

FAKTOR MEMPENGARUHI SAUDARA BAHARU MENCARI MAKLUMAT ISLAM DI MEDIA SOSIAL: SATU KAJIAN AWAL

FACTORS INFLUENCING NEW CONVERTS IN SEEKING ISLAMIC INFORMATION ON SOCIAL MEDIA: A PRELIMINARY STUDY

ⁱNur'aina Nabila Dundai Abdullah, ⁱⁱAli Salman

ⁱFaculty of Science Social, Universiti Islam Selangor, Malaysia,

ⁱⁱFaculty of Language Studies and Human Development, Universiti Kelantan Malaysia

*(Corresponding author) e-mail: nurainanabila@uis.edu.my

Article history:

Submission date: 15 October 2025

Received in revised form: 9 November 2025

Acceptance date: 15 November 2025

Available online: 27 December 2025

Keywords:

New converts, Social media, Influencing factors, Islamic information, Da'wah communication

Funding:

This research received no specific grant from any funding agency in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Competing interest:

The author(s) have declared that no competing interests exist.

Cite as:

Abdullah, N. N. D., & Salman, A. (2025). Faktor Mempengaruhi Saudara Baharu Mencari Maklumat Islam Di Media Sosial: Satu Kajian Awal: Factors Influencing New Converts in Seeking Islamic Information on Social Media: A Preliminary Study. *Malaysian Journal of Information and Communication Technology (MyJICT)*, 10(2), 136-148.

<https://myjict.uis.edu.my/index.php/journal/article/view/229>



© The authors (2025). This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY NC) <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>, which permits non-commercial re-use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. For commercial re-use, please contact myjict@uis.edu.my.

ABSTRACT

Social media is widely used by society for various purposes in daily life. It also serves as an important source of information including in matters related to religion. For new converts (saudara baharu), social media has become one of the main platforms used in seeking information about Islam. This study was conducted to identify the factors influencing Islamic information seeking on social media among new converts. The study employed a quantitative approach. A set of questionnaires was distributed to respondents both face-to-face and online. A total of 30 new converts involved in this study were selected through purposive sampling around the Klang Valley. The data obtained were analysed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) through descriptive statistics. This study focused on factors such as technology, information, goals, situations, information-seeker characteristics and the role of preachers in influencing the tendency of new converts to use social media in seeking information related to Islam. Descriptive analysis findings indicate four dominant factors, namely the role of technology (mean= 5.79), information seeker characteristics (mean= 5.62), religious preachers (mean=5.58) and individual goals (mean = 5.44). These results demonstrate that the availability of technological facilities, the capability of information seekers, the credibility of preachers and internal motivation are the most significant determinants that encourage Islamic information-seeking activities on social media among new converts. Overall, this study provides a clear empirical picture of the priorities and needs of Islamic information among new converts. It is hoped that the findings of this study can serve as a reference for religious institutions, preachers and policymakers in formulating da'wah communication strategies that are more relevant, inclusive and effective.

ABSTRAK

Media sosial digunakan secara meluas oleh masyarakat untuk pelbagai tujuan dalam kehidupan seharian. Ia turut berperanan sebagai salah satu sumber maklumat penting termasuk dalam hal-hal keagamaan. Bagi golongan saudara baharu, media sosial menjadi antara medium utama digunakan dalam pencarian maklumat berkaitan Islam. Kajian ini dijalankan bertujuan untuk mengenal pasti faktor-faktor yang mempengaruhi pencarian maklumat Islam di media sosial dalam kalangan saudara baharu. Kajian menggunakan pendekatan kuantitatif di mana satu set borang soal selidik telah diedarkan kepada responden secara bersemuka dan juga secara dalam talian. Seramai 30 orang saudara baharu yang terlibat dalam kajian ini dipilih secara pensampelan bertujuan di sekitar Lembah Klang. Data yang diperolehi dianalisis menggunakan perisian *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) melalui data deskriptif. Kajian ini menumpukan kepada faktor-faktor seperti teknologi, maklumat, matlamat, situasi, ciri pencari maklumat dan juga peranan pendakwah dalam mempengaruhi kecenderungan saudara baharu menggunakan media sosial untuk mencari maklumat berkaitan Islam. Dapatan analisis deskriptif menunjukkan empat faktor utama yang paling dominan iaitu faktor teknologi (min=5.79), ciri pencari maklumat (min=5.62), peranan pendakwah (min=5.58) dan matlamat (min=5.44). Ini membuktikan bahawa kemudahan teknologi, keupayaan pencari maklumat, kredibiliti pendakwah dan motivasi dalaman merupakan faktor terpenting dalam menggalakkan aktiviti pencarian maklumat Islam melalui media sosial dalam kalangan saudara baharu. Secara keseluruhan, hasil kajian memberikan suatu gambaran empirikal yang jelas tentang keutamaan maklumat Islam dalam kalangan saudara baharu. Diharapkan hasil kajian ini dapat menjadi rujukan kepada institusi agama, pendakwah serta pembuat dasar merangka strategi komunikasi dakwah yang lebih relevan, inklusif dan efektif.

Kata kunci: *Saudara baharu, Media sosial, faktor, maklumat Islam, Komunikasi dakwah*

Pengenalan

Media sosial memainkan penting yang menjadi platform sumber maklumat kepada masyarakat (Noh et al., 2023). Sule dan Mainiyo (2023) mengenal pasti beberapa platform media sosial seperti Facebook, YouTube, Twitter, WhatsApp, Telegram, Instagram digunakan sebagai saluran untuk menyebarkan ajaran al-Quran di dunia siber. Kajian tersebut juga mengenal pasti enam tujuan utama penggunaan media sosial dari perspektif Islam iaitu menyebarkan ajaran Islam (dakwah), membina dan memelihara hubungan persaudaraan (ukhuwwah), mendidik bagi membentuk sahsiah diri, memberikan hiburan secara berhemah serta menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemudaratan. Penggunaan media sosial secara berhemah pasti membawa kebaikan kepada masyarakat.

Mualaf bermaksud orang yang baharu memeluk Islam atau saudara baru yang asalnya bukan beragama Islam (Aliakbar, 2024; Muhammad Hashim et al., 2023). Jumlah saudara baharu di Malaysia dilaporkan bertambah saban tahun. Memetik laporan Sinar Harian (29 Julai 2023), semenjak 2020 seramai 5,220 saudara baharu yang telah mendaftarkan pengislaman mereka di Pusat Pengurusan Pengislaman (PPP) Majlis Agama Selangor (MAIS). Manakala berdasarkan statistik yang dikeluarkan oleh Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) dari tahun 2000 sehingga 2012 direkodkan seramai 106,747 orang saudara baharu di Malaysia. Jumlah ini dikatakan terus meningkat dari semasa ke semasa.

Menjalani proses penukaran agama bukanlah mudah. Sebagai saudara baharu dalam Islam mereka berhadapan dengan pelbagai cabaran seperti mempelajari dan menguasai asas agama Islam atau menyesuaikan diri dengan agama yang baharu. Pengkaji seperti Aliakbar & Rasip, 2024; Fakhruddin & Awang, 2020; Guleng, Muhamat@Kawangit & Mohamad, 2014; Long et al. 2019; Noreha Che Abah, Asmawati Suhid & Fathiyah Mohd Fakhruddin, 2019; Wan Zainudin & Abdullah (2018) menunjukkan saudara baharu banyak berhadapan dengan pelbagai masalah seperti menyesuaikan diri, dakwah, pembelajaran agama, keluarga, psikologi, budaya dan banyak lagi. Selain itu, saudara baharu juga berhadapan dengan cabaran untuk mengikuti pengajian Islam yang disediakan termasuklah masa pelaksanaan kelas, kekangan dalam pengurusan keluarga serta bahasa yang digunakan dalam penyampaian pengajian (Shuhadah et al., 2024). Bertukar agama bukanlah perkara yang mudah bagi mereka tetapi memerlukan penyesuaian diri terhadap persekitaran baharu tersebut.

