

**INTERAKTIF MEDIA SOSIAL, PERSONALITI DAN
KECERDASAN EMOSI PENDAKWAH DALAM
KALANGAN BELIA**

***SOCIAL MEDIA INTERACTIVITY, PERSONALITY AND
EMOTIONAL INTELLIGENCE OF PREACHERS
AMONG YOUTH***

Mariani Omar

Fakulti Pengajian Islam dan Sains Sosial, Universiti Sultan Azlan Shah,
33000 Kuala Kangsar, Perak, Malaysia.

E-mel: mariani@usas.edu.my

Abstrak

Dakwah adalah kerja meneruskan perjuangan menegakkan kebenaran ajaran Islam dalam masyarakat. Penggunaan internet juga sebatik dalam kalangan generasi belia yang merupakan pelapis masa depan. Malah, golongan milenial ini turut mendekatkan diri dengan ilmu keagamaan menerusi pendekatan dunia maya khususnya aplikasi media sosial yang kian popular. Hakikatnya, dakwah digital kini semakin diterima oleh semua lapisan masyarakat dan merupakan model utama bagi menyampaikan pengajaran Islam pada era Melania. Sehubungan dengan itu, interaktif media sosial, personaliti dan kemampuan mengurus emosi merupakan elemen yang menjadi trend dalam kalangan pendakwah generasi milenial. Platform dakwah interaktif era milenia turut memainkan peranan yang sangat penting dalam pelbagai lapisan masyarakat. Kecerdasan emosi memberi kesan kepada tingkah laku dan pencapaian pendakwah. Oleh itu, objektif kajian ini mengenal pasti interaktif media sosial, personaliti dan kecerdasan emosi terhadap pendakwah dalam kalangan belia. Reka bentuk kajian kualitatif dengan analisis dokumen, analisis kandungan dan sorotan kajian lepas secara deskriptif. Hasil kajian mendapati bahawa beberapa pendekatan dakwah secara dua hala (interaktif) melalui media sosial adalah signifikan antara interaktif media sosial, personaliti dan kecerdasan emosi yang dapat dijelaskan dari pelbagai sudut kehidupan pendakwah. Implikasi dapatan kajian menjelaskan bahawa kerja dakwah sukar dan penuh cabaran, generasi muda perlu mempersiapkan diri sebelum terbabit aktif menegakkan dakwah Islam. Hal ini kerana interaktif media sosial mampu memberikan perkembangan yang efektif terhadap golongan belia dari segi ideologi, memperbaiki diri dan kecenderungan mereka untuk mendalami ajaran Islam dengan lebih baik. Justeru, kajian akan datang harus memberi fokus kepada tiga cabaran utama perhatian pendakwah khususnya generasi muda, iaitu ilmu, populariti dan keikhlasan untuk memantapkan gerak kerja dakwah.

Kata kunci: interaktif media sosial, personaliti, kecerdasan emosi, pendakwah

Abstract

Da'wah is the work of continuing the struggle to uphold the truth of Islamic teachings in society. The use of the internet is also embedded among the youth generation who are the future layer. In fact, these millennials are also getting closer to religious knowledge through a virtual approach,

especially social media applications that are increasingly popular. The fact is, digital da'wah is now increasingly accepted by all levels of society and is the main model for delivering Islamic teachings in the Melania era. In this regard, interactive social media, personality and the ability to manage emotions are elements that have become a trend among millennial preachers. The millennial era interactive da'wah platform also plays a very important role in various levels of society. Emotional intelligence impacts a preacher's behavior and achievements. Therefore, the objective of this study is to identify social media interactivity, personality and emotional intelligence towards preachers among youth. Qualitative study design with document analysis, content analysis and descriptive past study highlights. The results of the study found that several two-way (interactive) da'wah approaches through social media are significant between social media interactivity, personality and emotional intelligence which can be explained from various aspects of the preacher's life. The implications of the study's findings explain that da'wah work is difficult and challenging, the younger generation needs to prepare themselves before being actively involved in upholding Islamic da'wah. This is because interactive social media is able to provide effective development for the youth in terms of ideology, improving themselves and their tendency to better understand the teachings of Islam. Therefore, the future research should focus on three main challenges need to be paid attention to by preachers, especially the younger generation, namely knowledge, popularity and sincerity to strengthen the work of da'wah.

Keywords: *interactive social media, personality, emotional intelligence, preacher*

Pengenalan

Dewasa ini kemunculan internet telah mengubah cara manusia berinteraksi dengan menjadikan internet sebagai medium utama untuk berkomunikasi. Kepesatan teknologi internet ini membolehkan penciptaan kandungan mudah dan perkongsian dalam kalangan pengguna yang melahirkan pelbagai medium komunikasi baharu iaitu media sosial seperti *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram*. Perluasan dan perkembangan pesat teknologi ini juga telah membuka ruang yang lebih baik dalam interaksi sosial dan komunikasi maklumat (Mustafa & Ajmain, 2019). Pertambahan media sosial yang semakin pesat menjadikan masyarakat dihadang dengan pelbagai jenis maklumat pada setiap hari. Interaksi sosial dalam talian seperti *reply*, *like*, *retweet* dan *comment* telah meningkatkan lagi proses penyebaran maklumat dan idea-idea yang berbeza dan seterusnya menjadikan sesuatu isu itu menjadi tular (*viral*) dan trend di media sosial dalam talian (Mohd Azmi et al., 2019).

