

UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA

**PEMBANGUNAN MODEL
PENGIKLANAN DIGITAL PATUH
SYARIAH DALAM PEMASARAN
PRODUK UBATAN TRADISIONAL**

NURZAHIDAH BINTI HAJI JAAPAR

Tesis dikemukakan bagi memenuhi
keperluan untuk ijazah
Doktor Falsafah
(Pengajian Islam Kontemporari)

Akademi Pengajian Islam Kontemporari

Ogos 2023

ABSTRAK

Trend pengiklanan digital bagi produk ubatan tradisional dilihat semakin berkembang pantas di samping kaedah tarikan (*attention*) kepada khalayak pengguna dengan lebih kreatif dan efektif. Dalam konteks ini, iklan digital dalam pemasaran produk ubatan tradisional adalah terdiri daripada gabungan ekosistem perniagaan, pemasaran, komunikasi, kesenian, teknologi, dan farmaseutikal yang menyokong perkembangan positif industri halal di Malaysia. Melalui perkembangan revolusi perindustrian 4.0 (4IR) yang telah menggalakkan penggunaan teknologi *the Internet of things (IoT)* dan teknologi maklumat telah menjadi pemangkin kepada pembangunan industri pengiklanan digital secara global. Namun demikian, rungutan terhadap kandungan iklan bagi pemasaran produk ubatan tradisional dilihat semakin membimbangkan. Beberapa isu ketidakpatuhan syariah dalam pengiklanan digital dikenal pasti antaranya wujud unsur penipuan (*fraud*), mengelirukan (*misleading*), dakwaan berlebihan (*overclaim*) dan pornografi (*pornography*) dalam iklan. Sebaliknya, pengiklanan digital dapat memberi kemudahan capaian maklumat, kesedaran dan pendidikan kepenggunaan serta mengelak daripada merosakkan nilai sosial pengguna seperti budaya materialisme, konsumerisme dan fetishism yang telah diterapkan dalam mesej dan cerita dalam iklan. Rentetan daripada permasalahan tersebut, terdapat jurang kajian apabila kajian lepas hanya memfokuskan iklan bagi produk kewangan, farmasi dan makanan. Justeru kajian ini memfokuskan objektif kajian iaitu meneroka prinsip syariah berkaitan pengiklanan digital dalam pemasaran produk ubatan tradisional, menganalisis penerapan prinsip syariah bagi praktis semasa pengiklanan digital dalam pemasaran produk ubatan tradisional dan membangunkan model pengiklanan digital patuh syariah dalam pemasaran produk ubatan tradisional. Seterusnya, reka bentuk kajian bersifat penerokaan dan fenomenologi yang melibatkan isu pengiklanan digital dalam pemasaran produk ubatan tradisional. Manakala bagi kaedah penyelidikan, pendekatan kualitatif digunakan dengan melakukan kajian kepustakaan dan analisis kandungan iaitu kajian lepas, kitab fiqh muamalat dan dokumen perundangan. Seterusnya pengumpulan data melalui temu bual mendalam yang melibatkan tiga belas informan terdiri daripada pihak autoriti, akademia, pemain industri, pengguna dan aktivis kepenggunaan Islam. Kemudian, data kajian telah dianalisis menggunakan kaedah analisis tematik melalui perisian *ATLAS.ti 22* dan ujian kebolehpercayaan dilaksanakan menggunakan pengesahan pakar dengan instrumen soal selidik bagi ujian Cohen Kappa. Keputusan kajian menunjukkan bahawa terdapat tujuh prinsip syariah yang perlu mendasari praktis semasa pengiklanan digital dalam pemasaran produk ubatan tradisional. Kajian ini menyimpulkan bahawa pembangunan model pengiklanan digital patuh syariah dalam industri produk ubatan tradisional perlu meletakkan keutamaan kepada prinsip ketelusan, keselamatan, manfaat, akauntabiliti dan kesederhanaan. Manakala prinsip responsif dan moral dan etika merupakan prinsip baru yang diketengahkan dalam model pengiklanan digital patuh syariah bagi menyokong aktiviti pemasaran produk ubatan tradisional yang selari dengan kehendak undang-undang dan syarak.

