

## **KREDIBILITI KOMUNIKATOR ISLAM REVOLUSI INDUSTRI 4.0: SOROTAN AWALAN**

**S.Salahudin Suyurno<sup>1</sup>, Abdul Rauf Redzuan<sup>2</sup>, Aini Faezah Ramlan<sup>3</sup>,  
Nor Adina Ab Kadir<sup>4</sup>, Mohamad Shafie Ayob<sup>5</sup>, Muhammad Shahrif  
Ab Kadir<sup>6</sup> & Muhammad Taufik Md Sharipp<sup>7</sup>**

### **E-JITU**

Acceptance date:

15 January 2021

Valuation date:

15 February 2021

Publication date:

30 April 2021

### **ABSTRAK**

*Arus kemajuan melalui era globalisasi dunia mencetuskan pelbagai perubahan dalam kehidupan. Perubahan dunia masa kini seperti Revolusi Industri 4.0 telah berjaya menghapuskan batasan sempadan sesebuah negara. Perubahan terhadap gaya hidup berorientasikan teknologi dan media baharu seperti media sosial memberikan kesan dan menjadi cabaran buat komunikator Islam. Komunikator Islam dilihat perlu mengadaptasi dengan perubahan teknologi dan mampu meneruskan dakwah dengan lebih berkesan dan mampu diterima dan difahami oleh setiap lapisan masyarakat. Bukan itu sahaja, sebagai komunikator Islam, antara ciri yang perlu ditekankan ialah mereka perlu mempunyai iman yang kuat, menurut syariat agama, berakhlak baik dan berkeperibadian ihsan serta mempunyai ilmu dan teknologi yang baik seiring dengan keperluan pendakwah masakini.*

**Kata kunci:** *Kredibiliti, Komunikator Islam, Media Baharu, Revolusi Industri*

### **PENGENALAN**

Malaysia tidak ketinggalan dalam menghadapi Revolusi Industri 4.0 apabila kerajaan banyak melancarkan inisiatif antaranya TN50 yang memacu negara menjadi negara pencapaian tinggi di dunia dari perspektif ekonomi, inovasi dan

<sup>1</sup> Profesor Madya di Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), UiTM Cawangan Melaka. Email [ssalahud@uitm.edu.my](mailto:ssalahud@uitm.edu.my).

<sup>2</sup> Profesor Madya di UiTM Cawangan Melaka. Email [abdulrauf@uitm.edu.my](mailto:abdulrauf@uitm.edu.my).

<sup>3</sup> Pensyarah Kanan di UiTM Cawangan Melaka. Email [faezah877@uitm.edu.my](mailto:faezah877@uitm.edu.my).

<sup>4</sup> Pensyarah di Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), UiTM Cawangan Melaka. Email [noradina@uitm.edu.my](mailto:noradina@uitm.edu.my).

<sup>5</sup> Pensyarah Kanan di Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), UiTM Cawangan Melaka. Email [shafieiyub@uitm.edu.my](mailto:shafieiyub@uitm.edu.my).

<sup>6</sup> Guru di Sekolah Kebangsaan Malim, Bertam Malim, Melaka. Email [shahalqadiri@gmail.com](mailto:shahalqadiri@gmail.com).

<sup>7</sup> Pensyarah di Akademi Pengajian Islam Kontemporari (ACIS), UiTM Cawangan Melaka. Email [taufiksharipp@uitm.edu.my](mailto:taufiksharipp@uitm.edu.my).

manusia. IR 4.0 adalah suatu batu loncatan agar manusia turut berinovasi bukan sahaja berinovasi dalam penguasaan teknologi, malah perlu ‘inovasi jiwa’ selaras dengan teras RMK ke-11 iaitu membangunkan sebuah tamadun holistik, di mana masyarakatnya memiliki nilai-nilai tinggi dan berakhlak. Sejarah membuktikan cabaran lebih berat yang bakal dihadapi adalah keruntuhan akhlak masyarakat. Komunikator Islam berhadapan dengan cabaran nilai kredibiliti dalam zaman IR 4.0 yang sarat dengan kemajuan teknologi.

Walaupun telah banyak kajian dan penulisan sarjana tempatan mahupun antarabangsa mengenai komunikasi Islam, tetapi kajian khusus mengenai komunikator Islam dalam media baharu sangat kurang dan perlu diintegrasikan antara ilmu dakwah, komunikasi, media sosial, kredibiliti media dan sebagainya. Apatah lagi kajian yang menyentuh cabaran kredibiliti komunikator dalam era IR 4.0 masih belum ditemui. Justeru, penulisan ini bertujuan membuat tinjauan awal terhadap kredibiliti komunikator Islam dalam mendepani cabaran IR 4.0.

