

**TAHAP PENGAMALAN WARGA KUIS TERHADAP KONSEP TABAYYUN DI MEDIA SOSIAL (FACEBOOK)
LEVEL OF UNDERSTANDING BY "KOLEJ UNIVERSITI ISLAM ANTARABANGSA SELANGOR" REGARDING THE CONCEPT TABAYYUN ON SOCIAL MEDIA (FACEBOOK)**

Phayilah Yama¹*, Siti Zaleha binti Ibrahim², Nor Saleha Mohd Salleh³, Muhamad Syaffiq Makhfudz⁴

¹ Pensyarah, Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS), emel: phayilah@kuis.edu.my.

² Pensyarah, Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS), emel: sitizaleha@kuis.edu.my

³ Pensyarah, Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS), emel: norsaleha@kuis.edu.my

⁴ Alumni Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor (KUIS), emel: muhamadsyaffiq@hotmail.com

* Penulis Penghubung

Artikel diterima: 7 Okt. 2020

| Selepas Pembetulan: 14 Okt. 2020

| Diterima untuk terbit: 23 Nov. 2020

Abstrak

Perkembangan dunia teknologi maklumat dewasa ini mendorong kepada penyebaran maklumat secara atas talian dengan begitu pantas serta tiada sempadan. Banyak aplikasi dalam media sosial yang diwujudkan untuk membantu penyebaran maklumat secara atas talian seperti facebook, whatsapp, twitter, telegram dan lain-lain. Perkembangan ini telah memberi impak positif dan negatif masyarakat umum. Namun demikian adalah lebih membimbangkan apabila kesan negatif daripada penggunaan aplikasi tersebut lebih ketara daripada kesan positifnya. Justeru, satu kajian telah dilakukan ke atas 50 responden berusia antara 18 hingga 60 tahun di Kolej Universiti bagi mengenalpasti tahap kefahaman dan pengamalan mereka tentang konsep tabayyun di facebook. Kajian dijalankan secara kuantitatif melalui tinjauan menggunakan borang soal selidik ke atas lima puluh orang warga KUIS. Dapatan kajian berbentuk deskriptif secara peratusan. Hasil kajian mendapati banyak maklumat palsu yang disebarkan di laman sosial tanpa ada semakan dan penyelidikan serta penjelasan sebenar daripada pihak yang benar-benar mengetahui perkara tersebut.

Kata Kunci

tabayyun, facebook, KUIS, kefahaman

Abstract

The development of technology and information had led to the spread of information online faster and without no boundaries. Many apps in social media exist to help in spreads information online such as facebook, whatsapp, twitter, telegram and so on. This result into many positive and negative impac at the time. However, there are more negatives rather than positives regarding the use of social media application in spreading information. A research had been made on 50 respondent aged between 18 to 60 years old from KUIS to determined their level of understanding regards the concept of Tabayyun on social media. The study was carried out or daily basis quantitative research (the use of questionnaire) on fifty people. The result showed that most of the information that being spread on social media without going through any confirmation from the involved.

Keywords

tabayyun, facebook, KUIS, understanding

1.0 Pendahuluan

Zaman globalisasi kini menyaksikan penggunaan alat media sosial adalah tidak terhad kepada satu peringkat umur sahaja. Dari seawal usia sekolah rendah hingga ke peringkat veteran, rata-rata didapati mempunyai akaun laman sosial. Secara tidak langsung, ia telah membantu berlakunya penyebaran maklumat dengan sangat pantas. Perlu difahami bahawa maklumat yang tersebar itu tidak semuanya benar dan ada kebarangkalian tidak benar.

Rentetan daripada isu ini, jelas bagi setiap orang untuk mengetahui konsep *tabayyun* dan seterusnya mengaplikasikannya dalam kehidupan. Ini juga menunjukkan bahawa *bertabayyun* itu merupakan satu perkara penting dalam menyebarkan sesuatu maklumat agar tidak timbul masalah pada masa akan datang. Justeru, penulisan ini akan memfokuskan pengamalan *tabayyun* menurut perspektif Al-Quran di samping mengkaji kefahaman dan pengamalan masyarakat terhadap konsep tersebut.

1.1 Konsep Tabayyun Dalam Islam

Tabayyun merupakan satu perbuatan yang baik dan ianya menjadi tuntutan untuk setiap umat Muhammad SAW untuk mengamalkannya. Selain itu, umat Islam perlu mengetahui dan memahami kaedah *tabayyun*. Kelebihan memahaminya secara tidak langsung mampu mempengaruhi orang lain untuk *bertabayyun* terutama dalam kalangan pengguna media sosial seperti *facebook*.