Beberapa kajian yang telah dijalankan berhubung pencarian maklumat berkaitan Islam oleh Hasan dan Haron (2019); Mohd Faisal (2021), Mustaffa, Aripin dan Ishak (2019), Mustaffa, Ishak dan Aripin (2019), Salleh et al., (2022) telah membincangkan pencarian maklumat dalam pelbagai konteks sosial. Mereka juga menumpukan kepada masyarakat muslim secara umum, pelajar serta pengguna media sosial bukannya golongan saudara baharu. Namun kajian berhubung pencarian maklumat berkaitan Islam dalam kalangan saudara baharu masih lagi kurang diterokai dan memerlukan kajian lanjut. Pengkaji seperti Abdullah (2024) cuba menyelami isu ini supaya perkara ini perlu diberi perhatian dalam usaha mendalami isu saudara baharu dan tingkah laku pencarian maklumat berkaitan Islam sebagai usaha menyantuni golongan ini agar mereka tidak merasa tersisih dan jauh sebagai saudara seagama. Oleh itu, mereka memerlukan sokongan sosial yang merangkumi aspek spiritual seperti bimbingan agama, nasihat atau kaunseling serta aspek fizikal seperti bantuan material dan perlindungan keselamatan untuk menjamin kesejahteraan hidup mereka sebagai seorang Muslim (Don et al., 2023).

Kajian terdahulu telah mengenal pasti beberapa faktor yang mempengaruhi tingkah laku pencarian maklumat Islam di media sosial seperti faktor teknologi dan ciri platform, kebolehpercayaan sumber, peranan pendakwah, matlamat individu, keperluan maklumat serta sokongan komuniti. Namun begitu, dapatan ini masih belum dapat membuktikan dengan jelas faktor yang paling dominan dalam konteks saudara baharu di Malaysia. Selain itu, kajian ini turut mengenal pasti kemungkinan wujud faktor tambahan seperti literasi maklumat, ketidakpastian maklumat dan perbezaan keupayaan bahasa yang masih kurang diterokai secara mendalam dalam kajian lepas. Sehubungan itu, soal selidik dibangunkan bagi mengukur setiap faktor secara lebih sistematik. Oleh itu, bagi mengisi jurang kajian tersebut kajian ini bertujuan mengenal pasti faktor yang mempengaruhi pencarian maklumat Islam di media sosial dalam kalangan saudara baharu.

Sorotan Literatur

Media sosial kini menjadi antara medium komunikasi yang penting kepada masyarakat digunakan untuk pelbagai tujuan dalam kehidupan seharian. Platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, YouTube dan X bukan lagi digunakan untuk tujuan berhubung sesama individu atau hiburan malah turut menjadi platform untuk mendapatkan maklumat. Kini media sosial meluaskan digunakan sebagai medium keagamaan yang penting (Hatta 2018; Noradilah Abdul Wahab, Muhamad & Ismail, 2019); Rahmdani & Amalia 2023; Ulum et al. 2021). Di era digital kini golongan agamawan, institusi keagamaan dan individu beragama juga tidak melepaskan peluang menjadikan platform ini sebagai saluran penyampaian dakwah, pendidikan Islam serta diskusi keagamaan (Badlihisam, Yasin & Ghani 2023; Sulaiman et al. 2022).

Media sosial merupakan saluran yang berkesan untuk digunakan sebagai medium komunikasi dalam talian yang tepat di samping memudahkan pengguna berkongsi maklumat, membina rangkaian sosial, menyertai forum serta menyampaikan berita penting dengan lebih mudah (Johari, Baharuddin & Ihwani, 2019). Pelbagai kaedah yang digunakan untuk menyampai dan menyebarkan mesej dakwah kepada masyarakat seperti penggunaan video ceramah, sesi soal jawab agama, tazkirah pendek dan kandungan visual turut digunakan secara meluas (Badruddin, Othman & Mohd Jalil, 2017). Ini membantu maklumat agama lebih mudah diakses oleh masyarakat umum termasuk saudara baharu yang masih lagi bertatih untuk mengenali Islam dan mempelajari agama baharu mereka. Walaupun media sosial terbukti berkesan sebagai saluran komunikasi agama, kajian terdahulu masih belum meneliti secara mendalam berkaitan faktor-faktor yang mempengaruhi pencarian maklumat Islam khususnya dalam kalangan saudara baharu. Mereka amat maklumat yang tepat serta bimbingan daripada pihak berautoriti untuk menyesuaikan diri dengan agama dan identiti Islam yang baharu. Oleh itu, kajian ini amat penting untuk memahami tingkah laku pencarian maklumat saudara baharu secara lebih komprehensif.

Pelbagai platform digital, media sosial dan juga audio visual menjadi medium utama untuk meningkatkan akses, meningkatkan pemahaman serta motivasi pembelajaran tentang Islam. Aplikasi seperti WhatsApp dan YouTube adalah platform paling tinggi digunakan oleh saudara baharu untuk mencari maklumat Islam termasuk hukum hakam, ceramah agama, kelas agama dan amalan sedekah (Abdullah, 2024; . Susanti et al., 2024; Syafrina, 2023). Media sosial juga menjadi sumber utama untuk mendapatkan maklumat, medium pembelajaran untuk memahami asas-asas Islam, menyelesaikan kekeliruan dan membina jaringan sokongan sosial dalam komuniti Islam (Abdullah, 2024; Abdussomad, 2022; Salim 2021). Maklumat dicari bertujuan untuk memperkukuh kefahaman, meningkatkan amalan agama, berinteraksi dengan komuniti Islam dan menyesuaikan diri dengan identiti baru mereka (Abdullah,

2024; Guzik, 2018; Meza, 2020; Piela et al., 2022; Saloom, 2019). Oleh itu kajian ini amat perlu untuk memahami secara komprehensif faktor yang mempengaruhi pencarian maklumat Islam dalam kalangan saudara baharu untuk menjelaskan proses pembelajaran agama mereka.

Kajian terdahulu membuktikan penggunaan media sosial dalam konteks keagamaan banyak memberikan manfaat kerana cepat dan mudah mengakses maklumat serta boleh menyebarkan mesej agama secara kreatif dan menarik (Mohd Mokhtarishah Bin Mohamed Mokhtar & Hasmadi bin Hassan, 2021; Nurdin-Rusli, 2013; Warsah, Putra & Morganna, 2021). Namun kebanyakan kajian bertumpu kepada pengguna umum atau pelajar Muslim tetapi kurang meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi pencarian maklumat agama dalam kalangan saudara baharu iaitu kelompok yang sangat memerlukan maklumat yang sahih, relevan dan mudah difahami bagi menyokong kehidupan mereka sebagai penganut baharu agama Islam. Selain itu, penggunaan media digital juga dapat meningkatkan aksesibiliti, interaktiviti, motivasi belajar dan kompetensi pembelajaran agama Islam (Rohmiati, 2025). Allen, Cain dan Meyer (2020) mendapati pencarian maklumat ada hubung kait dengan sumber maklumat yang boleh diakses, boleh dipercayai dan mudah difahami. Dapatan ini mengukuhkan peranan media digital sebagai sumber memperoleh maklumat keagamaan kerana ciri-cirinya yang pantas, mudah diakses serta bersifat interaktif.