### **Komunikasi dan Komunikator**

Definisi yang baik seharusnya dengan semaksima mungkin bersifat membatasi (*mani'*) dan mencakupi (*jami'*), eksklusif dan inklusif (Bustanudin Agus, 2006). Komunikator berakar kata dari perkataan komunikasi. Justeru itu, komunikasi yang dimaksudkan ialah menyampaikan maklumat daripada komunikator kepada penerima melalui pelbagai saluran media antaranya cetakan, audio, visual serta animasi (Ghazali Daimin, 2015).

Dari sudut bahasa, kamus dewan edisi ke-4 mentakrifkan komunikator bermaksud individu atau institusi yang menghantar pesan atau maklumat kepada penerima pesan. Tambahan lagi, *Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus* mendefinisikan komunikator sebagai seseorang yang dapat membincangkan idea dan emosi mereka dengan cara yang difahami oleh orang lain.

Menurut Mohd Hamdan Adnan (2012) menyatakan komunikator sebagai seseorang yang mengarang sesuatu mesej dalam lambang yang mampu difahami oleh khalayak tuju atau penerima ataupun para penerima. Tambahan lagi, Komunikator Islam merujuk kepada individu atau kumpulan yang menyampaikan mesej kepada penerima menggunakan medium tertentu (Deddy Mulyana, 2008; Zulkefli Aini & S. Salahudin Suyurno, 2012). Komunikator Islam lebih mengkhususkan kepada muslim yang menyampaikan pesan-pesan Islam sama ada lelaki atau perempuan yang mukallaf (Abdul Karim Zaidan, 2002:346). Justeru itu, boleh disimpulkan bahawa komunikator Islam ialah individu Islam yang memindahkan maklumat kepada individu Islam yang lain dengan menggunakan pelbagai saluran penyampaian tertentu.

## **SIFAT KOMUNIKATOR ISLAM**

Setelah jelas mengenai definisi komunikator Islam, maka wajar memperhalusi sifat asas komunikator Islam. Hal ini kerana agama Islam yang ditanzulkan kepada individu Islam amat menitik beratkan berkenaan kesempurnaan pandangan alam Islam dan penjagaan akhlak yang mendidik jiwa insan (Md. Asham Ahmad, 2017)

Antara sifat komunikator Islam yang ditekankan oleh Abdul Ghani Samsudin (2004) beliau menyatakan bahawa pembangunan negara dapat tercapai sekiranya komunikator islam atau individu Islam mempunyai iman yang kuat, menurut syariat agama, berakhlak baik dan berkeperibadian ihsan serta mempunyai ilmu dan teknologi yang baik. Perkara ini selaras dengan pandangan Zakaria Stapa (1999) yang menyatakan kejayaan sektor-sektor lain akan menjadi kurang bermakna sekiranya personaliti dan akhlak masyarakat Malaysia lemah kerana kejayaan sektor-sektor tersebut bergantung kepada kualiti sumber manusianya. Lantaran itu, nilai akhlak perlu dipandang serius terutama nilai kredibiliti komunikator Islam dalam media baharu yang merupakan nadi dalam memacu IR 4.0. Tanpa media baharu, IR 4.0 tidak akan berkembang. Manakala tanpa komunikator media yang berkredibiliti pembangunan negara maju turut terbantut.

## **KREDIBILITI**

Terdapat banyak definisi yang telah dikemukakan oleh pakar tentang maksud kredibiliti. Secara umumnya, jika diteliti setiap definisi yang dikemukakan itu, terdapat beberapa unsur yang mendasari makna kredibiliti. Oleh itu, wajar untuk memahami secara keseluruhan takrif kredibiliti dari sudut bahasa dan juga istilah.

Dari sudut bahasa, kamus dewan edisi keempat mentakrifkan kredibiliti bermaksud sifat boleh dipercayai atau diyakini dan kebolehpercayaan. Menurut laman sesawang *Merriam-Webster* menyatakan kredibiliti ialah kualiti yang diyakini atau diterima sebagai benar, nyata, atau jujur. Tambahan juga, berdasarkan carian di laman sesawang *Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus* mendapati maksud kredibiliti ialah hakikat bahawa seseorang itu boleh dipercayai dan amanah.

