawarkan pelan prabayar atau pasca bayar memberi satu peluang yang baik dalam perkembangan aktiviti dakwah. Pengkaji melihat inisiatif dari agensi-agensi kerajaan atau institusi tertentu terhadap syarikat-syarikat telekomunikasi ini bagi menawarkan pelan-pelan yang lebih menjimatkan bagi meluaskan lagi penggunaan Aplikasi



WhatsApp dalam kalangan remaja bagi memberi peluang isi kandungan dakwah tersebar dengan sangat efisien. Selain itu inisiatif tertentu bagi mennggalakkan remaja kolej untuk menggunakan Aplikasi WhatsApp sebagai medium untuk berkomunikasi secara tidak langsung dapat memberikan peluang kepada penyebaran isi kandungan dakwah dengan meluas melalui Aplikasi WhatsApp.

## **BIBLIOGRAFI**

- Ab Aziz Mohd Zin (2005). *Metodologi Dakwah*, Kuala Lumpur, Universiti Malaya
- Ab Aziz Mohd Zin (2006). *Dakwah Islam Di Malaysia*, Kuala Lumpur, Universiti Malaya
- Abdul Karem Zaidan (2009). *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah (Jilid 2)*, Jakarta, Penerbit Media Dakwah
- Abdul Rauf Shalabi (1973). *Alun-Alun Istana "Imam Ghazali"*, Kuala Lumpur, DewanBahasa dan Pustaka.
- Abdullah Ahmad, Siti Salasiah Tamam (2015). *Dakwah Amanah Terakhir Allah Swt Kepada Rasulullah Saw*, Kuala Lumpur, Synergy Media
- Abdullah Muhammad Zin (1995). *Islamic Da'wah (Mission)*, Kuala Lumpur, Pustaka Antara Sdn. Bhd.
- Abdullah Muhammad Zin (2000). *Pengurusan Dakwah Dalam Masyarakat Cina Dan Orang Asli*, Universiti Kebangsaan Malaysia
- Abu Hasan Din (2003). *Kisah Para Nabi; Karya Asal Qishasul Anbiya' Ibratul li Ulil Albab*, Kuala Lumpur, Darul Fajr Sdn. Bhd
- Ahmad Ghalwash (1978). *Al-Da'wah al-Islamiyah: Usuluha wa Wasa'iluha, Kaherah, Dar al-Kitab al-Misri*
- Ahmad Zaki Ibrahim (2011). *Tajdid dan Islah*, Kuala Lumpur, Akademi Pengajian Islam Universiti Malaya
- Aidit Ghazali, Ahmad Syahir Sarani (2014). *Manual Penyelidikan Secara Islam*, Shah Alam, Selangor, Institut Perkembangan Minda
- Azad Abdullah (2009). *Anda Dan Internet*, Selangor, Galeri Ilmu Sdn. Bhd.
- Azizee Hasan (2011). *Untukmu Sang Daie'... Kaedah Berdakwah Di Jalan Allah*, Kuala Lumpur, Pustaka Salam Sdn. Bhd
- Chua Yan Piaw (2014). *Kaedah Penyelidikan (Buku 1)*, Selangor, *Mcgraw-Hill Education (Malaysia) Sdn. Bhd.*
- Franz Joseph Eilers (1987). *Communicating Between Cultures : An Introduction to Intercultural Communication*, Manila, *Divine Word Publications*
- H.M. Ariffin (2004). *Psikologi Dakwah*, Jakarta, Pt Bumi Aksara
- Ibnu Manzur (2009). *Lisan al-Arab*, Beirut, *Darul Kutub al-'Alamiyah*
- Imam Qurtubi (1971). *Tafsir al-Qurtubi*, Beirut, *Darul Kutub al-'Alamiyah*
- Imam Muslim (2011). *Sahih Muslim*, Beirut, *Darul Kutub al-'Alamiyah*
- Jamal Ma'mur Asmani (2012). *Panduan Memanfaatkan Teknologi Maklumat Dan Komunikasi Dalam Dunia Pendidikan*, Selangor, *Ar-Risalah Product Sdn Bhd.*
- Jum'ah Amin Abdul Aziz (2002). *Fiqih Dakwah*, Indonesia, Pt Era Adicitra Intermedia