PENGHARGAAN

Pertamanya, segala pujian hanya pada Pencipta yang Agung yang sentiasa mencurahkan nikmat dan rezeki tanpa henti kepada hamba yang kerdil ini. Syukur Alhamdulillah.

Penghargaan terima kasih saya khas teristimewa untuk Ibunda dan suami tercinta, Encik Khairil Fakhri bin Ahmad Suhaimi, tidak dilupakan juga kepada anak-anak yang comel dan bijak, Muhammad Afnan Zikri, Muhammad ‘Ayish Fikri dan Muhammad Affan Fathi yang tanpa jemu menyokong setiap permintaan dan keputusan saya dalam kerjaya dan kehidupan saya. Moga Allah membalas jasa kalian dengan sebaik baik pahala daripadaNya.

Seterusnya, diucapkan jutaan terima kasih kepada mentor saya Dr Mohd Faiz bin Mohamed Yusof, Profesor Madya Dr Mohd Dani bin Muhamad, Profesor Madya Dr Rafeah bt Saidon serta seluruh ahli keluarga ACIS Selangor yang mendokong dan memberi inspirasi kejayaan buat saya sehingga ke hari ini.

Buat teman dan sahabat baik saya Pn Sharifah Fadylawaty, Dr Noor Syahida Md Soh, Pn Aisyah Ab Rahim, Pn Fadhilah Adibah, Pn Noraishah P. Othman, Cik Umami Sulaim Ahmad Rashid, Cik Anis Husna Ab Halim, Pn Nurhanisah Hadigunawan, Cik Siti Raudah Abd Karim, Pn Syaima Asbullah, Mejar Dr Azlisham bin Abdul Aziz dan rakan-rakan APS yang lain sentiasa ada bersama saya di kala susah dan senang.

Buat adik beradik saya Kak Ni'mah, Abang Mohd Fuad & Kak Badariah, Kak Faezah & Abang Ahmad Zainudin, Abang Ghazali & Kak Hilmiah, Kak Rasyidah & Abang Razak dan Abang Naim & Kak Hayana yang sentiasa memberikan kasih sayang, perhatian dan doa yang tidak pernah putus terhadap adik bongsu tercinta. Begitu juga buat anak-anak saudara tersayang, Ulfah Mansurah, Ismah Mansurah, Nuradilah, Nuradlina Syatirah, dan semua yang banyak berjasa dalam hidup ini. Barakallahufikum.

Buat keluarga mertua, abah _____, mak _____, Kak Masliza Elyani, Kak Norazatul Itri, Nurul Syafiqah, Nurul Hidayah, Nurul Asyikin, Amirul Haziq, Zarul Asyraf dan Anas Azraie yang berjasa memahami siapa diri saya sepanjang perjalanan ini, saya doakan kalian akan berjaya dalam kehidupan kalian. Buat bestfriend yang selalu mencerikan hidup ini Ecah, Ida, Fiza & Farah tanpa dirimu siapalah yang sudi mewarnai hidupku. Buat writing hours sisters, Syahida, Wan Aishah, Mafuzah, Salwa, Intan, Dahlia, Azlina, Hifzan, Hafizah kalian semua menjadi supporters terbaik dalam mengharungi perjalanan penuh makna ini. Buat sahabat ACIS Puncak Alam tersayang, Nurhidayah bt Zainal, Syuhaida Idha, Siti Khurshiah, Siti Noorbiah, Zulaipa Ruzulan, Saidatul Akma, Hanifah Musa dan lain-lain, terima kasih sentiasa mendoakan diri ini.