Perkataan *tabayyun* berasal daripada perkataan *bana* bermaksud jelas. *Tabayyun* adalah mengikuti wazan *tafa'ala* dan ia merupakan kata terbitan dari *tabayyana* yang membawa maksud menjelaskan. Selain itu, perkataan *tabayyun* didefinisikan sebagai *menthabitkan* sesuatu dan menyemak asas kebenaran sesuatu. (Zulkifli Mohamad al-Bakri 2019).

Imam al-Syaukani dalam kitabnya *Fath al-Qadir* menyatakan bahawa *tabayyun* adalah memeriksa dengan teliti manakala *tatsabbut* adalah berhati-hati dan tidak tergesa-gesa, melihat dengan terperinci bagi sesebuah peristiwa dan khabar yang datang sehingga terbukti kesahihannya." (Zulkifli Mohamad Al-Bakri 2019). Sayyid Qutb dan Imam al-Qurtubi berpandangan bahawa *tabayyun* adalah usaha memeriksa, menyelidik, menyemak semula setiap isi kandungan maklumat yang diterima sama ada berita tersebut benar atau tidak (Farah Waheeda Yahya 2019).

1.2 Hukum Tabayyun

Perkataan *tabayyun* telah dinukilkan di dalam surah al-Hujurat ayat ke-6 sebagaimana Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ

Maksudnya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Jika datang kepada kamu seorang fasik membawa sesuatu berita, maka selidikilah (untuk menentukan) kebenarannya, supaya kamu tidak menimpakan sesuatu kaum dengan perkara yang tidak diingini dengan sebab kejahilan kamu mengengainya sehingga menjadikan kamu menyesali apa yang kamu telah lakukan.”

(Al-Hujurat: 6)

Berdasarkan ayat tersebut, Allah SWT menggunakan perkataan “*fatabayyanu*” yang bererti “maka periksalah dengan teliti.” Jelas di sini menunjukkan bahawa hukum *tabayyun* adalah wajib bagi setiap umat Islam. Imam Jalaluddin al-Mahalli dan Imam Jalaluddin al-Suyuti menyatakan bahawa ayat tersebut merupakan perintah langsung daripada Allah SWT yang mewajibkan setiap Mukmin agar memeriksa terlebih dahulu benar tidaknya berita yang dibawa oleh orang fasik (Badli Shah Alauddin 2016).

Konsep *tabayyun* juga meminta kita agar tidak mendakwa atau memperkatakan sesuatu perkara kecuali telah terbukti kebenarannya. Kita juga tidak boleh mereka-reka sesuatu yang tidak benar kerana perbuatan sedemikian itu adalah tanda munafiq. Bagi mengelakkan diri kita daripada terjebak ke lembah munafiq ini, kita perlu memastikan sesuatu berita itu sahih dari sumber sebenarnya dan kemudian barulah berkongsi dengan orang lain.
(<http://mufti.pahang.gov.my/images/khutbah/2017/ogosrumi/11.8.2017.pdf>)

Sabda Rasulullah SAW bermaksud:

Cukuplah bagi seseorang itu mendapat dosa sekiranya dia menceritakan kembali semua yang didengarinya (tanpa tapisan).

(Hadis Riwayat Muslim, No.5)

Rasulullah SAW bersabda lagi:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : " آيَةُ الْمُنَافِقِ ثَلَاثٌ إِذَا حَدَّثَ كَذَبَ وَإِذَا وَعَدَ أَخْلَفَ وَإِذَا أُؤْتِمِنَ خَانَ "

Dari Abu Hurairah daripada Nabi SAW, “Tanda orang-orang munafiq itu ada tiga: apabila bercakap dia berdusta, apabila berjanji dia memungkirinya, apabila diberi amanah dia mengkhianatinya”.

(Hadis Riwayat Bukhari No.32)

1.3 Pengenalan Dunia Teknologi Maklumat

Pengenalan Teknologi

ICT adalah merupakan cabang ilmu yang melalui dua pecahan iaitu teknologi maklumat dan teknologi komunikasi. Ia digabungkan menjadi teknologi maklumat dan komunikasi kerana kedua-duanya merupakan pelengkap antara satu sama lain. Teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) adalah satu lagi istilah termaju untuk teknologi maklumat (IT) yang menekankan peranan komunikasi bersatu dan penyepaduan telekomunikasi (talian telefon dan isyarat tanpa wayar), komputer serta perisian perusahaan, perisian tengah, penyimpanan, dan sistem audio visual yang diperlukan, yang membolehkan pengguna mengakses, menyimpan, menghantar, dan memanipulasi maklumat.