- Madiah Mohd Saudi (2015). Kesedaran Keselamatan Siber, Negeri Sembilan, Universiti Sains Islam Malaysia
- McLuhan, Marshall (1964). *Understanding Media : The Extension of Man, Canada, Mcgraw-Hill Education*
- Mehrabian, A (1981). *Silent Messages : Implicit Communication of Emotions and Attitudes, Wadsworth, Belmont CA*
- Muhamad Zaki Mustafa (Et Al.) (2011). Representasi Islam Dalam Media, Negeri Sembilan, Universiti Sains Islam Malaysia
- Muhammad Abu Al-Fatah (2010). Ilmu Dakwah ; Prinsip Dan Kode Etik, Jakarta, Akademika Pressindo
- Muhammad Abu al-Fathi Al-Bayanuni (1993). *al-Madkhol ila al-Ilmi al-Dakwah*, Beirut, Muassasah al-Risaalah
- Salih ibnu Fawzan (2002). *Sharh al-Aqidah al-Wasatiah li-Syakh al-Islam Ahmad Ibn Taymiyah, al-Riyad, al-Risaalah al-Ammah li-Idarat al-Buhuth al-Ilmiah wa al-Ifta'*
- Sarah Stroumsa (2006). Para Pemikir Bebas Islam, Yogyakarta, PT LKiS Pelangi Aksara.
- Sayyid Qutb (1964). *Ma'alim fi al-Tariq*, Kaherah, Kazi Publications
- Schramm, W. (1954). *How Communication Works, In The Process and Effect of Communication, Urbana, University of Illinois Press*
- Sheridn Coakes (2013). *SPSS: Analysis Without Anguish : Version 20 For Windows*, Australia, John Wiley & Sons Australia Ltd.
- W. Lamrence Neumann (2009). *Understanding Research*, Canada, Pearson Education, Inc.
- Wahbah bin Musthafa al-Zuhaili (1991). *At-Tafsir al-Munir : fi al-Aqidah wa asy-Syari'ah wa al-Manhaj*, Damascus, Dar al-Fikr
- Wahyu Ilaihi, Harjani Hefni (2007). Pengantar Sejarah Dakwah, Jakarta, Kencana Penada Media Group
- Yusof al-Qardhawi (1991). *Thaqafat al-Da'iyah ; Wawasan Seorang Pendakwah*, Kaherah, Maktabah Wahbah
- Zaki Masy'al (1985). *Al-Naimah al-Kubra : Sorotan Pemikiran Dakwah Islamiah*, Kaherah, Mathba'ah al-Sa'adah
- Zulkiple Abd Ghani (2001). Islam, Komunikasi Dan Teknologi Maklumat, Kuala Lumpur, Utusan Publications and Distributors Sdn Bhd
- Zulkiple Abd Ghani (2014). Dakwah Dalam Era Siber Di Malaysia, Bandar Baru Nilai, Negeri Sembilan, Universiti Sains Islam Malaysia
- \_\_\_\_\_ (2004). *Al-Mu'jam al-Wasit*, Kaherah, Maktabah as-Syuruq ad-Dauliyah
- Denna, And Prahastiwi Utari. 2012. "Komunikasi Konvergensi Dan Divergensi Dalam New Media." : 1-13.
- Gelles, David, And Vindu Goel. 2014. "Facebook Enters \$16 Billion Deal For Whatsapp." *Dealbook*.  
[Http://Dealbook.Nytimes.Com/2014/02/19/Facebook-To-Buy-Messaging-Start-Up/?\\_Php=True&\\_Type=Blogs&\\_R=0](http://Dealbook.Nytimes.Com/2014/02/19/Facebook-To-Buy-Messaging-Start-Up/?_Php=True&_Type=Blogs&_R=0).
- Hadi, Ido Prijana, And Universitas Kristen Petra. 2006. "Perkembangan Teknologi Komunikasi." (56): 69-84.

- Massa, Pengantar Komunikasi, And Rajawali Pers. 2012. "Technological Determinism Theory ( Teori Determinisme Teknologi )."
- Mohamed Nazul, Ismail Et Al. 2014. "Whatsapp: Komuniti Maya Dalam Teknologi Komunikasi Mudah Alih." *Sains Humanika* 3(1): 23–30. [Www.Sainshumanika.Utm.My](http://www.sainshumanika.utm.my).
- Nasution, Robby Darwis. 2015. "Meneropong Masa Depan Pendidikan Di Indonesia ( Penerapan Virtual Learning Di Indonesia )." In , 489–97.
- Putra, Harry Permata. 2014. "Twitter @Parlemen\_Muda Sebagaimicroblogging Dalam Mendorong Eksistensi Anakmuda Sebagai Agen Perubahan."
- Rahman, Mohamad Abu Bakar Abdul. 2010. Um *Metodologi Dakwah Rasulullah S.A.W. Di Peringkat Permulaan Di Mekah: Aplikasinya Di Singapura*.
- Singh, Navjit. 2014. "A Study To Analyze Relationship Between Psychological Behavioral Factors On Whatsapp Addiction Among Youth In Jalandhar District In Punjab." *European Journal Of Business And Management* 6(37): 269–73. [Http://Www.Iiste.Org/Journals/Index.Php/Ejbm/Article/View/18717](http://www.iiste.org/Journals/Index.php/Ejbm/Article/View/18717).