REPRESENTASI ISLAM DALAM MEDIA

PENYUNTING:

Muhamad Zaki Mustafa
Ainurliza Mat Rahim
Zainol Abidin Ahmad
Noor Adzrah Ramle

UNIVERSITI SAINS ISLAM MALAYSIA
جامعة العلوم الإسلامية الماليزية
ISLAMIC SCIENCE UNIVERSITY OF MALAYSIA

REPRESENTASI
ISLAM DALAM MEDIA

REPRESENTASI
ISLAM DALAM MEDIA

Universiti Sains Islam Malaysia
UNIT ARKIB PERPUSTAKAAN

PENYUNTING:

Muhamad Zaki Mustafa
Ainurliza Mat Rahim
Zainol Abidin Ahmad
Noor Adzrah Ramle

Fakulti Kepimpinan dan Pengurusan
Universiti Sains Islam Malaysia
Bandar Baru Nilai
Negeri Sembilan
2011

CETAKAN PERTAMA 2011

© Hak Cipta Universiti Sains Islam Malaysia

Hak cipta terpelihara, tiada mana-mana bahagian daripada buku ini boleh diterbitkan semula, disimpan untuk pengeluaran atau ditukar kepada apa-apa bentuk dengan sebarang cara sekalipun tanpa izin bertulis daripada penerbit.

Diterbitkan di Malaysia oleh:

Fakulti Kepimpinan dan Pengurusan
UNIVERSITI SAINS ISLAM MALAYSIA
Bandar Baru Nilai, 71800 Nilai
Negeri Sembilan Darul Khusus
Tel:06-798 8243 Faks:06-798 8244
www.fkp.usim.edu.my
pej.fkp1@usim.edu.my

Dicetak di Malaysia oleh:

ZAZA SINAR ENTERPRISE
No.26, Jalan Sri Mersing
22 Taman Sri Andalas
41200 Klang Selangor
Tel: 03-33230164 Faks:03-31650723

Perpustakaan Negara Malaysia Data Pengkatalogan-dalam Penerbitan

Representasi Islam dalam media / Muhamad Zaki Mustafa ... [et al.]
ISBN 978-967-5295-68-3
1. Mass media--Religious aspects--Islam. 2. Communication--Religious aspects
--Islam. I. Mass media--Social aspects. II. Muhamad Zaki Mustafa.
III. Universiti Sains Islam Malaysia.
302.230882971

Rekacipta kulit buku oleh Al Imran Azmi

REPRESENTASI ISLAM DALAM MEDIA

KANDUNGAN

PRAKATA ix

KATA PENGANTAR xi

BAHAGIAN A

ISLAM DAN PEMBANGUNAN MEDIA

BAB 1: MATLAMAT DAN PRINSIP MEDIA ISLAM 13

Ahmad Kamil Jamilin, Mohd Fauzi Mohd Amin, Mohd Shamsul Hakim

BAB 2: PENERIMAAN DAN PENYAMPAIAN MAKLUMAT MEDIA DARI PERSPEKTIF ISLAM 27

Abdul Razak Abd Muthalib, Ezry Fahmy Eddy Yusof

BAB 3: TUGAS DAN TANGGUNGJAWAB MEDIA DALAM PEMBANGUNAN INSAN 41

Marina Munira Mutalib, Suhailiza Md. Hamdani, Khatijah Othman, Roslizawati Mohd Ramli

BAB 4: PENERAPAN NILAI-NILAI ISLAM MELALUI PENGGUNAAN MEDIA DALAM PENDIDIKAN 53

Rezki Perdani Sawai, Salhah Abdullah, Dini Farhana Baharudin, Noranis Ismail

BAB 5: MODEL KOMUNIKASI BERDASARKAN AYAT AL-QUR'AN 63

Zulkiple Abd. Ghani, Saiful Azry Mokhtar

BAB 6: DILEMA ANTARA ISLAM DAN HIBURAN DALAM MEDIA 89

Siti Suriani Othman, Lee Kuok Tiung, Roslizawati Mohd Ramli, Jaziratul Shila Jamal

BAB 7: MUZIK, NYANYIAN, LAGU DAN NASYID DARI PERSPEKTIF FIQH 111

Lukmanul Hakim Hj Hanafi, Zulkifli Muhammad Al-Bakri

BAHAGIAN B

ISLAM DAN MEDIA BAHARU

BAB 8: THE MEDIUM IS THE MESSAGE: MODEL PROPAGANDA BERASASKAN WYSINWIR DAN EKSPLOITASI REKA BENTUK INTERAKSI 129

Zulikha Jamaludin, Musafir Kelana

BAB 9: TAHAP KEMAHIRAN TEKNOLOGI MAKLUMAT DAN KOMUNIKASI (ICT) DAN SIKAP DI KALANGAN KAKITANGAN INSTITUSI AGAMA 141

Wan Abd Aziz Wan Mohd Amin, Asyraf Abd. Rahman, Fauziah Abu Hassan, Nur Amirah Amiruddin