Istilah ICT juga digunakan untuk merujuk kepada penumpuan rangkaian audio-visual dan telefon dengan rangkaian komputer melalui satu sistem kabel atau pautan tunggal. Terdapat insentif ekonomi yang besar (penjimatan kos yang besar disebabkan penghapusan rangkaian telefon) untuk menggabungkan rangkaian telefon dengan sistem rangkaian komputer menggunakan satu sistem penyatuan kabel, pengedaran isyarat dan pengurusan.

Walau bagaimanapun, definisi, sebagai "konsep, kaedah dan aplikasi yang terlibat dalam ICT sentiasa berubah secara hampir setiap hari." (https://ms.wikipedia.org/wiki/Teknologi_maklumat_dan_komunikasi, diakses pada 6 Ogos 2018)

1.4 Media Sosial

Media sosial menjadi satu keperluan dalam kehidupan seharian. Media sosial berperanan sebagai tempat untuk manusia berkomunikasi antara satu sama lain. Selain itu, ia juga dapat digunakan untuk menyampaikan maklumat dengan pantas dan menjimatkan masa dan kos. Terdapat pelbagai aplikasi media sosial zaman kini seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Whatsapp*, *Telegram* dan lain-lain. Kebanyakan aplikasi media sosial ini bertujuan untuk menghubungkan antara satu sama lain dan membolehkan untuk berkomunikasi seantara dunia (Harley Azizee 2018).

Menurut Boyd dan Ellison (2007) individu yang menggunakan laman media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Myspace* dan lain-lain secara tidak langsung telah mewujudkan dan mengekalkan hubungan komunikasi antara satu sama lain. Tuntasnya, terdapat pelbagai kelebihan yang disediakan oleh media sosial. Justeru pengguna perlu bijak dalam mengendalikan media sosial tersebut dengan sebaiknya.

Di Malaysia, data menunjukkan bilangan pengguna Internet semakin meningkat iaitu kepada 28.7 juta pengguna, mewakili 87.4 peratus penduduk Malaysia. Penggunaan internet selama 1-4 jam merupakan kadar penggunaan yang paling tinggi iaitu seramai 39.2 peratus. Pengguna yang melayari internet dengan kadar 5-8 jam sehari pula adalah seramai 23.9 peratus. Kajian turut mendapati bahawa terdapat seramai 24.6 juta pengguna media sosial pada tahun 2018. Pengguna facebook berada di tangga paling tinggi iaitu seramai 97.3 peratus diikuti dengan pengguna Instagram (57.0 peratus) dan Youtube seramai 48.3 peratus (MCMC 2019).

1.5 Facebook

Facebook, Twitter dan Instagram mempunyai fitur tersendiri yang memudahkan penyebaran maklumat. Sebagai contoh, Facebook mempunyai fitur like, comment dan share serta beberapa fitur lain yang menarik. Secara tidak langsung, ia menjadikan pengguna tertarik untuk menulis dan menularkan maklumat. Lagi banyak like, komen dan share yang diperolehi, mereka berasa lebih gembira dan puas hati (Farah Waheeda Yahya 2019).

Facebook mempunyai banyak kegunaan dan manfaat. Ia berperanan untuk merapatkan penglibatan rakyat dengan kerajaan selain sebagai alat untuk menyampaikan maklumat dan ideologi. *Facebook* juga berfungsi sebagai medium pemasaran dan dakwah. Selain menyebarkan maklumat, ia turut menghubungkan silaturrahim antara rakan-rakan lama dan baru, menghilangkan tekanan (stress)

bekerja dan mengisi kekosongan waktu. Dalam bidang pendidikan, Facebook merupakan rangkaian sosial yang paling menonjol dalam dekad ini (Omar, Embi, & Yunus, 2012).

Jaringan sosial yang terkenal dan paling ramai pengguna yang mendaftar adalah *Facebook*. Menurut sumber SKMM setakat 2016, lebih 18 juta pengguna aktif *Facebook* di Malaysia yang menggunakan aplikasi ini untuk berhubung, berkongsi maklumat, berniaga dan lain-lain. (<http://www.sinarharian.com.my/bisnes/18-juta-pengguna-aktif-facebook-di-malaysia-1.492510>, diakses pada 6 Ogos 2018).