Selain itu, menurut pengistilahan terdiri dari pakar pula, West (1994) mendefinisikan kredibiliti sebagai kualiti sumber informasi yang menyebabkan apa yang diucapkan dipercayai melebihi sebarang bukti perbahasan. Manakala Self (1996: 421) mendefinisikan kredibiliti sebagai kebolehpercayaan, amanah keyakinan dan kebergantungan terhadap sesuatu.

Secara ringkasnya, kredibiliti boleh didefinisikan sebagai tahap kebolehpercayaan dengan yakin terhadap seseorang individu tentang sumber maklumat yang dibawa, sama ada ucapan, penulisan dan berita yang dikhabarkan.

### **POLA KOMUNIKASI MUSLIM**

Di Malaysia, penggunaan media baharu melambung naik melalui pengawalan *state* terhadap kebebasan media. Menurut Yahya Abdul Rahman (2017), indeks demokrasi Malaysia terjejas dan mendapat kesan yang besar hasil daripada pelaksanaan kawalan ini. Akta-akta yang dibentuk termasuk Akta Komunikasi dan sebagainya disifatkan sebagai dikuasai sepenuhnya oleh pihak kerajaan. Perubahan daripada media tradisional kepada media alternatif dilaporkan oleh Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (2016) dengan peningkatan sebanyak 3 juta pengguna media sosial hanya dalam jarak masa dua tahun dari 2015 sehingga 2017. Ini secara tidak langsung telah merubah lanskap sosial masyarakat Malaysia. Situasi ini selari dengan pandangan Mohd Azizuddin (2005) yang menyatakan bahawa media baharu lebih menjadi kegemaran masyarakat khususnya generasi muda yang berkehendakkan kepada perubahan, mengikut perkembangan zaman, kepantasan perolehan maklumat dan gaya yang santai.

### **MEDIA BAHARU**

Dalam era kepesatan teknologi, media baharu dilihat lebih dominan berbanding dengan media tradisional atau media lama seperti media cetak, media elektronik, media siaran dan media interpersonal yang lain (Siti Ezaleila Mustafa & Azizah Hamzah, 2011). Media baharu seperti Facebook, WhatsApp, WeChat, Twitter dan Telegram telah menjadikan aktiviti berkomunikasi, berkongsi dan apa sahaja yang berkaitan interaksi di atas talian menjadi rancak sehinggakan terbukti banyak menatijahkan kesan buruk selain ruang bagi melakukan kebaikan (Ahmad Zahiruddin Mohd Zabidi & Ahmad Faisal Abdul Hamid, 2014).

Media baharu dapat dinyatakan semua media interaktif yang berkaitan dengan jaringan internet dan saling berintegrasi antara teknologi dengan kombinasi teks elektronik, grafik, imej bergerak dan bunyi ke dalam persekitaran perkomputeran digital yang membenarkan penggunaanya berinteraksi dengan penerima untuk tujuan tertentu (Siti Ezaleila Mustafa, 2015).

### **REVOLUSI INDUSTRI 4.0 (RI 4.0)**

Revolusi industri (RI) yang pertama bermula sejak 1784 tatkala mekanisme kekuatan air dan wap di olah sebagai sistem produksi. RI yang kedua adalah sekitar 1870 apabila teknologi elektrik mendapat tempat dalam kehidupan masyarakat. Pada tahun 1969, industri sekali lagi mengalami revolusi apabila

kekuatan elektronik dan ditambah dengan teknologi informasi mula dihidangkan kepada dunia. Mutakhir ini, dunia sekali lagi memasuki era RI ke-4 di mana inovasi daripada RI ke-3 dikuatkan dengan teknologi maklumat dan komunikasi yang lebih canggih (Mohd Azizuddin Mohd Sani, 2017 & Tjandrawinata, 2016). Ramai yang telah bersedia untuk berhadapan RI 4.0 ini terutamanya negara-negara maju seperti Kesatuan Eropah, United Kingdom, Amerika Syarikat, Jepun dan Korea. Negara-negara membangun seperti China dan India juga turut sama bersiap siaga dalam IR 4.0 dengan mengintegrasikan teknologi maju ke dalam aktiviti harian dan mengadaptasi sokongan infrastruktur, dasar dan strategi yang direka untuk memenuhi keperluan masyarakat dari segenap lapisan (Delaila Abdullah et al., 2017).