Secara umumnya jelas bahawa majoriti pengguna internet adalah dalam kalangan remaja dan kebergantungan golongan remaja terhadap internet amat besar kerana sifat internet itu sendiri yang memerlukan penglibatan remaja (Burhanuddin, 2021). Fenomena ini mewujudkan hubungan antara pengguna dengan internet dan secara tidak langsung mempengaruhi aktiviti media sosial mereka. Statistik Jabatan Perangkaan Malaysia (2019) menunjukkan peningkatan dalam penggunaan internet bagi mereka yang berumur 15 tahun ke atas daripada 80.1 peratus pada tahun 2017 kepada 81.2 peratus pada tahun 2018 dan majoriti (84.3%) golongan remaja di Malaysia terlibat dengan aktiviti di media sosial. Era globalisasi menjanjikan segala maklumat dihujung jari. Internet adalah antara sumber alternatif untuk masyarakat mendapatkan maklumat mengenai agama Islam. Media baru seperti internet adalah antara medium yang boleh memberi pemahaman yang jelas terhadap agama Islam (Zulkefli et al., 2014).

Pendakwah yang menggunakan media sosial sebagai wasilah dakwah, haruslah mempunyai kredibiliti seperti membetulkan niat kerana Allah, menyebarkan perkara yang bersifat menyeluruh dan dibenarkan oleh syarak, tidak meninggalkan perkara-perkara asas yang menjadi teras keimanan seseorang sepanjang proses penyediaan media berkenaan, tidak tertumpu kepada sesetengah pendapat atau pihak sahaja dan sesuatu perkara haruslah dipastikan kesahihannya sebelum disebarkan (Nordin et al. 2019; Ghazali, 2007) kepada pengikut laman sosial pendakwah selebriti tersebut.

Tambahan pula, hantaran-hantaran kandungan dakwah di media sosial boleh dicapai oleh sesiapa sahaja untuk mendapatkan kandungan yang berunsurkan Islam. Namun, apa yang menjadi kegusaran di dunia tanpa sempadan ini, adalah sejauh mana hantaran-hantaran kandungan dakwah oleh penyampai dakwah di media sosial ini benar-benar beretika dan berkredibiliti dalam setiap hantaran-hantaran dakwah berkenaan. Kajian oleh Normazaini et al. (2020) menunjukkan bahawa, golongan remaja lebih menitik beratkan soal personaliti berbanding ketepatan maklumat yang disampaikan dan kredibiliti penyampai di media sosial.

Dakwah Interaktif Melalui Media Sosial

Medium dakwah interaktif semakin berkembang iaitu melalui penggunaan infografik yang juga merupakan alternatif yang baharu dalam wahana dakwah. Infografik merupakan istilah asal daripada dua perkataan bahasa Inggeris iaitu *information* (maklumat) dan *graphic* (grafik). Melalui infografik ini, maklumat atau data yang kompleks dapat dipaparkan melalui satu bentuk visual yang menggabungkan unsur-unsur seperti bentuk, simbol, grafik, gambar, ilustrasi dan teks. Maklumat yang dipaparkan juga dapat dipersembahkan kepada pembaca dengan cepat agar dapat difahami dengan mudah. Selain itu, infografik hanya menggunakan teks atau simbol yang pendek dan ringkas. Ia berfungsi sebagai alat komunikasi visual kehidupan sosial seperti papan tanda yang terdapat di jalan raya, peta, pendidikan, penulisan teknikal dan sebagainya. Tambahan lagi, infografik juga mempunyai identitinya yang tersendiri iaitu isi kandungannya yang terdiri daripada jumlah maklumat, susun atur dan warna yang menarik dan sesuai dengan keadaan berdasarkan prinsip reka bentuk berarahan (Evi Novitasari, 2020).

Sorotan kajian lepas telah menunjukkan cabaran penggunaan media sosial yang baharu seperti *Facebook*, *Whatsapp*, *Instagram* dan *Twitter* serta potensinya dalam memastikan mesej dakwah sampai kepada sasaran masyarakat sebagaimana dinyatakan oleh Noor Azaian (2017). Menurut Noor Azaian (2017), antara cabaran dakwah melalui alam siber adalah aspek kandungan maklumat agama dalam internet yang terlalu terbuka dan bebas. Ekoran daripada itu, masyarakat Islam mungkin menghadapi masalah bagi menentukan kesahihan sumber sesuatu maklumat. Walaupun media sosial mempunyai kelemahan namun ia juga mempunyai beberapa sudut positif yang memberi manfaat besar kepada *da'i* dan *mad'u*. Pelbagai aplikasi media sosial yang dipilih oleh golongan belia sebagai aktiviti masa lapang mereka seperti *Instagram*, *TikTok*, *Youtube*, *Whatsapp* dan sebagainya. Menurut Muhammad Faisal et al. (2021), kajian ke atas 1233 remaja sekolah menengah dan pelajar IPTA yang berusia antara 14 hingga 19 tahun mendapati bahawa penggunaan *Whatsapp* dan *Instagram* adalah tertinggi sebagai medium berhubung dengan kenalan, berkongsi ilmu dan maklumat, bertanya dan tempat berhibur. Beberapa kajian turut membuktikan bahawa pelbagai implikasi positif yang dapat diberikan terhadap golongan belia Muslim bagi mendalami ajaran-ajaran Islam. Menurut Imas (2018), *Instagram* dapat digunakan sebagai medium dakwah khususnya dalam kalangan generasi milenial di Indonesia.

Seterusnya, media *Instagram* menjadi pilihan ramai kerana ia tidak memerlukan kos pembiayaan yang banyak bagi menyampaikan dakwah. Aplikasi *Instagram* turut menjadi salah satu alternatif medium dakwah interaktif pada era melania berdasarkan statistik yang menunjukkan bahawa separuh daripada pengguna *Instagram* adalah daripada kelompok pengguna berusia antara 19 hingga 34 tahun iaitu sebanyak 49.52% (Agensi Omnicore, 2021). Oleh itu, ia dapat membuka ruang besar pendakwah kepada golongan belia bagi meneruskan aktiviti dakwah interaktif yang lebih menarik dan efektif. Aplikasi *Youtube* juga menjadi pilihan remaja dalam mendapatkan ilmu agama. Berdasarkan kajian Muhammad Faisal et al., (2021), peratusan yang tinggi bagi jenis maklumat yang ingin dicapai oleh belia peringkat sekolah dan IPTA melalui *Youtube* adalah maklumat berkaitan tugas sekolah (90.4%), maklumat agama dan tazkirah (86.5%) dan lawak jenaka (81.8%). Ini menunjukkan bahawa golongan belia turut meletakkan media sosial sebagai sebuah medium penting untuk menambahkan ilmu-ilmu agama selain daripada ilmu-ilmu yang dipelajari di institusi pendidikan.