Yang terakhir, saya ingin tujukan karya Phd Saya ini buat yang dirindui ayahanda tercinta, dan kekanda yang telah dahulu pergi bertemu yang Maha Esa. Buat Almarhum _____ dan _____, semoga ruh kalian dicucuri rahmatNya. Tidak dilupakan karya Phd ini suami tercinta, ibu tersayang dan anak-anak yang dikasihi. Semoga karya ini menjadi jariah ilmu untuk diri ini. Amin Ya Rabbal ‘Alamin.

ISI KANDUNGAN

Muka Surat

PENGESAHAN OLEH PANEL PEMERIKSA	ii
DEKLARASI PENULIS	iii
ABSTRAK	iv
PENGHARGAAN	v
ISI KANDUNGAN	vi
SENARAI JADUAL	xiii
SENARAI RAJAH	xvi
SENARAI SINGKATAN	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	24
1.1 Pengenalan	24
1.2 Latar Belakang Kajian	24
1.2.1 Industri Pengiklanan Digital di Malaysia	24
1.2.2 Pemasaran Produk Ubatan Tradisional di Malaysia	37
1.3 Permasalahan kajian	44
1.3.1 Unsur dakwaan yang berlebihan pada tanggungjawab iklan	44
1.3.2 Unsur pornografi pada imej, bahasa dan suara iklan (<i>al-Sharru fi al-I'lan</i>)	48
1.3.3 Penguatkuasaan yang kurang efisien dan hukuman yang tidak setimpal bagi kesalahan yang melibatkan pengiklanan digital di media sosial yang menyiarkan kandungan jelik dan mengundang provokasi serta menggugat keharmonian masyarakat.	50
1.3.4 Tahap kesedaran yang rendah dalam kalangan pengusaha dan pengiklan terhadap kod amalan pengiklanan dan garis panduan berkaitan	55
1.4 Persoalan Kajian	57
1.5 Objektif Kajian	58
1.6 Kepentingan Kajian	58
1.7 Skop dan Batasan Kajian	59

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Perkembangan revolusi perindustrian keempat (4 IR 4.0) telah banyak mengubah prestasi iklan digital dengan cepat dan drastik. Pengiklanan dilihat signifikan dalam ekonomi kerana ia merupakan nadi kepada aktiviti perniagaan. Tanpanya, khalayak pengguna tidak akan mengetahui mengenai maklumat produk, perkhidmatan, promosi yang ada untuk mereka. Iklan digital adalah suatu bentuk seni komunikasi dan reka bentuk yang dipaparkan secara elektronik melibatkan Internet (*online*) dan bukan Internet. Ianya terangkum dalam perlakuan, penjenamaan, jalan cerita, skrip, bahasa, gambar, suara dan mesej yang diwar-warkan kepada khalayak pengguna bagi menarik, memujuk dan meyakinkan mereka terhadap sesuatu produk dan perkhidmatan yang berbeza daripada pengusaha yang lain. Sebagaimana pengiklanan kontemporari, pengiklanan menurut Islam juga berperanan menyampaikan informasi kepada khalayak pengguna dan membawa implikasi positif kepada peningkatan gaya hidup masyarakat. Justeru nilai agama berperanan mengawal pembikinan iklan agar mematuhi syariat di samping memberi keseimbangan di antara manfaat, keuntungan dan tanggungjawab terhadap khalayak pengguna.

Oleh yang demikian, menerusi bab ini kajian lanjut secara kualitatif dijalankan untuk menelusuri:

- Latar belakang kajian, pernyataan masalah kajian, persoalan kajian, objektif kajian, kepentingan kajian, skop dan limitasi kajian, justifikasi kajian, definisi istilah dan rumusan kajian bagi mengemukakan gambaran mengenai kerangka kajian ini secara keseluruhannya.

1.2 Latar Belakang Kajian

1.2.1 Industri Pengiklanan Digital di Malaysia

Pada masa kini, majoriti pengusaha perniagaan menggunakan platform