



e-Journal of Media & Society

PEMBANGUNAN DAN PENGESAHSAHIHAN INSTRUMEN KREDIBILITI KOMUNIKATOR ISLAM MENURUT AL-QURAN

Muhammad Taufik Md Sharipp, S. Salahudin Suyurno & Abdul Rauf Ridzuan

ABSTRAK

Menurut perspektif Islam, komunikator menggalas kedudukan paling penting dalam menyampaikan mesej kepada penerima sama ada individu ataupun kumpulan menggunakan medium tertentu. Pada masa kini, terlalu ramai Muslim siber yang ingin memikul tugas dan tanggung jawab sebagai komunikator Islam. Perkara ini amat baik kerana setiap Muslim itu ditugaskan untuk berdakwah sesuai dengan kemampuan mereka. Namun ilmu pengetahuan, adab dan sifat seorang komunikator Islam perlu dihadam agar mesej yang disampaikan diterima semua. Perkara inilah yang menjadi nilai kredibiliti seorang komunikator yang akan diukur melalui pendekatan kuantitatif. Dalam mewujudkan instrumen kredibiliti komunikator Islam, ayat al-Quran yang menggariskan sifat seorang penyampai mesej Islam dikeluarkan dan dibina item-item yang bersesuaian berdasarkan faktor yang telah dikenal pasti. Seterusnya item yang dibina disahkan oleh pakar rujuk dan dianalisis melalui analisis faktor penerokaan yang dikod ke dalam aplikasi SPSS. Hasil kajian menemukan, lima daripada tujuh faktor kredibiliti komunikator Islam iaitu Amanah, Benar, Beriman, Boleh dipercayai dan Adil diterima sebagai elemen kredibiliti komunikator Islam.

Kata kunci: Komunikator Islam, Kredibiliti, Analisis faktor penerokaan, EFA

PENGENALAN

Komunikasi dalam Islam adalah proses penyampaian mesej atau pemindahan maklumat daripada penyampai (*sender*) kepada penerima (*receiver*) melalui medium yang tidak melangkaui batasan yang dibenarkan oleh syariat Islam (Noraini Ismail, 2012). Umum sedia maklum bahawa komunikasi melibatkan komunikator yang menyampaikan mesej kepada penerima sama ada individu ataupun kumpulan menggunakan medium tertentu. Menurut perspektif Islam, komunikator menggalas kedudukan paling penting dalam komunikasi. Islam menekankan beberapa ciri komunikator yang berkualiti seperti kebenaran, kerendahan hati, kebaikan, keadilan, kejujuran, keikhlasan, niat, kebenaran mesej yang disampaikan, pengesahan sumber mesej, dan penyiasatan untuk mengesahkan kejujuran dan ketepatan komunikator (Mohd Yahya Mohamed Ariffin, 2007:127).

Mutakhir ini, terlalu ramai Muslim siber yang ingin memikul tugas dan tanggung jawab sebagai komunikator Islam. Jika dahulu tugas penyampai mesej Islam kebanyakannya diserahkan di atas bahu golongan ustaz, ulama' dan sarjana Islam, namun kini hampir semua masyarakat Islam khususnya golongan celik IT rajin menjadikan media baharu sebagai wadah penyebaran makluman Islam dan berdakwah untuk menyeru kepada kebaikan dan mencegah daripada keburukan (Abu Bakar Abdul Majeed, 2013). Melihat dari satu sudut pandang, perkara ini amatlah baik kerana bertepatan dengan firman Allah:

Kamu (wahai umat Muhammad) adalah sebaik-baik umat yang dilahirkan bagi (faedah) umat manusia, (kerana) kamu menyuruh berbuat segala perkara yang baik dan melarang daripada segala perkara yang salah (buruk dan keji), serta kamu pula beriman kepada Allah. (Alī 'Imran 3: 110).