Manakala media sosial *TikTok* adalah media yang berupa audio visual iaitu ia dapat dilihat juga dapat didengar. Menurut Tri Buana dan Dwi Maharani (2020) dalam kajian mereka berkenaan penggunaan aplikasi *TikTok* terhadap kreativiti belia, medium *TikTok* dapat dijadikan sebagai salah satu rekreasi dan tempat golongan muda mengeksplorasi diri. Di samping itu, hasil kajian menunjukkan bahawa ia mendorong golongan muda berfikir secara kreatif dan menghiburkan mereka pada waktu lapang. Media sosial menjadi tempat belia saling berkongsi berita, informasi, gambar, video dan lain-lain (Riska Marini, 2019).

Secara umumnya, pendakwah yang menggunakan media sosial perlu bijak dalam memilih pengisian menarik dengan teliti (Mohd Azmi et al., 2019). Perkara ini perlu diambil perhatian oleh *da'i* bagi memastikan *mad'u* terus mengikuti perbincangan agama melalui platform media sosial pilihan mereka. *TikTok* dapat memberi keberkesanan yang positif dalam pembelajaran. Dalam konteks yang lain juga ia merupakan wahana dakwah interaktif dan secara tidak langsung turut memberi pengaruh yang positif kepada pengguna berkaitan hal-hal keagamaan. *TikTok* ini juga boleh digunakan bagi tujuan berkomunikasi serta dapat mengurangkan tekanan di rumah.

Tik Tok dapat dijadikan sarana dakwah dan boleh digunakan untuk berkongsi mesej Islam yang dimiliki oleh pendakwah. Selain itu, tujuannya adalah untuk berdakwah, menyampaikan mesej, mengikuti trend dan menjadi pendakwah *Tik Tok*. Tahap keyakinan diri dalam menyebarkan mesej Islam yang sebenar boleh meningkat dalam diri pendakwah. Dari sudut perspektif hukum Islam pula, hukum menggunakan aplikasi *TikTok* adalah harus selagi mana ia tidak bercanggah dengan dalil al-Quran ke atas pengharamannya. Manakala hukumnya adalah makruh sekiranya hiburan yang disampaikan itu tidak mendatangkan impak yang baik kepada insan (Yaqin, 2020). Maka, medium *TikTok* ini boleh memberikan spekulasi dan impak yang positif kepada seluruh masyarakat dan berusaha menjadikannya sebagai platform dakwah interaktif era milenia. Ini kerana, pengguna aplikasi ini terdiri daripada pelbagai peringkat umur termasuk belia sekolah dan universiti.

Interaktif Media Sosial

Dewasa ini, pelbagai jenis aplikasi yang dapat ditemui dalam media sosial dan rata-ratanya mempunyai pendekatan interaktif seperti memberikan pandangan, ideologi atau kritikan melalui ruangan komentar. Pendekatan seperti ini jelas memberi kesan yang baik sepanjang aktiviti dakwah terhadap golongan belia. Dakwah melalui aplikasi ini memberi pengaruh terhadap perilaku baik mereka. Perkara *mad'u* semakin menerima pengisian dakwah melalui media sosial disebabkan oleh

personaliti pendakwah yang bijak menggunakan pendekatan interaktif dengan menggunakan tutur kata yang baik, bersopan santun, memberi penerangan dan respons dengan baik. Jika kegiatan interaksi sebegini diteruskan akan memberi impak dan minat yang besar kepada *mad'u* untuk terus mendalami ilmu agama kerana *da'i* memainkan peranan yang baik dalam menunjukkan interaksi dan perhatian yang sebaiknya sepanjang perbincangan dakwah dijalankan (Mizan Adiliah et al., 2004)

Pendekatan “Dakwah Melalui Media Sosial Youtube” adalah faktor utama aktiviti dakwah pada *Channel Youtube* Transformasi Iswahyudi mendapat sambutan tinggi kerana memberi penekanan dalam aspek objek media iaitu meneliti interaksi antara *da'i* dan *mad'u* (Evi Novitasari, 2020). Pendakwah perlu konsisten dalam memuat naik video dakwah. Komentor-komentor yang diberikan oleh *mad'u* sama ada positif mahupun negatif membantu dalam memperbaiki dan memberikan motivasi kepada *da'i* untuk menghasilkan konten dakwah dengan lebih berkualiti pada masa akan datang.

Personaliti Pendakwah

Personaliti pendakwah dibentuk berdasarkan kepada ciri luaran dan dalaman seorang pendakwah bagi memperkukuhkan personaliti itu (Mizan Adilian et al., 2014). Ciri-ciri luaran dan dalaman mempengaruhi sesuatu tindakan yang menentukan keperibadian yang berbeza dengan orang lain. Gabungan antara ciri-ciri luaran dan dalaman membentuk personaliti pendakwah yang baik dan mampu menghadapi segala dugaan dalam berdakwah. Diri manusia terdiri daripada dua unsur penting iaitu unsur jasmaniah (luaran) dan unsur rohaniah (dalaman). Sesuatu tingkah laku manusia adalah berpunca daripada manusia itu sendiri. Setiap tingkah laku merupakan perlakuan jasad yang bersifat luaran dan terhasil daripada perlakuan jiwa yang bersifat dalaman seperti emosi, sikap, motivasi dan sebagainya (al-Ghazali, 1988). Namun begitu, al-Ghazali (1988) lebih menekankan ciri-ciri dalaman berbanding luaran dengan mengambil kira aspek kekuatan spiritual, kerohanian dan penguasaan hati yang baik dalam pembentukan personaliti.