BAB 10: ICT SEBAGAI SALURAN PENYAMPAIAN MAKLUMAT ISLAM: SATU TINJAUAN DI NEGERI TERENGGANU 155

Asyraf Hj Ab Rahman, Nur Amirah Amiruddin

BAHAGIAN C

ISLAM DAN MEDIA DI MALAYSIA

BAB 11: RANCANGAN TELEVISYEN YANG BERUNSURKAN ISLAM DI MALAYSIA 163

Muhamad Zaki Mustafa, Mazni Hj Buyong

BAB 12: KAJIAN FILEM ARAHAN PENGARAH MUDA SEBAGAI SALURAN DAKWAH DI MALAYSIA 175

Asiah Sarji, Nur Kareelawati Abd. Karim

BAB 13: ANALISIS PENERAPAN DAKWAH DI DALAM FILEM SEMERAH PADI 195

Rosmawati Mohamad Rasit, Md Rozalafri Johori

BAB 14: *FRAMING* KONTROVERSI KARIKATUR NABI MUHAMMAD SAW DI AKHBAR ALIRAN PERDANA MALAYSIA 207

Dafrizal, Faridah Ibrahim

BAB 15: UNSUR DAKWAH DAN MUJAHADAH AL-NAFS MENURUT AL-GHAZALI DALAM KARTUN ANIMASI UPIN & IPIN 229

Salasiah Hanin Hamjah, Nur Najwa Hanani Abd Rahman

BAB 16: MENJADI PENDAKWAH YANG DISUKAI: ANALISIS KOMUNIKASI BUKAN LISAN IMAM MUDA DI ASTRO OASIS 239

Ainurliza Mat Rahim, Norazirawati Ahmad

PRAKATA

Dalam kepesatan teknologi yang melanda dunia hari ini, teknologi media merupakan antara yang mendapat perhatian dan menjadi topik perbincangan hangat dalam diskusi-diskusi ilmiah dan lapangan. Impaknya amat ketara apatah lagi di negara-negara membangun termasuk masyarakat muslim yang rata-ratanya berperanan sebagai penerima mesej yang lebih bersikap reaktif terhadap gelombang media massa.

Kandungan media massa terbahagi kepada dua kategori utama iaitu berbentuk maklumat dan hiburan. Kedua-duanya ini telah menjadi satu komoditi yang menguntungkan dan senario ini telah mencetuskan persaingan di kalangan pengeluar. Maka berlakulah manipulasi media dengan menggunakan kelebihannya yang mampu memenuhi kehendak masyarakat dan menjangkau khalayak yang besar dalam masa yang pantas. Jangkauan dan kepantasannya semakin hebat dengan munculnya multimedia interaktif yang ditawarkan oleh teknologi internet.

Dalam konteks dakwah kontemporari, kita tidak dapat menafikan peranan media massa amat signifikan dalam menyampaikan mesej kepada masyarakat. Dalam masa yang sama kita juga tidak mampu menghalang kebergantungan terhadap media yang begitu dominan dalam kehidupan masyarakat dewasa ini. Di sinilah letaknya kebijaksanaan golongan cerdik pandai untuk mencanai idea dan formula dalam melaksanakan agenda dakwah dengan penuh bijaksana agar masyarakat tidak terus hanyut dengan pengisian media yang tergelincir daripada landasan Islam baik dari sudut falsafahnya mahupun praktikal.

Sebagai komunikator Islam yang bertanggungjawab mendidik masyarakat, kita seharusnya tidak terlalu skeptikal terhadap Barat yang bertindak sebagai inovator teknologi dan pengeluar bahan media. Persepsi negatif perlu dihentikan kerana kita tetap tidak akan ke mana-mana jika hanya menyalahkan Barat sahaja sebagai penyebar dakyah yang menyesatkan masyarakat Islam. Kita perlu bangkit mengetengahkan ideologi Islam yang sangat ideal untuk semua lapisan masyarakat dan bersifat semasa. Dalam perjuangan membuktikan kemurnian mesej Islam, media massa mampu memberikan jawapan dan sokongan.

Jika dilihat dari sudut teori budaya Islam, media massa perlu mengambil serius lima perkara dalam menyampaikan maklumat dan menyediakan hiburan had-had yang digariskan Allah; menjauhi elemen-elemen kemungkaran, tanggungjawab sosial, konsep kerjasama dalam melakukan kebajikan dan menentang keburukan,

dan keadilan sejagat sebagai merealisasikan perkhidmatan terbaik untuk seluruh makhluk. Kelima-lima perkara ini merupakan cabaran besar buat penggiat media dan mereka yang bergelar pendidik dan pendakwah bagi membentuk satu simbiosis yang menarik antara media dan dakwah agar siginifikasinya terus relevan di tengah-tengah gelanggang budaya masyarakat muslim yang luhur dan murni.

DR. MOHD. RUSHDAN MOHD JAILANI
Dekan,
Fakulti Kepimpinan dan Pengurusan,
Universiti Sains Islam Malaysia.