Namun demikian, penggunaan media sosial sebagai medium penyebaran maklumat keagamaan turut menghadapi pelbagai cabaran (Adam et al. 2015; Hambali Jaili & Halimaturradiah Metussin, 2023; Majid et al. 2022; Manaf 2018). Selain lambakan maklumat, timbul juga isu penulatan maklumat yang tidak sahih atau maklumat palsu di media sosial yang boleh menyebabkan kekeliruan dalam kalangan pengguna khususnya saudara baharu (Abur Hamdi & Mohd Norzi, 2022; Jamil, Aziz & Hassan, 2024). Tanpa bimbingan yang sesuai, maklumat yang diperolehi dari media sosial berpotensi mengelirukan atau membawa kepada salah faham terhadap ajaran Islam khususnya apabila kandungan tersebut tidak disaring atau disampaikan oleh pihak yang tidak berautoriti.

Aktiviti pencarian maklumat melalui media sosial dipengaruhi oleh pelbagai faktor. Pengguna lazimnya akan memilih untuk menggunakan media bagi mendapatkan maklumat kerana kelebihan yang terbuka dan interaktif (Maity, Dass & Kumar, 2018), sumber yang berkredibiliti dan berkualiti (Ismagilova et al., 2020; Wang, 2016), maklumat yang berkualiti dan berkredibiliti (Egala, Liang & Boateng, 2024; Latifi et al., 2020; Sun et al., 2019), maklumat yang dipercayai (Drelich et al., 2022; Plaisime et al., 2020). Kebolegunaan sumber juga antara faktor yang turut menggalakan penggunaan media sosial untuk mencari maklumat (Ishak, 2014; Hasan & Haron, 2013). Faktor-faktor ini penting kerana ia menentukan sejauh mana maklumat dapat diakses, difahami dan diterima sebagai sahih oleh pengguna. Meskipun faktor-faktor ini telah dikenal pasti dalam konteks pengguna umum, kajian secara khusus dalam konteks saudara baharu masih lagi wujud kelompongan yang perlu diisi kerana mereka merupakan kelompok yang memerlukan maklumat Islam yang sahih untuk memantapkan kefahaman dan amalan agama mereka.

Pendakwah juga berperanan secara signifikan dalam mempengaruhi pencarian maklumat berkaitan Islam di media sosial. Kajian Omar et al., (2020) terhadap pelajar menunjukkan wujud hubungan yang positif dan signifikan antara daya tarikan pendakwah terhadap kesedaran perubahan akhlak terhadap Allah dan Nabi. Pendakwah penting mempengaruhi masyarakat mendekati Islam tanpa memikirkan jarak dan kos (Chul Seung Lee, 2004; Jaili dan Yusria Ningsih, 2024; Shan-a-alahi and Huda, 2017). Bimbingan daripada guru-guru yang bertauliah amat diperlukan untuk mengukuhkan keimanan dan moral mereka (Suhid et al., 2025). Oleh itu, pendakwah penting untuk menggalakan pencarian maklumat Islam di media sosial untuk mengukuhkan iman dan akhlak masyarakat melalui bimbingan yang berkesan. Walau bagaimanapun, kajian sedia ada masih terhad kepada konteks umum seperti pelajar atau masyarakat secara luas dan kurang memberi tumpuan khusus kepada golongan saudara baharu yang mempunyai keperluan serta cabaran dalam pencarian maklumat Islam. Justeru, kajian ini penting untuk menilai sejauh mana faktor pendakwah benar-benar mempengaruhi pencarian maklumat dalam kalangan saudara baharu di media sosial.

Dalam pada itu, dorongan individu juga berperanan sebagai pemangkin utama dalam mempengaruhi kecenderungan individu mencari maklumat (Shakeri, Evangelopoulos & Zavalina, 2018). Menurut ajaran Islam, mencari maklumat itu merupakan suatu bentuk ibadah (Yasin et al., 2023). Malah, hal ini turut ditegaskan dalam hadis yang menjelaskan bahawa kewajipan menuntut ilmu menjadi asas kukuh bagi umat Islam untuk terus berusaha memperoleh serta mengamalkan ilmu sebagai ibadah (Abdullah Fauzan et al., 2024). Hal ini turut dikaitkan dengan pencarian maklumat yang dianggap sebagai

suatu ibadah bagi memenuhi tuntutan pengetahuan dan amalan keagamaan yang memerlukan sumber yang tepat, relevan dan mudah diakses.

Keperluan terhadap maklumat menggerakkan seseorang memulakan proses pencarian maklumat. Kajian terdahulu mendapati keperluan maklumat menjadi pendorong kepada aktiviti pencarian maklumat (Furi & Balog, 2016; Mohamed Shuhidan et al., 2020; Kimani, 2017; Plaisime et al., 2020; Valmores & Acedera, 2024). Kemahiran pencari maklumat itu sendiri juga penting untuk menavigasi landskap maklumat masa kini yang luas dan kompleks (Hsu, 2021). Dengan mempelajari pendidikan Islam merupakan salah satu titik pembelajaran yang membantu membentuk watak, moral dan kerohanian individu dalam masyarakat (A. Susanti et al., 2024). Dapatlah dikatakan bahawa keperluan maklumat mendorong pencarian yang berkesan serta membantu saudara baharu memperkukuh pengetahuan agama, menguatkan kefahaman akidah dan memantapkan amalan dalam kehidupan seharian mereka.

Metodologi Kajian

Kajian ini merupakan kajian kuantitatif yang menggunakan kaedah tinjauan dengan mengedarkan satu set soal selidik kepada responden secara bersemuka dan dalam talian. Bagi pengedaran soal selidik secara bersemuka, pengkaji turut memberikan bantuan kepada responden sekiranya diperlukan. Manakala bagi kaedah dalam talian, soal selidik dikongsikan menggunakan *Google Form (GF)* yang disebarikan melalui platform Facebook serta aplikasi WhatsApp. Kajian awal ini melibatkan seramai 30 orang responden dalam kalangan saudara baharu di sekitar Lembah Klang. Pengumpulan data secara bersemuka pula dilaksanakan di Hidayah Centre Foundation (HCF), Kajang, Selangor semasa sesi kelas pengajian agama pada jam 5.00 petang, 18 Julai 2023 seramai 12 responden. Seramai 18 responden telah mengisi borang soal selidik secara dalam talian yang juga dijalankan di sekitar Lembah Klang bermula pertengahan Julai 2023 hingga Ogos 2024. Kajian ini menggunakan teknik pensampelan bertujuan iaitu kaedah pemilihan subjek kajian yang mempunyai ciri-ciri khusus yang relevan dengan objektif kajian iaitu saudara baharu.