Walau bagaimanapun, pada tahun 2017, didapati sebanyak 97.3% pengguna Internet di Malaysia memiliki akaun *Facebook*. Dari segi angkanya, ianya dianggarkan seramai 23.83 juta rakyat Malaysia memiliki akaun *Facebook*. (<http://iamk.com.my/articles/2017/11/25/statistik-penggunaan-internet-di-malaysia-2017/> diakses pada 7 Ogos 2018). Angka ini menunjukkan peningkatan sebanyak 5 juta penduduk Malaysia mempunyai akaun *Facebook*. Ini menunjukkan penggunaan *Facebook* di Malaysia adalah merupakan antara yang tertinggi berbanding penggunaan aplikasi jaringan sosial yang lain.

Manakala media sosial kedua tertinggi yang digunakan ialah *Instagram*. Didapati pengguna *Instagram* adalah meningkat dari 46.7% pada tahun 2016, menjadi 56.1% pada tahun 2017. Ia menjadikan anggaran jumlah pengguna *Instagram* di Malaysia adalah seramai 13.74 juta orang. (<http://iamk.com.my/articles/2017/11/25/statistik-penggunaan-internet-di-malaysia-2017/> diakses pada 7 Ogos 2018).

2. Permasalahan Kajian

Tidak dapat dinafikan, kebergantungan pengguna kepada media digital dalam kehidupan harian mereka adalah sangat tinggi. Sebagai contoh, masyarakat bergantung kepada media digital dalam mencari maklumat bagi tujuan pembelian barangan, perkhidmatan, perubatan, ilmu agama dan lain-lain. Selain itu, penembusan capaian internet yang mudah juga mengundang masyarakat menggunakan internet dengan etika yang tidak betul.

Gejala ini memberi impak yang besar terutama kepada golongan pelajar. Mereka menjadi penerima dan penyebar maklumat yang tidak sahih. Perkara ini amat membimbangkan kita semua lantaran tiada yang bertanggungjawab memperbetulkan akan fakta-fakta yang salah. Keadaan menjadi lebih parah andai maklumat yang disebarkan melibatkan perkara-perkara yang serius yang boleh memberi kesan kepada keselamatan, kesihatan, ekonomi serta kestabilan sosial. (Zul Hilmi Abdullah, 2016).

Perkembangan teknologi maklumat memberi kesan positif dan negatif kepada masyarakat umum. Ini bertepatan dengan pandangan Rahmat Ghazali tentang internet sebagai wadah kepada media sosial yang bersifat serampang dua mata dengan gabungan unsur kebaikan dan keburukan (Rahmat, 2010). Namun demikian adalah lebih membimbangkan apabila kesan negatif daripada penggunaan aplikasi tersebut lebih ketara kelihatan pada hari ini. Banyak maklumat daripada aplikasi *facebook*, *whatsapp*, *twitter*, *telegram* dan lain-lain amat membantu dalam memberikan maklumat dan penyebaran maklumat secara atas talian. Walau bagaimanapun, maklumat daripada aplikasi-aplikasi tersebut banyak telah bercampur antara yang benar dan

palsu dan ia tersebar dengan begitu pantas ke serata dunia tanpa diselidiki terlebih dahulu. Penuliran maklumat ini secara tidak langsung membantu kepada penyebaran maklumat palsu serta menimbulkan fitnah.

Justeru, penulisan ini akan mengkaji kefahaman dan pengamalan masyarakat terhadap konsep *tabayyun* di media sosial seperti *facebook*. *Tabayyun* di *facebook* menjadi satu perkara yang perlu difahami dan diamalkan sebelum menyampaikan sesuatu berita agar ianya tidak menjadi satu fitnah yang besar.

3. METODOLOGI KAJIAN

Penyelidikan ini dilaksanakan dengan menggunakan satu pendekatan kajian sahaja iaitu secara kuantitatif melalui tinjauan soal selidik. Tinjauan soal selidik dijalankan bagi mendapatkan maklum balas warga KUIS tentang kefahaman dan pengamalan konsep *tabayyun*.

3.1 Kaedah persampelan

Sasaran responden bagi kajian ini warga KUIS yang memiliki akaun media sosial *facebook*. Pensampelan secara rawak dilakukan di lima buah fakulti yang terdapat di KUIS. Namun penyelidik hanya memilih 50 orang sahaja sebagai responden.