Pengasas World Economic Forum iaitu Professor Dr Klaus Schwab telah menjelaskan bahawa RI 4.0 dibentuk oleh penggabungan tiga *megatrends* utama iaitu dunia fizikal, digital, dan biologi. Sempadan teknologi dunia fizikal seperti robot dan *drone*, dunia digital seperti *cryptocurrency*, serta dunia biologi seperti *synthetic biology* bergabung bagi membentuk persekitaran RI 4.0. Inovasi bermula dari sebuah idea yang bercambah menjadi sebuah realiti (Mohd Effendi @ Ewan Mohd Matore & Tuan Mastura Tuan Soh & Helmi Norman & Melor Md Yunus, 2018)

#### **KAITAN KREDIBILITI KOMUNIKATOR DENGAN MEDIA BAHARU**

Lanskap sosial masyarakat sudah berubah berikutan peranan media baharu yang mengambil tempat dalam kehidupan manusia pada masa kini. Media baharu seperti Facebook, WhatsApp, WeChat, Twitter dan Telegram telah menjadikan aktiviti berkomunikasi, berkongsi dan apa sahaja yang berkaitan interaksi di atas talian menjadi rancak sehinggakan terbukti banyak menatijahkan kesan buruk selain ruang bagi melakukan kebaikan (Ahmad Zahiruddin Mohd Zabidi & Ahmad Faisal Abdul Hamid, 2014). Rata-rata pengguna laman baharu ini sewenang-wenangnya “like” atau “share” informasi ini tanpa berfikir panjang dan menyelidikinya dahulu. Sedangkan, keghairahan para komunikator di dalam usaha untuk menyebarkan mesej Islam perlulah meneliti kesahihan sesuatu maklumat itu sebelum disebarkan agar tidak berlakunya salah faham orang ramai terhadap orang Islam (Nur Aina Mohd. Yaakop, 2013). Lebih membimbangkan gejala tersebut boleh menyebabkan kesucian Islam dicemari perkara-perkara dogmatik, tidak masuk akal dan tidak benar (Juanda Jaya, 2012). Prinsip Islam yang terbuka menerima pembaharuan dalam hal duniawi dan teknikaliti dalam segala ruang perkara termasuk inovasi teknologi, tetapi haruslah menepati prinsip yang sebenar kerana teknologi seharusnya menjadi alat bagi mendekatkan manusia dengan agama bukan sebaliknya (Siti Suriani Othman, 2018 & Zaharuddin, 2012).

Menurut Azmah Binti Ab Wahab & Samsudin A.Rahim (2013) menyatakan bahawa penggunaan media ditentukan oleh penilaian kredibiliti yang tinggi terhadap sesebuah media. Sungguhpun demikian, keperluan terhadap kajian kredibiliti media baharu dirasakan amat mendesak memandangkan kajian yang menjurus kepada kredibiliti dan etika seorang komunikator Muslim masih belum dibahaskan. Selain itu, media ini menjadi antara platform utama penyampaian mesej Islam dalam era IR 4.0. Kesalahan yang disengaja ataupun tidak disengajakan dikhuatiri bakal menggambarkan imej Islam sebagai sebuah agama yang rumit dan tidak konsisten dalam prinsip-prinsip amalannya. Akhirnya revolusi IR 4.0 yang diharapkan inovasi jiwa yang merangkumi nilai keimanan dan akhlak berubah kepada inovasi teknologi semata-mata. Perkara ini akan mengambalikan manusia ke lembah kitaran kejahilan tatkala Revolusi Industri yang pertama menyingkirkan ketuhanan dalam permodenan menolak nilai akhlak dan sebagainya (Mohd Azhar Abd Hamid et al., 2001).

Teknologi pada hari ini, mendedahkan kepada penggunaanya kepada unsur-unsur positif dan juga negatif sekiranya tidak diguna pakai kepada jalan yang betul. Setakat ini, apa yang terserlah ialah unsur tidak bermoral yang melanggar nilai susila masyarakat manusia seperti pornografi, penipuan (*scam*), jenayah atau propaganda yang ingin merosakkan sesuatu pihak, spekulasi perdagangan matawang, yang tidak telus dan sebagainya (Mohd. Taib Osman, t.t). Justeru itu, langkah-langkah berhati-hati perlu dilaksanakan sama ada memantapkan sistem ketahanan moral menerusi bimbingan agama ataupun menggubal undang-undang baharu yang lebih ketat.

## **KESIMPULAN**

Tidak dinafikan bahawa selaku komunikator Islam, perjalanan dakwah perlu berjalan seiring dengan arus kemodenan seperti Revolusi Industri 4.0 di mana media sosial merupakan trend terkini buat masa kini. Pengaruh media alaf baharu yang menular dalam kehidupan moden hari ini jelas telah berjaya merubah paradigma sosiobudaya dan komunikasi. Penggunaan dan pengaruh media baharu dalam kehidupan tidak dapat dipisahkan dan perlu diadaptasi dengan lebih terbuka. Dengan satu harapan suci diharapkan komunikator Islam dapat terus memainkan perananan dalam berdakwah ataupun menyampaikan maklumat dengan lebih berkesan dan diterima oleh setiap penerimanya.