Data dianalisis secara deskriptif menggunakan *Statistical Packages for Social Sciences (SPSS)* bagi mendapatkan kekerapan, skor min dan sisihan piawai. Soal selidik ini mengandungi 11 bahagian dan 124 soalan. Bahagian A merangkumi latar belakang responden (lapan soalan). Bahagian B meliputi jenis media sosial (11 soalan) dan jenis maklumat Islam yang dicari (24 soalan). Bahagian C mengandungi sembilan soalan berhubung faktor teknologi mana kala Bahagian D menumpukan kepada faktor maklumat ada sembilan soalan. Bahagian E merangkumi 10 soalan berkaitan faktor situasi diikuti Bahagian F yang menilai faktor matlamat melalui sembilan soalan. Bahagian G terdiri daripada lapan soalan mengenai faktor pencari maklumat. Mana kala Bahagian H mengandungi sembilan soalan berkaitan faktor pendakwah. Bahagian I menilai strategi pencarian maklumat pasif melalui lapan soalan, Bahagian J ialah strategi pencarian maklumat aktif melalui sembilan soalan. Akhir sekali Bahagian K berkaitan tingkah laku pencarian maklumat Islam yang mengandungi 11 soalan. Walaupun begitu, kajian awal ini hanya memberi tumpuan kepada kepada faktor-faktor seperti teknologi, maklumat, situasi, matlamat, pencari maklumat dan pendakwah yang mempengaruhi pencarian maklumat Islam di media sosial.

Pengukuran instrumen menggunakan skala likert 1 hingga 7 digunakan berdasarkan tahap persetujuan. Skor 1 diberikan kepada Sangat Tidak Bersetuju, skor 2 untuk Tidak Bersetuju, skor 3 untuk Agak Tidak Bersetuju, skor 4 untuk Tidak Pasti, skor 5 untuk Agak bersetuju, skor 6 untuk Bersetuju dan skor 7 untuk Sangat Bersetuju sebagai ukuran penilaian oleh responden.

Analisis ujian kebolehpercayaan menunjukkan bahawa pekali kebolehpercayaan *Alpha Cronbach* (α) bagi konstruk teknologi, maklumat, situasi, matlamat, pencari maklumat dan pendakwah berada pada tahap yang baik serta memuaskan seperti yang ditunjukkan dalam jadual di bawah. Menurut Bond dan Fox (2015), instrumen yang digunakan mempunyai tahap konsisten yang tinggi boleh digunakan dalam penyelidikan sebenar. Skor *Alpha Cronbach* (α) tahap Kebolehpercayaan 0.8 hingga 1.0 adalah sangat baik dan tinggi, 0.7 hingga 0.8 adalah baik dan boleh diterima. Manakala 0.6 hingga 0.7 boleh diterima dan kurang dari 0.6, item perlu diperbaiki dan kurang dari 0.6 item perlu digugurkan. Jadual 1 menunjukkan nilai pekali kebolehpercayaan *Alpha Cronbach* kajian ini. Secara keseluruhan, instrumen yang digunakan dalam kajian awal ini menunjukkan konsistensi dalaman yang memuaskan sekali gus menyokong kesesuaian instrumen digunakan dalam kajian sebenar.

Jadual 1: Pekali Alpha Cronbach Faktor Mempengaruhi Pencarian Maklumat Islam

Faktor	Nilai Alpha Cronbach (α)
Teknologi	0.96
Maklumat	0.88
Situasi	0.86
Matlamat	0.93
Ciri pencari maklumat (<i>information Seeker</i>)	0.60
Pendakwah	0.95

Dapatan Kajian

Profil Demografi

Seramai 30 orang responden yang terlibat dalam kajian awal ini. Seramai 10 orang lelaki (33.3 %) dan 20 orang perempuan (66.7 %). Dua orang (6.7%) berusia 16-20 tahun, tiga orang (10 %) berusia 21-25 tahun, dua orang (7.7 %) berusia antara 26-30 tahun, enam (6) orang (20 %) berusia 31-35 tahun, tiga orang (10 %) berusia 36-40 tahun, empat orang (13.3 %) berusia 41-45 tahun, empat orang (13.3 %) berusia 46-50 tahun, seorang (3.3 %) berusia 51-55 tahun, empat orang (13.3 %) berusia 56-60 tahun dan seorang (3.3%) berusia 60 ke atas (sila rujuk Jadual 2).

Dari segi tempat tinggal, sebanyak 23.3% responden dari Kuala Lumpur, 13.3% dari Petaling, 6.7% dari daerah Klang, 6.7% dari Gombak, 43.3% dari Hulu Langat, dan 6.7% dari Sepang. 20% mewakili etnik Cina, 20% dari etnik India, 50% adalah Bumiputera Sabah dan Sarawak dan dari etnik lain seramai 10%.

Jadual 2: Taburan Demografi Responden Kajian

	Jumlah	Peratusan
Jantina		
Lelaki	10	33.3
Perempuan	20	66.7
Umur		
16-20	2	6.7
21-25	3	10
26-30	2	6.7
31-35	6	20
36-40	3	10
41-45	4	13.3
46-50	4	13.3
51-55	1	3.3
56-60	4	13.3
60 ke atas	1	3.3
Pendidikan		
UPSR	2	6.7
PMR/PT3	1	3.3
SPM/SPV	11	36.7
STPM	6	20
Ijazah sarjana	8	26.7
Sarjana	2	6.7
Ph.d	-	-
Tempat Tinggal		
Putrajaya	-	-
Kuala Lumpur	7	23.3

Petaling	4	13.3
Klang	2	6.7
Gombak	2	6.7
Hulu Langat	13	43.3
Kuala Langat	-	
Sepang	2	6.7
Etnik		
Cina	6	20
India	6	20
Bumiputera Sabah dan Sarawak	15	50
Orang Asli	-	-
Lain-lain	3	10
Status Perkahwinan		
Bujang	7	23.3
Berkahwin	17	56.7
Janda/duda/balu	6	20
Tahun memeluk Islam		
Kurang dari setahun	-	-
1-2 tahun	2	6.6
3-4 tahun	5	16.7
5 tahun	23	76.7
Penggunaan media sosial dalam sehari		
1-31 minit	1	3.3
31-1 jam	4	13.3
1-3 jam	11	36.7
4-5 jam	10	33.3
6-8 jam	2	6.7
Lebih dari 8 jam	2	6.6
Kaedah menjawab		
Bersemuka	12	40
Secara dalam talian	18	60

Daripada keseluruhan responden, 23.3% masih bujang, 56.7% telah berkahwin manakala 20% berstatus janda, duda atau balu. Dari segi tempoh memeluk Islam, 6.6% merupakan saudara baharu yang telah memeluk Islam selama satu hingga dua tahun, 16.7% selama tiga hingga empat tahun dan majoriti iaitu 76.7% telah memeluk Islam selama lima tahun.

Analisis data menunjukkan bahawa tempoh penggunaan media sosial yang paling tinggin dalam kalangan responden ialah antara satu hingga tiga jam sehari (38.7%), diikuti oleh empat hingga lima jam sehari (33.3%). Peratusan yang lebih rendah direkodkan bagi penggunaan media sosial ialah antara 31 minit hingga satu jam sehari (13.3%). Sementara itu, penggunaan yang melebihi enam jam sehari ialah seramai 6.7% responden, manakala hanya 6.6% responden yang menggunakan media sosial melebihi lapan jam sehari. Penggunaan paling rendah direkodkan bagi kategori 0 hingga 30 minit sehari iaitu hanya 3.3% responden. Soal selidik telah diisi oleh 12 orang responden (40 %) secara bersemuka dan 18 orang lagi mengisinya melalui platform dalam talian (60%).