3.2 Pembinaan instrument

Set borang soal selidik terbahagi kepada tiga bahagian yang setiap satunya mengandungi 6 hingga 10 soalan seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 3.2.

Jadual 3.2: Item Soal Selidik

Bahagian	Jenis Konstruk	Bilangan item/ Soalan
A	Maklumat Asas Responden	6
B	Kefahaman Tabayyun Menurut Perspektif Al-Quran	10
C	Tahap Pengamalan Tabayyun Terhadap Pengguna Facebook	10

Bahagian A terdiri daripada soalan yang berkaitan maklumat asas responden meliputi jantina, umur, tahap pendidikan, fakulti, status perkahwinan dan pekerjaan. Bahagian B pula melibatkan 10 soalan yang menguji kefahaman responden terhadap *tabayyun* menurut perspektif al-Quran. Bahagian C pula mengandungi 10 soalan yang mengenal pasti dan mengetahui amalan *tabayyun* terhadap *Facebook*.

3.3 Pengumpulan Data

Pengumpulan data bagi kajian ini dijalankan dengan menggunakan satu kaedah iaitu yang dengan menggunakan kaedah tinjauan melalui soal selidik. Soal selidik diedarkan kepada warga KUIS merentasi pelbagai fakulti dan peringkat pengajian.

Data dikumpul melalui tinjauan soal selidik yang dilakukan melalui pengagihan kepada 50 orang responden dengan pelbagai latar belakang. KUIS sebagai salah sebuah Institusi Pengajian Tinggi Islam telah dipilih berdasarkan justifikasi bahawa golongan berpendidikan tinggi yang mempunyai latar belakang agama semestinya mengamalkan

budaya tabayyun dalam kehidupan mereka. Dapatan kajian adalah dapatan awalan berdasarkan kajian bersifat rintis sebelum kajian sebenar yang akan dilaksanakan pada masa akan datang.

4. DAPATAN KAJIAN

4.1 Maklumat Asas Responden

Jadual 4.1 : Taburan responden mengikut faktor demografi

Jantina	Bilangan responden
Lelaki	26 (52%)
Perempuan	24 (48%)
Umur	Bilangan responden
18-21 tahun	14 (28%)
22- 24 tahun	31 (62%)
25 27 tahun	5 (10%)
28 tahun dan ke atas	0 (0%)
Tahap pendidikan	Bilangan responden
Diploma	8 (27%)
Ijazah Sarjana Muda	1 (3%)
Ijazah Sarjana	2 (7%)
Ijazah Doktor Falsafah	0 (0%)
Fakulti	Bilangan responden
Pengajian Peradaban Islam	22 (44%)
Syariah dan Undang-undang	9 (18%)
Pengurusan dan Muamalah	8 (16%)
Sains dan Teknologi Maklumat	6 (12%)
Pendidikan	5 (10%)
Status Perkahwinan	Bilangan responden
Bujang	48 (96%)
Berkahwin	2 (4%)
Pekerjaan	Bilangan responden
Pelajar	50 (100%)
Pensyarah	0 (0%)
Pegawai Pentadbiran	0 (0%)
Lain-lain	0 (0%)

4.2 Bahagian B: Kefahaman Tabayyun Menurut Perspektif al-Quran

Jadual 4.2: Dapatan Kajian bagi Bahagian B

No.	Perkara	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak pasti	Setuju	Sangat setuju
1.	Saya faham akan definisi <i>tabayyun</i>	1 (2%)	2 (4%)	10 (20%)	25 (50%)	12 (24%)
2.	Saya faham bahawa <i>tabayyun</i> itu merupakan	1 (2%)	0 (0%)	9 (18%)	24 (48%)	16 (32%)

	suatu perkara yang wajib.					
3.	Saya faham <i>tabayyun</i> merupakan perintah Allah SWT.	1 (2%)	1 (2%)	14 (28%)	19 (38%)	15 (30%)
4.	Saya faham kaedah <i>tabayyun</i> merupakan al-Quran.	0 (0%)	1 (2%)	20 (40%)	17 (34%)	12 (24%)
5.	Saya faham <i>tabayyun</i> dapat mengelakkan berlakunya fitnah dalam penyebaran maklumat.	0 (0%)	1 (2%)	7 (14%)	25 (50%)	17 (34%)
6.	Saya faham <i>tabayyun</i> merupakan aktiviti menyelidik maklumat sebelum disebar.	1 (2%)	0 (0%)	8 (16%)	23 (46%)	18 (36%)
7.	Saya faham jika tidak bertabayyun boleh menyebabkan berlakunya perpecahan umat.	1 (2%)	0 (0%)	11 (22%)	18 (36%)	20 (40%)
8.	Saya faham bahawa balasan yang berat Allah akan berikan jika menyampaikan maklumat palsu.	0 (0%)	1 (2%)	11 (22%)	18 (36%)	20 (40%)
9.	Saya faham <i>tabayyun</i> perlu dilakukan apabila menerima sesuatu maklumat.	1 (2%)	0 (0%)	6 (12%)	23 (46%)	20 (40%)
10.	Saya faham akan <i>tabayyun</i> dapat membentuk peribadi seseorang dalam menyampaikan maklumat yang diterima.	1 (2%)	0 (0%)	14 (28%)	20 (40%)	15 (30%)