## **PENGHARGAAN**

Projek ini disokong oleh Kementerian Pendidikan Malaysia di bawah Skim Geran Penyelidikan Fundamental (No. 600-IRMI / FRGS 5/3 (099/2019). Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada Kementerian Pengajian Tinggi Malaysia, Institut Pengurusan Penyelidikan Universiti Teknologi MARA (UiTM) dan UiTM Cawangan Melaka untuk sokongan kewangan, kemudahan dan pelbagai sumbangan.



**BIBLIOGRAFI**

- Abdul Ghani Samsudin, (2004). *Pembangunan Ekonomi Islam: Perspektif Malaysia*. Kelang: Islamic Banking Encyclopedia.
- Ahmad Zahiruddin Mohd Zabidi & Faisal @ Ahmad Faisal Abdul Hamid. 2014. *Membina Pengisian Berpengaruh Dalam Media*
- Azmah Binti Ab Wahab & Samsudin A. Rahim. 2013. *Kredibiliti Media Dan Penyertaan Dalam Persekitaran Pengdemokrasian Maklumat Di Malaysia*. *Jurnal Komunikasi*. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia. Jilid 29. No. 1. Hal. 141.
- Bustanudin Agus. 2006. *Agama Dalam Kehidupan Manusia Pengantar Antropologi Agama*. PT Rajagrafindo Persada.
- Delaila Binti Abdullah, Mohd Yusof Abdullah & Mohd Azul Mohamad Salleh (2017). *A Review on the Concept of Fourth Industrial Revolution and the Government's Initiatives to Promote It among Youths in Malaysia*. *Journal e-Bangi*. Special Articles (December, 2017).
- Dunn, D.M. & Goodnight, L.J., 2011. *Communication: Embracing Difference* (edisi ke-3). Boston: MA: Pearson
- Juanda Jaya. 20 Feb 2012. *Ambil tindakan terhadap gejala penggunaan hadis palsu di Internet*. Di ambil pada 19 April 2015
- Mohd Hamdan Adnan. 2012. *Kamus Media, Komunikasi dan Perhubungan Raya*. Penerbit UiTM, UiTM Shah Alam, Selangor. tata
- Mohamad Raimi Ab Rahim (29 Dis 2016) *Mendepani Gelombang Revolusi Industri Keempat:- Antara Cabaran & Prospek*. Di ambil dari laman sesawang <http://www.abim.org.my> pada 18 Feb 2018.
- Mohd Azizuddin Mohd Sani (29 Jul 2017) *R&D universiti katalis Revolusi Industri 4.0*. Rencana, Berita Harian
- Mohd Effendi @ Ewan Mohd Matore & Tuan Mastura Tuan Soh & Helmi Norman & Melor Md Yunus. 2018. *EDUINNOVATION Inovasi Pendidikan dalam Era Revolusi Industri 4.0*. Fakulti Pendidikan UKM Bangi, Selangor.
- Siti Ezaleila Mustafa. 2013. *Media Sosial di Malaysia dan Indonesia: Penggunaannya sebagai Alat Komunikasi, Kolaborasi dan Jaringan Digital*. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*. Kuala Lumpur: Universiti Malaya. Jld. 15, Bil.2, Hal 71.
- Siti Suriani Othman (5 Jan 2018) *'Inovasi Jiwa' Hadapi Ledakan Revolusi Industri 4.0*. Berita Harian.
- Tjandrawinata, R. R. (2016). *Industri 4.0: revolusi industri abad ini dan pengaruhnya pada bidang kesehatan dan bioteknologi*. Jakarta: Working Paper from Dexa Medica Group.
- Zakaria Stapa. (1999). *Akidah dan akhlak dalam kehidupan Muslim*. Kuala Lumpur: Utusan Publications and Distributors Sdn. Bhd.



- Zulkifli Aini & S. Salahudin Suyurno (2016) Pengantar Komunikasi Dakwah. Bangi: Jabatan Pengajian Dakwah dan Kepimpinan FPI, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Zulkiple Abd Ghani. 2014. Dakwah dalam Era Siber di Malaysia. Nilai: Penerbit USIM. Cetakan kedua.