Faktor-faktor Mempengaruhi pencarian maklumat Islam**Jadual 3: Faktor-faktor Mempengaruhi pencarian maklumat Islam**

Faktor mempengaruhi	Nilai min	Sisihan Piawai	Interprestasi tahap min
Teknologi	5.79	1.17	Agak tinggi
Maklumat	4.76	1.02	Sederhana tinggi
Situasi	4.90	1.13	Sederhana tinggi
Matlamat	5.44	1.20	Agak tinggi
Ciri pencari maklumat (<i>information Seeker</i>)	5.62	1.50	Agak tinggi
Pendakwah	5.58	1.34	Agak tinggi

Analisis menunjukkan faktor teknologi mencatatkan min paling tinggi iaitu 5.79 (SP = 1.17). Ini menunjukkan bahawa keupayaan teknologi dengan kebolehcapaian dan aksesibili internet dan media sosial telah memudahkan pencarian maklumat berkaitan Islam dalam kalangan saudara baharu dengan lebih efektif. Ini diikuti pula dengan faktor ciri pencari maklumat (*information seeker*) atau saudara baharu itu sendiri dengan catatan min berada pada tahap agak tinggi (min=5.62: SP = 1.50). Ini menunjukkan bahawa usaha saudara baharu itu sendiri sangat berperanan penting dalam mendorong mereka mencari, menilai dan memahami maklumat Islam yang diperlukan. Di samping itu, keadaan ini juga memperlihatkan motivasi dan keinginan saudara baharu secara aktif menggunakan media sosial untuk tujuan pencarian maklumat berkaitan Islam.

Mana kala faktor pendakwah juga memperoleh min yang agak tinggi dengan nilai min= 5.58 (SP = 1.34). Ini menunjukkan bahawa pentingnya peranan pendakwah atau tokoh agama dalam media sosial sebagai pembimbing, penceramah dan berkongsi maklumat Islam yang boleh dipercayai khususnya saudara baharu. Mereka juga antara orang yang memainkan peranan penting dalam mempengaruhi saudara baharu untuk mencari maklumat berkaitan Islam menerusi media sosial. Daya tarikan mereka mungkin dilihat kepada pendekatan yang bersesuaian serta personaliti yang mampu menarik minat masyarakat untuk mendekati ajaran Islam.

Faktor matlamat mencatatkan min 5.44 dengan nilai SP = 1.20 iaitu agak tinggi. Analisis menunjukkan bahawa niat dan tujuan saudara baharu mencari maklumat kerana ingin mendalami Islam, memperbaiki amalan, mendapatkan maklumat Islam yang berinformatif untuk mengikuti perkembangan semasa tentang Islam di samping juga atau ingin mencari jawapan kepada masalah peribadi mereka. Setiap orang ada tujuan tersendiri dan keperluan maklumat perlu mereka penuhi apabila mencari maklumat. Begitu juga saudara baharu pastinya kecenderungan mereka mencari maklumat Islam berkait rapa dengan keperluan maklumat tersebut kepada mereka.

Faktor situasi pula mencatatkan nilai min 4.90 (SP = 1.13) iaitu sederhana tinggi. Hal ini menggambarkan bahawa konteks situasi juga berperanan penting dalam mempengaruhi saudara baharu mencari maklumat berkaitan Islam di media sosial. Sebagai saudara baharu dalam Islam pastinya mereka mencari maklumat untuk memenuhi maklumat mereka. Ini ditambah lagi dengan kecanggihan teknologi digital yang boleh membantu mereka mengakses maklumat Islam dengan mudah dan cepat.

Faktor maklumat mencatatkan min 4.76 (SP = 1.02) berada pada tahap sederhana tinggi. Secara umumnya, individu yang terlibat dalam pencarian maklumat akan memilih maklumat yang relevan dengan keperluan, mudah difahami, boleh dipercayai, sahih, berkualiti serta memberi manfaat kepada mereka. Begitu juga dalam kalangan saudara baharu di mana faktor maklumat menjadi aspek yang penting dalam membantu mereka memahami ajaran Islam dengan lebih tepat, mengelakkan salah tafsir serta membimbing mereka untuk mengamalkan ajaran agama secara betul. Maklumat yang tepat bukan sahaja memudahkan kefahaman mereka terhadap Islam malah membantu membentuk keyakinan, mengukuhkan pegangan akidah serta memandu mereka membuat keputusan berasaskan Islam dalam kehidupan sehari.

Perbincangan

Secara keseluruhannya, kajian ini menunjukkan kecenderungan saudara baharu mencari maklumat Islam di media sosial dipengaruhi oleh beberapa faktor utama. Dapatan kajian mendapati faktor teknologi merupakan elemen dominan yang mendorong penggunaan media sosial oleh saudara baharu untuk tujuan pencarian maklumat Islam. Penemuan ini selari dengan kajian Rosni et al., (2022) yang menunjukkan bahawa persepsi terhadap kebolegunaan teknologi mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan tingkah laku pencarian maklumat melalui media sosial. Hal ini membuktikan bahawa platform media sosial yang direka secara mesra pengguna dapat meningkatkan keberkesanan proses pencarian maklumat.

Saudara baharu jelas mencari maklumat Islam dengan niat yang jelas untuk tujuan meningkatkan amal ibadah, memahami hukum atau mendalami ajaran. Abdullah et al., (2022) mendapati bahawa keberkesanan, pengetahuan dan tahap kebergunaan media sosial memberi kesan yang signifikan terhadap tingkah laku pencarian maklumat. Sementara itu, ciri-ciri maklumat seperti tahap kebergunaan juga mempengaruhi tingkah laku pencarian maklumat (Han et al., 2021). Ringkasnya, kecenderungan saudara baharu mencari maklumat Islam di media sosial adalah didorong oleh niat untuk meningkatkan amalan dan pemahaman agama.

Dalam pada itu, pencari maklumat sendiri juga faktor penting dalam aktiviti mencari maklumat. Karakter Saudara baharu seperti keinginan untuk memperelajari agama Islam untuk meningkatkan amalan atau penghayatan agama menjadi pendorong penting kepada mereka untuk mencari maklumat Islam. Ini selaras dengan penemuan Ghweeba et al., (2017) menjelaskan bahawa personal characteristics itu sendiri menjadi penentu penting kepada tingkah laku pencarian maklumat. Ini juga mungkin ada hubungan dengan keperluan maklumat serta kemahiran mereka untuk menggunakan teknologi digital mencari maklumat Islam yang diperlukan. Walaupun pencarian maklumat oleh saudara baharu kini bergantung kepada teknologi namun elemen kualiti maklumat tidak boleh diabaikan. Kualiti maklumat, kredibiliti, kesahihan, kerelevanan maklumat sangat penting dalam menggalakkan pencarian maklumat Islam di media sosial. Ini selaras dengan penemuan Shah dan Wei (2022) yang menunjukkan bahawa kualiti maklumat mempengaruhi penglibatan orang dalam talian.

Faktor pendakwah juga dilihat memainkan peranan yang penting menggalakkan saudara baharu mencari maklumat berkaitan Islam di media sosial. Perkembangan teknologi turut membuka peluang dan ruang kepada pendakwah memanfaatkan media sosial sebagai salah satu medium untuk menyampaikan dakwah Islamiah mereka kepada masyarakat. Strategi penyampaian dakwah menggunakan media sosial dilihat lebih menarik minat dan memberikan kesan yang positif terhadap masyarakat (Othman & Badruddin 2020). Di samping itu, penggunaan bahasa dakwah yang baik juga penting agar mesej dakwah dapat sampai kepada masyarakat dengan berkesan (Sartika Dewi & Siti Rahma, 2023).