Personaliti melambangkan ciri atau sifat keperibadian dan sikap yang membezakan di antara seseorang individu dengan individu yang lain. Keunikan personaliti bukan sahaja mewujudkan kepelbagaian tingkah laku, malah ia secara langsung telah memberi impak terhadap pencapaian kerja seseorang individu (Zulkefli et al., 2014). Pendakwah dalam konteks ilmu dakwah merupakan insan yang berperanan penting untuk menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat. Burhanuddin et al. (2018) menyatakan bahawa pendakwah adalah insan yang baik, contoh teladan dari segi akhlak dan moral untuk masyarakat sekeliling dan sekali gus dituntut lebih berkualiti serta mampu menterjemah dan mentafsir hal-hal yang berkaitan dengan dakwah Islamiah dalam kalangan masyarakat. Pendakwah yang berkredibiliti mampu mendapat kepercayaan golongan sasaran, khususnya non-Muslim. Faktor ini dirujuk kepada penguasaan pendakwah terhadap semua aspek yang berkaitan dengan dakwah dan latar belakang sasaran dakwah. Namun begitu, timbul permasalahan apabila personaliti yang ditonjolkan oleh golongan yang bergelar pendakwah itu sendiri mencacatkan usaha dakwah dan menimbulkan persepsi negatif dalam kalangan sasaran dakwah.

Sikap pendakwah yang terlalu beremosi, percakapan yang kurang lancar, kurang memahami golongan sasaran dan kurang pengetahuan tentang topik merupakan halangan yang berlaku secara dalaman manakala halangan luaran adalah seperti faktor kekangan masa dan kemudahan yang memberi kesan negatif terhadap mesej penyampaian dakwah. Mengenal pasti bentuk-bentuk halangan komunikasi memberi peluang kepada pendakwah untuk memperbaiki dan mengatasi

kelemahan yang ada supaya dakwah menjadi lebih berkualiti (Nurl Hudani & Baharudin, 2016).

Namun begitu, personaliti pendakwah yang menarik menjadikan ramai penonton mudah untuk menerima teguran yang sangat berhikmah. Kini, bukan sahaja remaja, malah golongan yang lebih muda dan berumur, lelaki mahupun perempuan turut menyukai penampilan dan persembahan yang ditonjolkan pendakwah di media sosial. Cara pendakwah mendidik dan berdakwah juga mengikut tahap umur khalayak dengan mengikut situasi berdasarkan siri-siri tertentu. Pendakwah perlu bersesuaian menyampaikan secara santai, ia akan diselang-selikan dengan lawak jenaka dan begitu juga sebaliknya. Perwatakan pendakwah yang bersahaja menguatkan lagi penampilan dan personaliti yang dimiliki. Rasulullah S.A.W juga pernah membuat jenaka ketika menyampaikan mesej dakwah (Burhanuddin et al., 2018).

Gabungan antara ciri-ciri luaran dan dalaman membentuk personaliti pendakwah yang baik dan mampu menghadapi segala dugaan dalam berdakwah. Personaliti diri individu terdiri daripada dua unsur penting iaitu unsur jasmaniah (luaran) dan unsur rohaniah (dalaman). Setiap tingkah laku merupakan perlakuan jasad yang bersifat luaran dan ia terhasil daripada perlakuan jiwa yang bersifat dalaman seperti emosi, sikap, motivasi dan sebagainya. Namun begitu, Fariza et al. (2017) lebih menekankan dalaman berbanding luaran dengan mengambil kira aspek kekuatan spiritual, kerohanian dan penguasaan hati yang baik dalam pembentukan personaliti.

Personaliti yang terkait dengan keperibadian yang ditonjolkan oleh Rasulullah S.A.W ialah ketika Rasulullah S.A.W berdakwah di Taif. Penduduk Taif ketika itu menyembah berhala bernama al-Lat dan mempunyai rumah ibadat yang khusus. Baginda dihala dan dicerca oleh Bani Thaqif. Malah, baginda dibaling batu sehingga berdarah. Namun, Rasulullah S.A.W menerima cacian dengan tenang dan sabar. Personaliti dan keperibadian yang ditonjolkan oleh Rasulullah S.A.W ketika berhadapan dengan cabaran berdakwah wajar dicontohi kerana tidak mudah melatah bahkan terus mengatur strategi untuk menyebarkan Islam di Taif. Ini menunjukkan baginda adalah model personaliti yang terunggul. Baginda mempunyai personaliti dan akhlak yang paling baik dan terpuji. Akhlak yang ditunjukkan oleh baginda adalah akhlak al-Quran dan merupakan akhlak yang dikehendaki oleh Allah SWT (Fariza et al., 2017). Dengan ini, dapat disimpulkan bahawa kejayaan dakwah terletak di atas personaliti pendakwah di mana ia merupakan faktor yang terpenting untuk menarik perhatian sasaran.

Personaliti yang baik itu tercapai apabila individu dapat mengawal hawa nafsu supaya tunduk di bawah penguasaan akal yang dikawal oleh hati yang terdidik. Personaliti yang baik muncul apabila individu dapat mengawal nafsu syahwat dan kekuatan marah supaya berada dalam keadaan sempurna iaitu ditengah-ditengah antara keadaan melampau dan keadaan terlalu lemah. Dalam konteks dakwah, personaliti pendakwah merupakan salah satu tarikan dakwah dalam menarik perhatian sasaran dakwah. Ia dilihat bagaimana pendakwah mampu mempengaruhi sasaran dakwah dan sasaran dakwah pula tertarik dengan dakwah yang disampaikan (Fariza et al. 2017).