Analisis bahagian B menunjukkan peratus yang sangat tinggi pada no. 9 iaitu sebanyak 86% mewakili 43 orang faham bahawa *tabayyun* perlu dilakukan apabila menerima sesuatu maklumat. Seterusnya, item no 5 adalah kedua tertinggi yang mana mereka memahami bahawa *tabayyun* dapat mengelakkan berlakunya fitnah dalam penyebaran maklumat. Peratusan bagi item ini adalah 84% mewakili 42 orang. Selain itu, item no 6 iaitu “Saya faham *tabayyun* merupakan aktiviti menyelidik maklumat sebelum disebar” mencatatkan peratusan ketiga tertinggi iaitu sebanyak 82% mewakili 41 orang.

Dapatan bahagian B ini juga menunjukkan bahawa hanya separuh sahaja yang memahami kaedah *tabayyun* menurut al-Quran iaitu sebanyak 29 orang yang mewakili

58%. Selain itu, dapatan juga menunjukkan bahawa 28% mewakili 14 orang tidak pasti sama ada *tabayyun* adalah perintah Allah SWT atau tidak.

4.3 Bahagian C: Tahap Pengamalan *Tabayyun* Terhadap Pengguna *Facebook*

No.	Perkara	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Tidak pasti	Setuju	Sangat setuju
1.	Mengamalkan <i>tabayyun</i> sebelum menyebarkan maklumat di media sosial terutama <i>Facebook</i> .	1 (2%)	1 (2%)	8 (16%)	29 (58%)	11 (22%)
2.	Mengajak rakan-rakan bertabayyun sebelum menyebarkan maklumat.	2 (4%)	3 (6%)	13 (26%)	23 (46%)	9 (18%)
3.	Mengamalkan <i>tabayyun</i> seperti mana yang difahami melalui ayat 6 surah al-Hujurat.	1 (2%)	0 (0%)	18 (36%)	24 (48%)	7 (14%)
4.	Saya mewajibkan diri saya untuk bertabayyun apabila mendapat sesuatu maklumat.	1 (2%)	2 (4%)	4 (8%)	31 (62%)	12 (24%)
5.	Sekiranya maklumat diberikan di <i>Facebook</i> tidak benar, saya tidak akan berkongsi dengan rakan-rakan yang lain.	1 (2%)	4 (8%)	5 (10%)	22 (44%)	18 (36%)
6.	Sentiasa menitikberatkan isi kandungan maklumat yang diterima.	1 (2%)	0 (0%)	4 (%)	29 (58%)	16 (32%)
7.	Memastikan apa yang hendak disebarkan dan dikongsi adalah perkara yang betul.	1 (2%)	0 (0%)	3 (6%)	31 (62%)	15 (30%)
8.	Saya akan memperbetulkan maklumat yang diterima jika terdapat kesalahan.	1 (2%)	0 (0%)	16 (32%)	18 (56%)	15 (30%)
9.	Sekiranya terdapat penyebaran maklumat yang salah, saya akan dengan cara yang baik.	1 (2%)	0 (0%)	16 (32%)	25 (50%)	8 (16%)
10.	Saya akan menyemak dan menyelidik berita atau maklumat yang diterima dengan merujuk kepada orang yang pakar.	1 (2%)	2 (4%)	4 (8%)	27 (54%)	16 (32%)

Analisis bahagian C menunjukkan peratus yang sangat tinggi pada no. 7 iaitu sebanyak 92% mewakili 46 orang akan memastikan apa yang hendak disebarkan dan dikongsi adalah perkara yang betul. Walau bagaimanapun, kajian yang dilakukan oleh Zul Hilmi 2016 menunjukkan hanya 15% responden mewakili 15 orang sangat kerap memastikan kesahihan berita sebelum dikongsi. Manakala yang kerap memastikan kesahihan berita adalah 40% mewakili 40 orang. Dapatan ini menunjukkan bahawa separuh sahaja yang mengambil berat tentang kesahihan maklumat sebelum disebarkan dan ditular.