Kesimpulan

Kesimpulannya, faktor seperti teknologi, matlamat individu, pencari maklumat dan pendakwah menunjukkan faktor yang paling signifikan dan paling tinggi dalam mempengaruhi tingkah laku pencarian maklumat Islam di media sosial dalam kalangan saudara baharu. Selain itu, kajian turut mengenal pasti isu penting yang memerlukan perhatian iaitu kebolehpercayaan sumber serta sokongan komuniti muslim juga berperanan penting dalam memastikan keberkesanan aktiviti pencarian maklumat Islam. Walaupun revolusi teknologi maklumat menyediakan pelbagai sumber rujukan, mereka tetap perlu berhati-hati dalam memilih maklumat Islam di media sosial kerana dikhuatiri maklumat tersebut tidak sah dan boleh menyesatkan. Sedangkan tujuan pencarian maklumat Islam adalah untuk memperkukuh keimanan kepada Allah SWT serta memenuhi tuntutan amar makruf nahi mungkar. Saudara baharu perlu disantuni bukan sahaja melalui usaha dakwah tetapi juga dengan sokongan yang berterusan dalam pelbagai aspek kehidupan.

Rujukan

- Abdullah Fauzan, M., Qurota A'yun, A., Nur Azizah, A., & Abbas, N. (2024). Analisis Hadis Keutamaan Ilmu dalam Konteks Pendidikan Islam. *SETYAKI: Jurnal Studi Keagamaan Islam*, 2(4), 10–21. <https://doi.org/10.59966/setyaki.v2i4.1212>
- Abdullah, N. H., Hassan, I., Azura Tuan Zaki, T. S., Ahmad, M. F., Hassan, N. A., Mohd Zahari, A. S.,

- Ismail, M. M., & Azmi, N. J. (2022). Examining the Relationship Between Factors Influencing Political Information Seeking-Behaviour through Social Media among Youths in Malaysia. *Revista de Comunicación de La SEECI*, 55(February), 1–15. <https://doi.org/10.15198/seeci.2022.55.e746>
- Abdullah, N. N. D. (2024). Islamic Information Seeking Behaviour in Media Social Among Muallaf: Pilot Study. *International Journal of Law, Government and Communication*, 9(35), 56–73. <https://doi.org/10.35631/ijlgc.935006>
- Abdusshomad, A. (2022). Podcast dalam Chanel Youtube Hidayatullah Tv Menjadi Sumber Pengajaran, Sumber Belajar dan sebagai Persiapan Contributor Muallaf. *Palapa (Jurnal Studi Keislaman Dan Ilmu Pendidikan)*, 10(2), 304–315. <https://doi.org/10.36088/palapa.v10i2.2000>
- Abur Hamdi, U., & Mohd Norzi, N. (2022). Penyebaran Hadis Palsu dalam Penerbitan di Malaysia dan Kesannya kepada Masyarakat. *Journal Hadis*, 12(23), 34–50. <https://hadis.kuis.edu.my/index.php/inhad/article/view/182>
- Adam, F., Ali, A. H., Anuar, M. M., & Ali, E. M. T. E. (2015). The N Ew M Edia C Hallenge A S A R Eligious L Earning M Edium A Nd S Olution F Rom T He I Slamic P Erspective. *Journal Islam Dan Masyarakat Kontemporari*, 9(1), 10–19.
- Aliakbar, M. Z. A. Bin. (2024). Cabaran Muallaf Di Malaysia Dan Cadangan Penyelesaian The Challenge Of Converts In Malaysia And Proposed. *Jurnal Pengajian Islam*, 16(1), 121–132.
- Aliakbar, M. Z. A. Bin, & Rasip, Z. M. (2024). CABARAN MUALAF DI MALAYSIA DAN CADANGAN PENYELESAIAN. *Jurnal Pengajian Islam*, 16(1), 121–132.
- Allen, F., Cain, R., & Meyer, C. (2020). Seeking relational information sources in the digital age: A study into information source preferences amongst family and friends of those with dementia. *Dementia*, 19(3), 766–785. <https://doi.org/10.1177/1471301218786568>
- Badlihissham, N. S., Yasin, R., & Ghani, S. A. (2023). Peranan Teknologi Maklumat Dan Komunikasi (ICT) dalam Dakwah Akidah Terhadap Anak-Anak Muallaf: Satu Penelitian. *Jurnal Pengajian Islam*, 16(2), 153–167. <https://doi.org/10.53840/jpi.v16i2.282>
- Badruddin, M. N., Othman, B., & Mohd Jalil, N. H. (2017). Analysis of the Delivery Strategy of Islamic Da'wah Message in Facebook Page. *Journal of Islamic Social Sciences and Humanities*, 12, 93–105.
- Bond, T. G., & Fox, C. M. (2015). Applying the Rasch Model: Fundamental Measurement in the Human Sciences. In *Routledge* (3rd Ed). Routledge. <https://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103%0A>
- Chul Seung Lee, D. (2004). The Role of the Personality of the Preacher in Preaching. *Verbum et Ecclesia*, 25(2), 534–545. <https://doi.org/10.4102/ve.v25i2.278>
- Don, A. G., Puteh, A., Mokhtar, A. I., Khafidz, H. A., Osman, K., Aini, Z., Rahim, N. N., Zainal, farid bin, & Samah, S. A. (2023). Had Ta'Lif Dan Sokongan Sosial Dalam Mensejahterakan Muallaf. *Al-Hikmah*, 15(2), 119–135. <https://spaj.ukm.my/jalhikmah/index.php/jalhikmah/article/view/509>
- Drelich, E., Religioni, U., Chung, K., Kaźmierczak, J., Blicharska, E., Neumann-Podczaska, A., Krysiński, J., & Merks, P. (2022). The Quality and Reliability of Information in the Summaries of Product Characteristics. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(4). <https://doi.org/10.3390/ijerph19042185>
- Egala, S. B., Liang, D., & Boateng, D. (2024). Social Media Health-Related Information Credibility and Reliability: An Integrated User Perceived Quality Assessment. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 71(January 2022), 5018–5029. <https://doi.org/10.1109/TEM.2022.3225182>
- Fakhrudin, A., & Awang, A. Bin. (2020). Sorotan literatur terhadap cabaran pendidikan Islam anak-anak muallaf di Malaysia [Literature review on the challenges of Islamic education among converts ' children in Malaysia]. *Journal Al-Irsyad*, 5(2), 444–455.
- Furi, I., & Balog, K. P. (2016). Information seeking behaviour in the digital environment : information science vs . non-information science students. *Knjižnica*, 60(1), 61–83.
- Ghweeba, M., Lindenmeyer, A., Shishi, S., Abbas, M., Waheed, A., & Amer, S. (2017). What predicts online health information-seeking behavior among egyptian adults? a cross-sectional study. *Journal of Medical Internet Research*, 19(6), 1–9. <https://doi.org/10.2196/jmir.6855>
- Guzik, E. (2018). Information sharing as embodied practice in a context of conversion to Islam. *Library Trends*, 66(3), 351–370. <https://doi.org/10.1353/lib.2018.0007>
- Hambali Jaili, & Halimaturradiah Metussin. (2023). Cabaran Media Sosial Terhadap Pendidikan Aqidah Islam. *IJUS | International Journal of Umranic Studies*, 6(1), 55–63. <https://doi.org/10.59202/ijus.v6i1.716>
- Han, Y., Jiang, B., & Guo, R. (2021). Factors affecting public adoption of COVID-19 prevention and