Pendakwah harus mempunyai sifat humor yang semulajadi dalam diri sehingga menjadi kegilaan belia hari ini. Sifat tersebut secara tidak lansung mampu menghidupkan suasana dengan trait personaliti yang sering bergurau senda semasa menyampaikan dakwahnya. Selain itu, cara penyampaian dakwah tidak membosankan dan begitu berhikmah dalam memberi tunjuk ajar dan membetulkan sesuatu yang negatif kepada positif dengan menggunakan psikologi yang baik sehingga mampu memberikan mesej yang baik. Pendakwah sebagai individu mempunyai teknik yang tersendiri dalam menyampaikan dakwah (Abdul Ghafar Don, 2021).

Personaliti pendakwah yang menyampaikan mesej Islam secara santai dan bersahaja bukan sahaja berjaya menarik minat golongan remaja. Malahan ia turut diterima oleh semua golongan masyarakat tanpa mengira peringkat usia baik dari kanak-kanak hinggalah kepada golongan warga emas. Penampilan dan kredibiliti pendakwah sentiasa dijadikan contoh tauladan. Kepetahannya menyampaikan mesej dakwah dengan cara yang sangat berhikmah dan menarik turut diselitkan dengan unsur humor tanpa mengetepikan topik atau tajuk utama perbincangan turut menjadi idola golongan belia.

Pembentukan personaliti pendakwah dibentuk berdasarkan ciri-ciri luaran dan dalaman yang perlu ada dalam diri seorang pendakwah seperti memiliki akhlak yang mulia, berilmu pengetahuan, kesabaran yang tinggi, kemas dalam penampilan berpakaian dan sebagainya. Personaliti pendakwah berperanan sebagai satu usaha untuk melakukan perubahan nilai dalam masyarakat sesuai dengan objektif dakwah Islamiah. Sehubungan itu, personaliti pendakwah dalam menyantuni semua kelompok masyarakat dikategorikan sebagai salah satu tarikan dakwah terhadap golongan tersebut. Ia merupakan satu usaha dakwah secara berterusan yang menonjolkan agama Islam secara berhikmah tanpa memerlukan sebarang paksaan untuk menjinakkan hati masyarakat supaya mendekati dan memahami Islam. Maka, personaliti pendakwah yang disarankan untuk menyantuni pihak lain dengan akhlak yang mulia, menyantuni dengan kesabaran, menyantuni dengan sifat-sifat kepimpinan, menyantuni melalui dakwah *bi al-hāl* dan lain-lain lagi. Oleh itu, keupayaan dalam mempraktikkan personaliti sebenar seorang pendakwah dengan konsisten akan menjadi penanda aras kepada kecemerlangan dakwah yang diusahakan (Nurul Hudani & Baharudin, 2016).

Seterusnya, al-Ghazali menjelaskan bahawa personaliti sebagai keseluruhan diri manusia yang mempunyai dua komponen iaitu jasad (luaran) dan ruh (dalaman) merangkumi empat gagasan utama iaitu hati (*al-qalb*), jiwa (*al-nafs*), ruh (*al-ruh*) dan akal (*al-^caql*). Keempat-empat gagasan tersebut sangat memberi kesan terhadap aspek luaran individu iaitu tingkah laku dan cara seseorang memberi reaksi terhadap alam sekelilingnya. Akhlak terbahagi kepada dua, akhlak terpuji atau baik dan akhlak terkeji atau buruk (Fariza et al., 2017). Allah SWT berfirman dalam surah al-Shams ayat 7 dan 8 yang bermaksud: “Dan jiwa serta penyempurnaannya (ciptaannya). Maka Allah mengilhamkan kepada jiwa itu (jalan) kefasikan dan ketakwaannya.” Ibnu Kathir (2010) mentafsirkan ayat tersebut bahawa Allah telah menciptakan jiwa setiap manusia dalam keadaan sempurna dan fitrah yang suci. Kemudiannya diterangkan untuk manusia perkara yang baik dan perkara yang jahat agar mereka mengetahui kerana manusia diberi kebebasan untuk melakukan apa sahaja. Namun, Islam menyediakan al-Qur’an dan sunnah Nabi SAW untuk dijadikan panduan jika mahu sentiasa di atas landasan yang benar.

Trait personaliti pendakwah adalah trait personaliti iaitu ciri-ciri tertentu yang harus ada dalam diri mereka yang bergelar pendakwah. Antara kajian yang membincangkan persoalan trait personaliti pendakwah adalah kajian Mizan Adiliah et al. (2004). Oleh itu, setiap pendakwah seharusnya berusaha untuk mengamalkan segala sifat terpuji yang diajarkan oleh Nabi Muhammad S.A.W dan sebaliknya berusaha untuk menjauhi segala sifat yang dicela oleh Allah S.W.T dan Nabi S.A.W melalui al-Quran dan hadis, tidak kira semasa bersendirian atau ketika berhadapan dengan *mad'u*.

Kecerdasan Emosi

Kecerdasan emosi adalah merujuk kepada kognitif dan emosi yang memberi kesan kepada tingkah laku dan pencapaian seseorang. Menurut Rahman dan Muhamad (2022) kecerdasan emosi membantu meningkatkan prestasi penerima mesej dakwah. Kecerdasan emosi pendakwah memberi

kesan kepada tingkah laku *mad'u*. Ini dapat dijelaskan dalam pengajian Rasulullah S.A.W dan bertepatan dengan manhaj pengajian dan pembelajaran Rasulullah S.A.W sangat bersesuaian dengan situasi dakwah masa kini. Pendakwah seharusnya mempunyai jiwa yang lembut dan memerlukan kecerdasan emosi yang sejahtera dan kesihatan mental yang mantap. Kecerdasan emosi sangat penting dalam memperluaskan tanggapan kecerdasan individu, membantu merancang kehidupan dengan lebih spesifik dan teratur. Oleh itu, kecerdasan emosi boleh membantu seseorang individu menghadapi konflik kehidupan dan memberi kesan terhadap kesihatan psikologi seseorang (Noordin et al., 2019).