Selain itu, item no 6 iaitu "sentiasa menitikberatkan isi kandungan maklumat yang diterima" mencatat peratusan kedua tertinggi iaitu 90% mewakili 45 orang. Seterusnya item no 4 iaitu "Saya mewajibkan diri saya untuk bertabayyun apabila mendapat sesuatu maklumat" mencatat peratusan yang sama dengan item no 10 iaitu "Saya akan menyemak dan menyelidik berita atau maklumat yang diterima dengan merujuk kepada orang yang pakar". Masing-masing adalah 86% mewakili 43 orang dan berada di kedudukan yang ketiga.

Dapatan bahagian C ini juga menunjukkan peratusan yang rendah pada item no 3 iaitu "mengamalkan *tabayyun* seperti mana yang difahami melalui ayat 6 surah al-Hujurat" dengan peratusan 62%. Selain itu, peratusan kedua terendah adalah pada item no 2 iaitu "mengajak rakan-rakan untuk bertabayyun sebelum menyebarkan maklumat". Ia adalah sebanyak 64 % mewakili 32 orang.

5. Perbincangan

5.1 Kefahaman *Tabayyun* Menurut Perspektif al-Quran

Seramai 37 orang (74%) memahami makna *tabayyun* dalam erti kata yang sebenar. Selain itu, agak mengecewakan bahawa hanya separuh sahaja yang memahami kaedah *tabayyun* menurut al-Quran iaitu 58% mewakili 29 orang. Dapatan ini jelas menunjukkan bahawa tahap pemahaman warga KUIS tentang *tabayyun* masih rendah.

Walaupun bagaimanapun, mereka bersetuju terhadap keperluan melakukan *tabayyun* apabila menerima sesuatu maklumat dengan mencatatkan peratusan sebanyak 86%. Kita perlu bertabayyun bukan sekadar terhadap maklumat yang disampaikan malahan sewajarnya kita menyelidiki latarbelakang penulis terutama pada blog yang bersifat individu. (Fazli Adam et al. 2015)

Selain itu, *tabayyun* dapat mengelakkan berlakunya fitnah dalam penyebaran maklumat. Pernyataan ini disokong oleh seramai 42 orang bersamaan 84%. Selain itu, seramai 76% bersetuju dengan pernyataan bahawa 'Saya faham *tabayyun* dapat mengelakkan berlakunya fitnah dalam penyebaran maklumat'.

Data ini jelas menunjukkan $\frac{3}{4}$ responden mengetahui tentang akibat buruk tidak bertabayyun. Konsep *tabayyun* sangat ditekankan dalam menjaga hubungan sesama manusia. Dengan mengamalkan konsep *tabayyun* pengguna media elektronik akan sentiasa bersangka baik dan tidak sewenang-wenangnya membuat kesimpulan akan sesuatu berita. Sebaliknya, jika konsep *tabayyun* tidak diamalkan, fitnah memfitnah, membuka aib dan menipu akan mudah berlaku seterusnya memutuskan silaturrahim yang telah dibina. (Zul Hilmi Abdullah, 2016).

5.2 Tahap Pengamalan *Tabayyun* Terhadap Pengguna *Facebook*

Dapatan menunjukkan peratus yang agak rendah mengamalkan *tabayyun* seperti mana yang difahami melalui ayat 6 surah al-Hujurat iaitu hanya sebanyak 62% sahaja. Mengajak rakan-rakan bersama dalam bertabayyun sebelum menyebarkan maklumat pula kedua tertinggi dengan peratusan 64%.

Sebagai seorang Islam, kita sewajarnya bertabayyun dalam semua maklumat. Ini bertepatan dengan apa yang dicadangkan oleh Fazdi Adam bahawasanya kita perlu bertabayyun bukan sekadar terhadap maklumat yang disampaikan malahan sewajarnya kita menyelidiki latar belakang penulis terutama pada blog yang bersifat individu. (Fazli Adam et al. 2015).