Muhammad Sa'ad Syaqir (2012) menyatakan menyampaikan dakwah diwajibkan ke atas setiap individu Muslim lelaki mahupun wanita yang *mukallaf*. Tambahan pula penyampaian mesej Islam ini perlu seiring dengan peredaran semasa agar kekal relevan tidak lapuk ditelan zaman. Sungguhpun demikian, tidak cukup hanya mengungkapkan mesej Islam semata-mata tanpa berbekalkan ilmu pengetahuan, adab dan sifat seorang komunikator Islam kerana semua perkara ini akan dinilai oleh penerima mesej sebelum mereka menghadam mesej Islam tersebut. Perkara yang sama juga turut diaplikasikan oleh ulama' silam terhadap penerimaan hadith Rasulullah. Penyampai hadith perlu diteliti dahulu sifatnya sebelum hadith daripada mereka diterima menerusi ilmu *al-jarh wa ta'dil*. Dalam konteks komunikasi Islam masa kini, perkara yang sama juga perlu diaplikasikan dengan melihat terlebih dahulu penyampai mesej sebelum menerima mesej tersebut. Justeru itu, kredibiliti komunikator yang akan menjadi kayu ukur dalam menentukan mesej Islam tersebut akan diterima atau ditolak.

TINJAUAN LITERATUR

Kajian mengenai kredibiliti penyampai mesej bukanlah perkara yang baru dalam dunia penyelidikan memandangkan persoalan mengenai kredibiliti telah mula bermain dalam kalangan sarjana komunikasi sejak pertengahan abad ke dua puluh (Sharon Wilson et al. 2011). Kajian tentang kredibiliti lazimnya dibahagikan kepada dua perkara utama, iaitu kredibiliti sumber dan kredibiliti media atau saluran (Normah Mustaffa et al., 2010). Antara kajian kredibiliti terawal diperkenalkan oleh Cecilie Gaziano dan Kristin McGrath (1986) menyebut terdapat dua belas dimensi kredibiliti yang perlu dititik beratkan iaitu amanah (*trustworthiness*), kepercayaan (*believability*), adil (*fairness*), lengkap (*completeness*), objektif (*objectivity*), kejujuran (*honesty*), terkini (*up to-date*), mutakhir (*currency*), seimbang (*balance*), ketepatan (*accuracy*), tidak berat sebelah (*unbiased*) dan tepat pada masa (*timeliness*).

Minjeong Kang (2010) pernah mengutarakan empat belas item kredibiliti Blog yang mana dibahagikan kepada dua perkara besar iaitu Blogger (penyampai) dan mesej. Mohammad-Ali Abbasi dan Huan Liu dalam Ariel M. Greenberg et al. (2013) memperkenalkan *CredRank Algorithm* iaitu suatu formula matematik bagi mengukur kredibiliti pengguna dalam media sosial. Formula ini menggunakan kaedah pengelompokan hierarki bagi mengumpulkan pengguna-pengguna yang sama dari sudut tingkah laku dan kluster ke dalam satu kelompok. Dalam erti kata lain, kelakuan pengguna media sosial menjadi kayu ukur kredibiliti mereka masing-masing. Sungguhpun begitu banyak ukuran kredibiliti telah dibentangkan oleh pelbagai sarjana, namun masih kurang yang menghubungkannya dengan kredibiliti menurut acuan Islam.

Model Kredibiliti Penyampai Maklumat iaitu sebahagian daripada konstruk kredibiliti yang telah digagaskan dalam kajian Mohd Sobhi Ishak (2011) dilihat menepati falsafah komunikasi Islam. Beliau membahagikan tahap penilaian kredibiliti web kepada tiga perkara iaitu kredibiliti medium, kredibiliti sumber dan kredibiliti maklumat. Lantaran itu, kajian ini mengolah kembali tujuh faktor kredibiliti sumber yang diwujudkan dengan meninjau ayat-ayat al-Quran bagi menyokong faktor kredibiliti komunikator yang digariskan.