- treatment information during an infodemic: Cross-sectional survey study. *Journal of Medical Internet Research*, 23(3). <https://doi.org/10.2196/23097>
- Harahap, S. D., & Harahap, S. R. (2023). Meningkatkan Pemahaman dan Mengetahui Islam Lebih Dekat melalui Bahasa Dakwah dalam Bingkai Digital. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2).
- Hasan, H., & Haron, H. (2013). Technology and religion: Information seeking behaviour of online religious information among Malays. *World Applied Sciences Journal*, 28(8), 1082–1088. <https://doi.org/10.5829/idosi.wasj.2013.28.08.13812>
- Hasan, H., & Haron, H. (2019). Religious online information behaviour among the Malays in the digital era. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 9(1), 638–644. <https://doi.org/10.35940/ijitee.A4515.119119>
- Hatta, M. (2018). Media Sosial, Sumber keberagaman Alternatif Anak Milenial Fenomena Cyberreligion. *Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Kemasyarakatan*, 22(1), 1–30. <https://doi.org/10.15408/dakwah.v22i1.12044>
- Hsu, W. C. (2021). Undergraduate students' online health information-seeking behavior during the covid-19 pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(24). <https://doi.org/10.3390/ijerph182413250>
- Ishak, M. S. (2014). Pemodelan Penerimgunaan Maklumat Berkaitan Islam Di Internet: Pengaplikasian Model Penerimaan Teknologi (Tam). *Journal of Techno-Social*, 5(2), 49–61.
- Ismagilova, E., Slade, E., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2020). The effect of characteristics of source credibility on consumer behaviour: A meta-analysis. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53(September 2018), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.01.005>
- Jaili, H., & Yusria Ningsih. (2024). Interactive Preaching To Youth Through Social Media: Theperspective Of Brunei Darussalam. *Proceedings of International Conference On Da'wa Management & Engagement*, 01(2), 175–189.
- Jamil, K. B. A., Aziz, A. N. B. A., & Hassan, S. N. B. S. (2024). Penyebaran Hadis Palsu Melalui Media Sosial: Punca Dan Akibat. *E-Prosiding Seminar Kearifan Nusantara Kali Ke-5*, 5, 20–23.
- Johari, M. H., Baharuddin, A. S., & Ihwani, S. S. (2019). Media Sosial dan Kelestarian Penggunaan Menurut Islam. In *Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019* (Vol. 8, Issue 2014).
- Kimani, H. N. (2017). Analysing information needs and information seeking behaviour of members of Catholic Religious Institutes in the Archdiocese of Nairobi, Kenya. *International Journal of Humanities & Social Science Studies (IJHSSS)*, 4(2), 68. <https://doi.org/10.29032/ijhsss.v4.i2.2017.68-73>
- Latifi, M., Sedaghat, M., Barahmand, N., Fahimnia, F., & Allahbakhshian Farsani, L. (2020). Qualitative Study of Health Information -Seeking Barriers among Mastectomy Patients. *Asian Pacific Journal of Cancer Prevention*, 21(11), 3185–3190. <https://doi.org/10.31557/apjcp.2020.21.11.3185>
- Long, M. Y., Hassan, S. N. S., Salaeh, A., Mohd, R. A., Said, W. M., Goje, K., & Zainuzi, N. I. H. M. (2019). A Review Of Quranic Learning Sources Among Chinese Muslim Society In Malaysia. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development*, 4(24), 65–75.
- Maity, M., Dass, M., & Kumar, P. (2018). The impact of media richness on consumer information search and choice. *Journal of Business Research*, 87, 36–45.
- Majid, M. N. A., Isa, A. S. M., Fathie, N. H. B. A., & Hassan, P. M. D. S. N. S. (2022). Dakwah Melalui Penggunaan Media Sosial: Peluang Atau Cabaran? *Persidangan Antarabangsa Sains Sosial Dan Kemanusiaan Ke-7 (PASAK 7 2022) – Dalam Talian*, 7, 1083–1097.
- Manaf, A. M. A. (2018). Dakwah melalui media baharu di Malaysia: Peluang atau cabaran? *AL-HIKMAH*, 10(1), 119–128.
- Meza, G. A. M. (2020). Online Religious Information Seeking behavior among Mexican Female Muslim Converts. *Tesis, March*.
- Mohamed Shuhidan, S., Wan Yahya, W. A., Abd Hakim, A. A., Hashim, H., Mohamed Shuhidan, S., & Anwar, N. (2020). Information Seeking Behaviour among Millennial Students in Higher Education. *Social and Management Research Journal*, 17(1), 1. <https://doi.org/10.24191/smrj.v17i1.8136>
- Mohd Faisal Bin Mustaffa. (2021). Penggunaan Youtube Bagi Tujuan Berkaitan Agama Dalam Kalangan Generasi Muda Islam Di Malaysia. https://etd.uum.edu.my/9402/2/s900649_02.pdf
- Mohd Mokhtarishah Bin Mohamed Mokhtar, & Hasmadi bin Hassan. (2021). Penggunaan Media Sosial Sebagai Medium Dakwah Islam Dalam Kalangan Penduduk Kampung Beserah, Kuantan, Pahang. *International Journal of Humanities Technology and Civilization*, 6(1), 41–48. <https://doi.org/10.15282/ijhtc.v6i1.6667>