KATA PENGANTAR

Representasi Islam dalam Media merupakan wadah yang memberi makna yang tersendiri. Mengikut Kamus Dewan, representasi bermaksud sesuatu yang melambangkan, menggambarkan atau menyatakan sesuatu yang lain. Jika dilihat pada dunia hari ini, Media dan Islam memang tidak dapat dipisahkan, dimana media memainkan peranan penting untuk menggambarkan betapa Islam merupakan agama yang suci dan bersih tanpa adanya pelbagai persepsi buruk mengenai Islam. Buku ini akan mengupas isu-isu berkenaan media, Islam dan masyarakat yang pada amnya media dan masyarakat dilihat memainkan peranan utama didalam menggambarkan representasi Islam yang sebenar.

Buku ini terhasil dari Seminar Media dan Pemikiran Islam (Media and Islamic Thinking) yang diadakan di Hotel Equatorial Bangi. Melalui Seminar ini telah banyak kertas telah dibentangkan dengan melibatkan penyertaan daripada penyelidik komunikasi dari semua institusi pengajian tinggi awam yang menawarkan program pengajian komunikasi. Selain itu terdapat juga pembentangan daripada penyelidik dari luar negara dimana kebanyakkan hasil mereka dimuatkan di dalam Buku *Potrayal of Islamic in The Media* yang dimuatkan artikel atau kajian-kajian di dalam bahasa Inggeris manakala buku ini pula mengandungi kertas kerja dan artikel di dalam bahasa melayu yang terpilih.

Buku ini terbahagi kepada tiga bahagian. Bahagian A mengandungi tujuh bab yang menekan isu Islam dan pembangunan media yang mana terdapat tujuh bab di bawah bahagian ini. Diikuti Bahagian B yang lebih tertumpu kepada isu Islam dan media baharu yang mengandungi tiga bab yang mana artikel di dalamnya banyak menyentuh mengenai peranan media baru didalam dunia Islam hari ini. Manakala Bahagian C buku ini lebih tertumpu pada Islam dan media di Malaysia di mana dibicarakan isu berkenaan televisyen, filem hinggalah isu karikatur Nabi Muhamad S.A.W. dan bagaimana unsur-unsur dakwah diterapkan di dalam kartun telah dimuatkan di dalam bab ini.

Semoga dengan terbitnya buku ini dapat menambahkan lagi perkembangan minda dan mendidik masyarakat agar lebih memahami isu-isu berkenaan Islam, media dan masyarakat terutamanya yang berlaku di sekitar kita pada hari ini dan dapat memainkan peranan di dalam meningkatkan imej Islam agar menjadi umat yang terkehadapan. Jutaan penghargaan dan terima kasih buat Y. Bhg. Dr. Mohd Rushdan Mohd Jailani, Dekan Fakulti Kepimpinan dan Pengurusan dan mantan

Dekan, Y. Bhg. Profesor Datuk Dr. Hajjah Mizan Adiliah Ahmad Ibrahim di atas kerjasama dan galakan yang diberikan sepanjang proses penyempurnaan buku ini. Tidak ketinggalan ucapan terima kasih buat Profesor Dr. Zulkiple Abd. Ghani, pensyarah di Fakulti Kepimpinan dan Pengurusan kerana sudi membantu di dalam menghasilkan buku ini.

Penyunting:
Muhamad Zaki Mustafa
Ainurliza Mat Rahim
Noor Adzrah Ramle
Zainol Abidin Ahmad

REPRESENTASI ISLAM DALAM MEDIA

Terdapat dua kategori utama dalam kandungan media massa iaitu berbentuk hiburan dan maklumat. Kedua-duanya telah menjadi satu komoditi yang menguntungkan dan senario ini telah mencetuskan persaingan kalangan pengeluar. Maka berlakulah manipulasi media dengan menggunakan kelebihannya yang mampu memenuhi kehendak masyarakat dan menjangkau khalayak yang besar dalam masa yang pantas. Jangkauan dan kepantasannya semakin hebat dengan munculnya multimedia interaktif yang ditawarkan oleh teknologi Internet.

Buku yang bertajuk *Representasi Islam dalam Media* ini adalah himpunan kertas kerja Seminar Media dan Pemikiran Islam 2009 (Media and Islamic Thinking) yang diadakan di Hotel Equatorial Bangi pada 21-22 Julai 2009. Melalui seminar ini banyak kertas telah dibentangkan dengan melibatkan penyertaan daripada penyelidik komunikasi dari semua institusi pengajian tinggi awam yang menawarkan program pengajian komunikasi. Buku ini membicarakan artikel-artikel berkaitan Islam dan pembangunan media, media dan identiti sosial, Islam dan Media serta Islam dan media di Malaysia. Buku ini sesuai untuk bacaan komuniti institusi pengajian tinggi dan masyarakat umum.

ISBN 978-967-5295-68-3

9 789675 295683

RM40.00