Maka, konsep emosi dan teori tingkah laku emosi yang menunjukkan bahawa ketiga-tiga kognitif, emosi dan tingkah laku saling berkaitan. Pendakwah perlu jelas dengan emosi sendiri dan berupaya membentuk personaliti mantap dan pengurusan emosi wajar. Sebagai contoh, Rasulullah S.A.W juga menghadapi konflik hidup. Baginda pernah berhadapan dengan pemboikotan oleh kaum Quraisy, kematian orang tercinta iaitu datuk dan isteri Baginda. Rasulullah S.A.W juga kehilangan kesemua anak lelaki Baginda. Malah Rasulullah S.A.W pernah menghadapi kegagalan menyampaikan risalah Islam di Taif dan hampir kekalahan dalam Perang Uhud. Namun, kecerdasan emosi membantu Rasulullah S.A.W menghadapi kehidupan dan menyampaikan risalah Islam kepada seluruh dunia. Rasulullah S.A.W bersabda dalam sebuah hadis: “Aku tinggalkan kalian dua perkara yang kalian tidak akan tersesat selamanya selama berpegang teguh dengan keduanya iaitu kitabullah dan sunnah nabi” (H.R. Imam Malik).

Menurut Islam, emosi adalah sebahagian daripada fitrah manusia. Islam telah menggariskan beberapa panduan mengenai emosi. Kecerdasan emosi telah diperkenalkan oleh sarjana Islam sejak dari zaman pemerintahan Abbasiyah. Malah Rasulullah S.A.W juga memberi penekanan tentang kecerdasan emosi. Emosi dalam Islam terdiri daripada emosi negatif dan emosi positif. Emosi positif seperti gembira dan cinta kebiasaannya membawa kebahagiaan manakala emosi negatif seperti sedih dan marah memberi tekanan. Namun, setiap emosi adalah fitrah dan Islam tidak menghalang kedua-dua jenis emosi. Islam menekankan supaya umatnya menyalurkan emosi ke arah yang sepatutnya atau lebih dikenali sebagai kecerdasan emosi. Maka, mempelajari teknik kecerdasan emosi Rasulullah S.A.W dalam kehidupan seharian dapat membantu umat Islam mengurus emosi dengan betul.

Pernyataan Masalah

Kajian mengenai masalah dan cabaran dakwah tidak lepas daripada membincangkan interaktif media sosial, personaliti dan kecerdasan emosi pendakwah itu sendiri dalam menjalankan dakwah. Pendakwah yang tidak mempunyai personaliti yang baik menjadi penghalang utama kepada gerak kerja dakwah. Namun begitu, pendakwah perlu celik tentang media massa dan cabaran serta kekangan dalam pelaksanaan dakwah interaktif menerusi media sosial ini. Namun, kelebihan-kelebihan interaktif media sosial perlu menjadi pilihan bagi pendakwah dan memberi impak yang luas kepada segenap masyarakat bahkan di seluruh dunia. Perkara ini disebabkan oleh capaian internet yang menjimatkan kos tanpa mengehadkan ruang dan waktu pengguna. Tambahan lagi, golongan muda pada masa kini memang sudah terbiasa dengan aplikasi media sosial sebagai rutin harian mereka. Maka, para pendakwah juga perlu memainkan peranan besar dalam memilih pendekatan dakwah yang betul bagi memastikan aktiviti dakwah interaktif melalui media sosial ini dapat diperluaskan dan dipertingkatkan serta dapat menjadikan penyampaian dakwah pada era milenial ini ke arah melahirkan lebih ramai golongan belia yang Islamik, cemerlang serta terselamat daripada pengaruh negatif Barat dan salah tafsir ajaran Islam.

Ajaran Islam menekankan perilaku etika dan akhlak dalam membentuk personaliti seperti kejujuran, merendah diri dan belas kasihan. Apabila pendakwah gagal menerapkan nilai-nilai ini dalam kehadiran dalam talian mereka, ia boleh mewujudkan pemutusan hubungan antara kata-kata dan tindakan mereka yang membawa kepada kehilangan kredibiliti. Bagi menangani masalah dakwah ini, adalah penting bagi pengengaruh Islam untuk mengutamakan pencarian ilmu daripada sumber yang boleh dipercayai, menggalakkan perpaduan dan berpegang kepada prinsip etika Islam dalam interaksi mereka dengan khalayak ramai. Selain itu, pengikut harus menilai secara kritis kandungan yang mereka gunakan, mengesahkan maklumat daripada sumber dan sarjana yang boleh dipercayai serta mengelakkan pematuhan buta terhadap pandangan mana-mana pengengaruh.

Persoalan kajian, apakah trait personaliti yang seharusnya ada pada seorang pendakwah Muslim yang berjaya? Apakah personaliti ada kaitan dengan kecerdasan emosi? Oleh itu, kajian ini bertujuan untuk meneliti kajian-kajian yang telah dijalankan oleh para sarjana sebelum ini berkaitan dengan interaktif media sosial, personaliti dan kecerdasan emosi dalam kalangan pendakwah. Persoalan utama kajian ini berkaitan dengan persoalan iaitu: Apakah hubungan antara personaliti, interaktif media sosial dan kecerdasan emosi dalam kalangan pendakwah? Oleh itu, objekti utama kajian ini ialah mengenal pasti hubungan antara interaktif media sosial, personaliti dan kecerdasan emosi dalam kalangan pendakwah.