Pengamalan *tabayyun* juga agak rendah yang mana hanya 15 orang responden mewakili 30% menyatakan bahawa mereka memastikan apa yang hendak disebar dan dikongsi adalah perkara yang betul. Dapatan ini turut disokong oleh kajian yang dilakukan oleh Zul Hilmi terhadap pelajar di Pusat Tamhidi, USIM. Kajiannya menunjukkan bahawa hanya 15 orang responden mewakili 15% yang sangat kerap memastikan kesahihan maklumat sebelum dikongsi. (Zul Hilmi Abdullah, 2016).

6. Kesimpulan

Secara keseluruhannya, didapati bahawa tahap pemahaman warga KUIS tentang *tabayyun* masih rendah. Selain itu, dapatan juga menunjukkan peratus yang agak rendah mengamalkan *tabayyun* seperti mana yang difahami melalui ayat 6 surah al-Hujurat iaitu hanya sebanyak 62% sahaja. Didapati juga bahawa peratusan warga KUIS yang mengajak orang lain dalam bertabayyun sebelum menyebarkan maklumat juga adalah rendah iaitu sebanyak 64% sahaja. Sewajarnya kita sebagai umat Islam mengambil berat perihal *tabayyun* kerana ia adalah satu tuntutan dalam Islam.

Rujukan

Badli Shah Alauddin.(2016). Periksa dahulu sebelum percaya media baharu. 2016. <https://www.bharian.com.my/kolumnis/2016/05/155903/periksa-dahulu-sebelum-percaya-media-baharu/> diakses 26 Okt 2020.

Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1). Okt 2007. Hlm 210-230. Diakses pada 1 Mei 2018. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>

Farah Waheeda Yahya, Muhamad Faisal Ashaari. (2009). *Konsep Al-Tabayyun Dan Faktor Mendorong Maklumat Fasiq Di Alam Maya*. At-Tahkim, Vol. 9, No. 16.07. 2019

Harley Azizee. (2018). *Penggunaan Facebook Dan Jalinan Hubungan Dengan Pembentukan Identiti*. Tesis. Universiti Utara Malaysia.

<http://iamk.com.my/articles/2017/11/25/statistik-penggunaan-internet-di-malaysia-2017/> diakses pada 7 Ogos 2018.

<http://mufti.pahang.gov.my/images/khutbah/2017/ogosrumi/11.8.2017.pdf>. diakses pada 6 Ogos 2018.

<http://www.astroawani.com/gaya-hidup/malaysia-negara-ke-9-paling-aktif-media-sosial-ke-5-paling-ramai-guna-e-dagang-laporan-166998>, diakses pada 7 Ogos 2018.

<http://www.sinarharian.com.my/bisnes/18-juta-pengguna-aktif-facebook-di-malaysia-1.492510>, diakses pada 6 Ogos 2018.

https://ms.wikipedia.org/wiki/Teknologi_maklumat_dan_komunikasi, diakses pada 6 Ogos 2018.

Zulkifli Mohamad al-Bakri.(2019). <https://muftiwp.gov.my/artikel/bayan-linnas/3485-bayan-linnas-siri-ke-184-tabayyun-dalam-penerimaan-dan-penyampaian-berita/> diakses pada 27 Okt 2020.

[https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/media/General/pdf/Internet-Users-Survey-2018-\(Infographic\).pdf](https://www.mcmc.gov.my/skmmgovmy/media/General/pdf/Internet-Users-Survey-2018-(Infographic).pdf). Diakses pada 26 Okt 2020.

Ibnu Kathir, Abu Fida Isma'il bin 'Umar. (2004). Tafsir Ibnu Kathir. Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah.

Khutbah Jumaat "Konsep Tabayyun Dalam Mendepani Ledakan Maklumat ". (2018). <http://www.islam.gov.my/e-khutbah/1375-konsep-tabayyun-dalam-mendepani-ledakan-maklumat>. diakses pada 5 Ogos 2018.

Rahmat Ghazali. (2010). *Cabaran Daripada Kewartawanan Internet*. Pemikir. Kuala Lumpur:
Utusan Publications & Distributor Sdn Bhd.

Zul Hilmi Abdullah, Halimaton Sa'adiah Ariffin, Shaharudin Ismail & Ahmad Nazrul Rosli. (2016). *Kebolehpercayaan Maklumat Elektronik: Tinjauan Awal Terhadap Pelajar Tamhidi*. 2nd International Convention of Islam, Science & Education. https://www.researchgate.net/publication/309767313_KEBOLEHPERCAYAAN_MAKLUMAT_ELEKTRONIK_TINJAUAN_AWAL_TERHADAP_PELAJAR_TAMHIDI