- Muhammad Hashim, N., Afandi Mat Rani, M., Hayati Ishak, A., Wan Satirah Wan Mohd Saman, dan Hashim, M., Rani, M., & Mohd Saman, W. (2023). Kelestarian Jati Diri Muslim Mualaf: Kajian Kes Di Hidayah Centre Shah Alam. *International Journal of Social Science Research (IJSSR)*, 5(1), 16–23. <http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijssr>
- Mustaffa, M. F., Aripin, N., & Ishak, M. S. (2019). Pencarian maklumat berkaitan syariah di youtube dalam kalangan generasi muda islam di malaysia (the searched information regarding shariah on youtube among the young muslims ge.... *Journal of Humanities, Language, Culture and Business*, 3(11), 82–90.
- Mustaffa, M. F., Ishak, M. S., & Aripin, N. (2019). Pencarian Maklumat Berkaitan Ilmu Akidah, Syariah Dan Tasawuf Melalui Youtube: Perbandingan Metodologi Temu Bual Kumpulan Fokus Dan Eksperimen Kuasi. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development (JISED)*, 4(18), 22–29.
- Noh, N. A., Lokman, A. A., Suyurno, S. S., & Ayub, M. S. (2023). Islamic Views on the Objectives of Social Media Usage: A systematic literature review. *Environment Behaviour Proceeding Journal*, June, 11–21.
- Noradilah Abdul Wahab, Muhamad, N., & Ismail, M. S. (2019). Media Sosial Sebagai Medium Dakwah Masa Kini. *International Social Science and Humanities Journal*, 2(1), 14–23.
- Noreha Che Abah, Asmawati Suhid, & Fathiyah Mohd Fakhruddin. (2019). Isu Dan Cabaran Saudara Baharu Di Malaysia: Satu Tinjauan Awal. *Jurnal AL-ANWAR*, 8(2), 1–13.
- Nurdin-Rusli. (2013). Spiritualising New Media : The Use of Social Media for Da ' wah Purposes within Indonesian Muslim Scholars. *Jurnal Komunikasi Islam*, 03, 1–21.
- Omar, N., Abdul Hamid, Z., Abu Talib, Z., & Ismail, S. (2020). Kredibiliti Dan Daya Tarikan Daie Dalam Meningkatkan Kesedaran Akhlak Pelajar: Youtube Sebagai Satu Medium. *Asian People Journal (APJ)*, 3(SI1), 52–64. <https://doi.org/10.37231/apj.2020.3.si1.238>
- Othman, M. B., & Badruddin, M. N. (2020). Analisis Mesej Dakwah Islamiah Dalam Halaman Facebook. *Asian People Journal (APJ)*, 3(SI1), 41–51. <https://doi.org/10.37231/apj.2020.3.si1.237>
- P. Guleng, M., Muhamat@Kawangit, R., & Mohamad, A. D. (2014). Penyesuaian Diri Mualaf Terhadap Masyarakat Dalam Kalangan Pelajar Institut Dakwah Islamiah PERKIM (IDIP). *Jurnal Al-Hikmah*, 6(1), 78–93.
- Piela, A., Krotofil, J., Górak-Sosnowska, K., & Abdallah-Krzepkowska, B. (2022). The Role of the Internet in the Formation of Muslim Subjectivity Among Polish Female Converts to Islam. *CyberOrient*, 16(1), 35–66. <https://doi.org/10.1002/cyo2.24>
- Plaisime, M., Robertson-James, C., Mejia, L., Núñez, A., Wolf, J., & Reels, S. (2020). Social Media and Teens: A Needs Assessment Exploring the Potential Role of Social Media in Promoting Health. *Social Media and Society*, 6(1). <https://doi.org/10.1177/2056305119886025>
- Rahmdani, N. P., & Amalia, N. (2023). Media sosial sebagai media dakwah yang dilakukan remaja di era digital. *Journal Islamic Education*, 1(4), 396–404 <https://maryamsejahtera.com/index.php/Education/article/view/668>
- Rohmiati, E. (2025). The Use of Digital Media in Learning Islamic Religious Education : Opportunities and Challenges. *Urwatul Wutsqo: Jurnal Studi Kependidikan Dan Keislaman*, 14(1), 33–45.
- Rosni, N. 'Idayu, Ibrahim, Z., Seman @ Kamarulzaman, M. R., & Mat Noor, M. (2022). A Preliminary Study of the Influence of Social Media Engagement on Information Seeking Behavior among the Secondary School Students. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 7(SI10), 33–39. <https://doi.org/10.21834/ebpj.v7isi10.4098>
- Salim, S. Y. (2021). Media qualities and preferences in da'wah among Muslim converts in Borneo. *Al-Hikmah*, 13(2), 80–101. <https://spaj.ukm.my/jalhikmah/index.php/jalhikmah/article/view/426>
- Salleh, A., Yusoff, K., Razak, M. S. A., & Said, K. F. M. (2022). Menilai Gelagat Pengguna Muslim dalam Pencarian maklumat Isalm secara atas Talian. *Journal of Fatwa Management and Research. (Special Edition)*, 27(2), 73–88.
- Saloom, G. (2019). Indonesian Celebrities Conversion: The Quest For Meaning And Social Environment. *Ulummuna*, 23(2), 294–315.
- Shah, Z., & Wei, L. (2022). Source Credibility and the Information Quality Matter in Public Engagement on Social Networking Sites During the COVID-19 Crisis. *Frontiers in Psychology*, 13(June), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.882705>
- Shakeri, S., Evangelopoulos, N., & Zavalina, O. L. (2018). The interplay between knowledge gap and perceived risk in motivating risk information seeking. *Information Research*, 23(3).
- Shan-a-alahi, A., & Huda, M. N. (2017). Role of Information Technology on Preaching Islam (Da ' wah

-). *American International Journal of Available Online at Http://Www.Iasir.Net Research in Humanities, Arts and Social Sciences*, 17(1), 1–5.
- Shuhadah, N., Rahin, A., Abdullah, S., & Mohamad, N. I. (2024). Pengurusan Pengajian Islam Terhadap Mualaf [Management of Islamic Studies to Mualaf]. *BITARA*, 7(1), 216–228.
- Suhid, A., Fakhruddin, F. M., Abah, N. C., Rashed, Z. N., & Muhsin, A. (2025). Teacher “ s Teaching Practices in th e Class of Mualaf (New Convert). *Asian Social Science*, 17(11), 83–90. <https://doi.org/10.5539/ass.v17n11p83>
- Sulaiman, M. binti, Ahmad, M. N. bin, Ismail, A., & Hamdani, S. M. (2022). Pembangunan Media Sosial Baharu dan Impaknya Terhadap Dakwah Era Digital di Malaysia. *Seminar Antarabangsa Falsafah, Tamadun, Etika Dan Turath Islami Istet 2022*, 638–672. <https://oarep.usim.edu.my/jspui/handle/123456789/18462>
- Sule, M. M., & Mainiyo, A. S. (2023). Effectiveness Of Social Media Platform S In Disseminating Qur'anic. *Journal Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(1), 47–64. <https://doi.org/10.34005/spektra.v5i1.2668>
- Sun, Y., Zhang, Y., Gwizdka, J., & Trace, C. B. (2019). Consumer Evaluation of the Quality of Online Health Information : Systematic Literature Review of Relevant Criteria and Indicators Corresponding Author : *Journal Of Medical Internet Research*, 21(5). <https://doi.org/10.2196/12522>
- Susanti, A., Jie, L., Mahmudah, S., Yusnita, E., & Halim, C. (2024). Exploring the Benefits of Learning Applications in Increasing Achievement and Motivation in Islamic Religious Education. *Journal Neosantara Hybrid Learning*, 2(1), 332–343. <https://doi.org/10.55849/jnhl.v2i1.848>
- Susanti, S. S., Nursafitri, L., Hamzah, I., & Zunarti, R. (2024). Innovative Digital Media in Islamic Religious Education Learning. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 21(1).
- Syafrina, A. E. (2023). Dawatuna : Journal of Communication and Islamic Broadcasting Using Habib Jafar Podcast as Islamic Information Media. *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(1), 315–329. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v3i1.2400>
- Ulum, M., Rahman, A. A., Maharani, S., & Purnomo, A. (2021). Islamic Education and Social Media Transformation in Pandemic Era: Challenges and Opportunities in Indonesia. *Cendekia: Jurnal Kependidikan Dan Kemasyarakatan*, 1(1), 185–196. <https://doi.org/10.21154/cendekia.v1i1.2662>
- Valmores, K. K. D., & Acedera, A. P. (2024). Influence of Information Needs and Information Seeking Behavior on Graduate School Students’ Literacy Skills. *British Journal of Multidisciplinary and Advanced Studies*, 5(2), 10–23. <https://doi.org/10.37745/bjmas.2022.0465>
- Wan Zainudin, W. Z. N., & Abdullah, N. A. M. T. (2018). Dakwah Kepada Saudara Baru di Kelantan (Preaching About Islam to the Reverts in Kelantan). *Fikiran Masyarakat*, 6(3), 106–110.
- Wang, E. S. T. (2016). The moderating role of consumer characteristics in the relationship between website quality and perceived usefulness. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 44(6), 627–639. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-03-2015-0049>
- Warsah, I., Putra, R. A., & Morganna, R. (2021). Merging Religiosity on Social Media: Indonesian Millennial Youth’s Understanding of the Concepts of Jihad and Religious Tolerance. *Cendekia: Jurnal Kependidikan Dan Kemasyarakatan*, 19(2), 291–303. <https://doi.org/10.21154/cendekia.v19i2.3117>
- Yasin, Z., Husain, R., Rostitawati, T., & Obie, M. (2023). The Importance of Seeking Knowledge in Islam: A Literature Review. *International Journal of Social Science and Human Research*, 06(05), 3061–3066. <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v6-i5-71>