Metodologi

kajian ini fokus kepada reka bentuk kajian yang berbentuk kualitatif. Kajian ini lebih sesuai kajian dokumen bagi menganalisis pendekatan dakwah interaktif yang lebih komprehensif. Kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif iaitu reka bentuk analisis kandungan. Berdasarkan analisa interaktif media sosial, personaliti dan kecerdasan emosi dapat dilihat dari pelbagai kontek. Data kajian ini adalah data kualitatif yang diperoleh daripada analisis dokumen. Analisis dokumen digunakan bagi mengumpul data daripada bahan bacaan seperti buku, artikel dalam jurnal dan prosiding, serta tesis dan disertasi. Analisis dokumen digunakan bagi mengetahui isi. Secara data diperoleh daripada rujukan yang melibatkan sumber primer dan sumber sekunder seperti al-Quran, buku, buku elektronik, jurnal, tesis dan lain-lain. Seterusnya data-data tersebut dianalisis dengan menggunakan pendekatan analisis dokumen melalui dokumen primer dan dokumen sekunder bagi memahami dan merungkai lebih mendalam mengenai pendekatan dakwah interaktif yang berkesan melalui media sosial untuk diaplikasikan sesuai mengikut peredaran masa.

Dapatan Kajian dan Perbincangan

Terdapat banyak cabaran dan kekangan dalam pelaksanaan dakwah interaktif menerusi media sosial. Interaktif media sosial mempunyai capaian internet yang menjimatkan kos tanpa menghadkan ruang dan waktu pengguna. Tambahan lagi, golongan belia pada masa kini memang menggunakan aplikasi media sosial dalam kehidupan mereka. Justeru, para pendakwah perlu memainkan peranan besar dalam memilih pendekatan dakwah yang betul bagi memastikan aktiviti dakwah interaktif melalui media sosial ini dapat diperluaskan dan dipertingkatkan.

Tambahan pula, seorang pendakwah harus mencontohi personaliti Rasulullah SAW yang bersabar menyampaikan Islam dalam pelbagai keadaan. Penguasaan emosi dalam kalangan pendakwah dapat memberi kesan positif kepada mesej Islam. Menurut Abdul Hadi (2018), Rasulullah S.A.W menggunakan empati dalam berinteraksi dengan mad'u terutamanya dalam hal yang melibatkan emosi. Rasulullah S.A.W juga menggunakan pendekatan berbeza terhadap setiap personaliti individu. Selain itu, kecerdasan emosi melalui tingkah laku Rasulullah S.A.W yang

memulakan dakwahnya dengan mengambil hati kaum keluarganya, memahami bahawa hati manusia yang dilembutkan dengan kasih sayang adalah sumber kepada kejayaan hubungannya bersama keluarga. Selain itu, pendakwah perlu sedar bahawa emosi negatif seperti marah, sedih dan benci akan menguasai diri. Allah S.W.T tidak melarang umat Islam untuk berperasaan demikian tetapi emosi negatif ini perlu dikawal dan disalurkan dengan baik serta dengan batas yang telah Allah S.W.T tentukan.

Pendakwah tidak hanya memilih berdakwah kepada mereka yang berstatus tinggi dalam masyarakat kerana pendakwah perlu sedar bahawa setiap manusia mempunyai kelebihan dan keistimewaan tersendiri. Pendakwah juga mempunyai kawalan diri apabila tidak membalas segala tindak tanduk masyarakat yang tidak memahami Islam kerana pendakwah yakin setiap orang mempunyai tempoh masa yang berbeza termasuk masa menerima Islam. Justeru, teknologi dan media sosial adalah medium yang baik pada masa kini bagi menyampaikan dakwah. Pendakwah juga perlu memainkan peranan besar dalam memilih pendekatan dakwah yang betul bagi memastikan aktiviti dakwah interaktif melalui media sosial ini dapat diperluaskan dan dipertingkatkan. Segala informasi dapat diakses diujung jari dan dakwah dapat dilakukan secara lebih meluas melalui media sosial.

Kepentingan Kajian

Dapatan kajian ini diharap dapat menambah ilmu pengetahuan sedia ada dan maklum balas kepada usaha pendakwah dalam kalangan belia tentang peri pentingnya meningkatkan hubungan antara interaktif media sosial, personaliti dan kecerdasan emosi. Melalui kajian ini diharap penambahbaikan yang dilakukan untuk mengatur strategi-strategi tertentu yang lebih berkesan dalam meningkatkan hubungan antara interaktif media sosial, personaliti, kecerdasan emosi dan usaha dakwah. Di samping itu juga kajian dapat menyumbang ilmu pengetahuan dalam meningkatkan personaliti pendakwah berperanan sebagai satu usaha untuk perubahan nilai sesuai dengan objektif dakwah Islamiah dalam masyarakat setempat. Oleh itu, keupayaan dalam mempraktikkan cara penyampaian melalui interaktif media sosial, juga mesti secara teratur, bersopan dan harus menghargai penyertaan dan memberi pandangan yang bernas serta membuka minda semua pihak yang terlibat dengan kerja-kerja dakwah.

Rujukan

- Abdul Ghafar Don. (2021). Pembangunan Kepimpinan Da'i dalam Dakwah Era Digital. Prosiding Imposium Dunia Dakwah Digital. Pusat Kajian Dakwah dan Kepimpinan, Fakulti Pengajian Islam, Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Abdul Hadi Borham. (2018). Media baharu dan impak terhadap dakwah. *Sains Humanika*, 10(3): 51-60.
- Agensi Omnicore. (2021). Facebook by the Numbers: Stats, Demographics and Fun Facts. Ashadi Cahyadi. (2018). Pengembangan dakwah melalui gerakan kebudayaan. *Jurnal Ilmiah Syiar*, 18(2): 73-83.
- Burhanuddin Jalal, Amnah Saayah Ismail & Sayuti Ab Ghani. (2018). Pendekatan dakwah untuk cabaran masa depan: satu sorotan. *Tinta Artikulasi Membina Ummah*, 4(1): 23-33.
- Burhanuddin Jalal. (2021). Dakwah Secara Digital Perlu Diperhebat. Diakses daripada <https://www.bernama.com/bm/tintaminda/news.php?id=1984341>.
- Evi Novitasari. (2020). Dakwah Melalui Media Sosial Youtube: Analisis Media Siber dalam

Etnografi Virtual pada Channel Youtube Transformasi Iswahyudi. Jurusan Komunikas dan Penyiaran Islam, Fakulti Ushuluddin, Arab dan Dakwah: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.ebit.

- Fariza Md Sham & Azyyati Mohd Nazim. (2015). Pendekatan psikologi dakwah dalam menangani Remaja Berisiko: Fokus Pendekatan Bimbingan Jiwa. *Jurnal Hadhari*, 7 (2): 63-73.
- Fariza Md Sham, Salasiah Hanin Hamjah & Mohd Jurairi Sharifudin. (2017). *Personaliti dari Perspektif al-Ghazali*. Penerbit UKM.
- Imas Mutiawati. (2018). Dakwah di media sosial: Studi fenomenologi dakwah di Instagram. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Buku Maklumat Perangkaan Malaysia. (2019). *Statistical Handbook Malaysia 2019 Jabatan Perangkaan Malaysia*. Putrajaya: Jabatan Perangkaan Malaysia.
- Mizan Adiliah Ahmad Ibrahim, Ali Yakub Matondang & Asma Abdul Rahman. (2004). *Pembentukan Pengukuran Personaliti Pendakwah*. Kuala Lumpur: Kolej Universiti Islam Malaysia.
- Mohd Azmi, Mohamad Rafiuddin; Kamalanathan, Sasikumar; Safar, Ajmain @ Jimaain. (2019). Media Sosial dan Generasi Muda Menurut Islam. Dlm. Jasmi, K. A. (pnyt.), Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19) pada 15hb. Disember 2019 di DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM. Program anjuran Akademi Tamadun Islam, FSSK, UTM, p. 87-100.
- Mustafa Kamal & Ajmain @ Jimaain Safar. (2019). Media Sosial dan Dakwah Menurut Islam. Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019. Akademi Tamadun Islam, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Teknologi Malaysia.
- Muhamad Faisal Ashaari, Nor Faizah Ismail, Rosmawati Mohamad Rasit, Hasanah Khafidz & Khazri Osman. (2021). Pola Penggunaan Media Sosial dalam Kalangan Remaja Malaysia. Prosiding Imposium Dunia Dakwah Digital. Pusat Kajian Dakwah dan Kepimpinan, Fakulti Pengajian Islam.
- Normazaini Saleh, Wawarah Saidpudin, Nursyamimi Harun, Marhaini Abdul Ghani & Nur Hazwani Ahmad Damanhuri. (2020). Faktor Pemilihan Pemimpin Pendapat di Instagram (Instafamous): Adakah Memberi Kesan kepada Gaya Hidup Remaja. 7(2): 125-137.
- Noor Azaian Abdul Talib, Mohd Yusof Abdullah & Mohd Azul Mohamad Salleh. (2017). Cabaran Dakwah Islam di alam siber. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 1: 1-10.
- Noordin, F. S. M., Yusuf, M., & Paad, N. S. (2019). Cabaran Kontemporari di Era Globalisasi dalam Pengurusan Masyarakat oleh Pendakwah Selebriti Wanita di Malaysia. *Jurnal Usuluddin*, 47(2), 93-114.
- Nordin, N. H., Mohammad, N. S. & Mohamad, A. M. (2019). Media Sosial dan Instagram Menurut Islam. Dlm. Jasmi, K. A. (pnyt.). Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM'19) pada 15hb. Disember 2019 di DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM. Program Anjuran Akademi Tamadun Islam, FSSK, UTM, p. 277-296. ISBN: 978-967-2296-55-3.
- Nurul Hudani Md. Nawawi & Baharudin Othman. (2016). Personaliti: Konsep, Kunci dan Sumber Menurut Perspektif Islam. *UMRAN-International Journal of Islamic and Civilizational Studies*, 3(3): 15-24.

- Rahman, H. A. & Muhamad, S. N. (2022). Aplikasi Teknik Rasulullah dalam Membentuk Kecerdasan Emosi (Application of Rasulullah's Technique in Shaping Emotional Intelligence). *UMRAN-Journal of Islamic and Civilizational Studies*, 9(1), 107-114.
- Riska Marini. (2019). Pengaruh media sosial TikTok terhadap prestasi belajar peserta didik di SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah. Fakultas Tarbiyah dan Keguruan. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Tri Buana & Dwi Maharani. (2020). Penggunaan aplikasi TikTok (versi terbaru) dan kreativitas anak-anak. *Jurnal Inovasi*, 14(1): 1-10.
- Yaqin Bakharudin. (2020). Hukum Bermain TikTok. Laman Web Rasmi Pejabat Mufti Wilayah Persekutuan.
- Zulkefli Aini, Abd Hakim Mohad & Rosmawati Mohamad Rasit. (2014). Komunikasi Dakwah antara Budaya dalam Masyarakat Majmuk di Sabah. Seminar Serantau Dakwah dan Etnik, Universiti Malaysia Sabah.
- Zafri, N. D., Opir, H. & Yahaya, A. M. (2023). Dakwah Interaktif terhadap Golongan Belia Melalui Media Sosial: Interactive Preaching towards Youth through Social Media. *Journal of Fatwa Management and Research*, 28(2), 54 - 69. <https://doi.org/10.33102/jfatwa.vol28no2.528>.