METODOLOGI KAJIAN

Kajian ini dijalankan dalam dua fasa iaitu fasa pembangunan instrumen dan fasa kesahan faktor secara statistik menggunakan pendekatan kuantitatif. Pembangunan instrumen dijalankan dengan meneliti ayat-ayat al-Quran yang berkaitan dengan kredibiliti komunikator Islam. Walaupun tiada ayat khusus yang mengklasifikasikan ciri-ciri seorang Muslim yang berkredibiliti, namun ayat al-Quran yang menggariskan sifat seorang penyampai mesej Islam dikeluarkan dan dibina item-item yang bersesuaian berdasarkan faktor yang telah dikenal pasti.

Seterusnya, instrumen kredibiliti komunikator dihantar kepada beberapa pakar rujuk untuk kesahan instrumen melibatkan beberapa individu yang pakar dalam bidang antaranya Dr. Zulkifli Bin Hj. Aini dari Universiti Kebangsaan Malaysia dengan pengkhususan komunikasi Insan. Selain itu, kesahan juga diperoleh daripada Prof. Madya Dr. Che Zarrina Binti Sa'ari pengkhususan pemikiran dan psikoterapi Islam dari Universiti Malaya. Seterusnya Dr. Abdul Rauf Ridzuan dari Universiti Teknologi MARA Melaka dan Dr. Mohd Sobhi bin Ishak dari Universiti Utara Malaysia yang masing-masing mempunyai kepakaran dalam bidang penyelidikan sosial kuantitatif serta teori sosiologi komunikasi media dan agama.

Kesahan bertujuan bagi memastikan sama ada ukuran atau indikator digunakan itu mengandungi semua ciri atau gagasan sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Tujuan kesahan instrumen juga adalah demi menjamin keesahan item-item instrumen agar bersifat kebolegunaan (*Usefulness*), iaitu mampu membuat keputusan berhubung dengan apa yang cuba dicari atau dihasilkan kerana keputusan dari penilaian tersebut (Jasmi, K. A., 2012).

Dalam fasa kedua pula, set soal selidik diedarkan kepada individu Muslim berusia antara 20-30 tahun dipilih sebagai responden untuk kajian. Pemilihan responden dalam usia demikian kerana julat usia ini merupakan pengguna internet terbanyak di Malaysia sehingga 43.5% (MCMC, 2014). Secara tidak langsung mereka merupakan golongan Muslim siber yang sering mengirim mesej-mesej Islam melalui media sosial. Kemudian data soal selidik dikod ke dalam perisian *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) untuk dianalisis menerusi kaedah analisis faktor penerokaan (EFA). Semua item bagi setiap faktor dimasukkan untuk analisis EFA dengan menggunakan kaedah *Principal Axis Factoring* dengan rotasi Varimaks dan normalisasi Kaiser. Kajian ini menetapkan aras analisis faktor setinggi >0.5 bagi mewujudkan item yang lebih mantap walaupun Costello, Anna B. & Jason Osborne (2005) dalam penulisan mereka menyatakan kajian sains sosial boleh menerima *loading factor* serendah serendah 0.4.

KREDIBILITI KOMUNIKATOR ISLAM

Kredibiliti bermaksud sifat boleh dipercayai atau diyakini, kebolehpercayaan (Kamus Dewan, 4th ed.). West (1994) mendefinisikan kredibiliti sebagai kualiti sumber informasi yang menyebabkan apa yang diucapkan dipercayai melebihi sebarang bukti perbahasan. Manakala Self, (1996) mentakrifkan kredibiliti sebagai kebolehpercayaan, amanah, keyakinan, kebergantungan dan puluhan gabungan konsep yang lain. Oleh yang demikian, dapat disimpulkan bahawa kredibiliti komunikator adalah kebolehpercayaan, kualiti, keyakinan, kebergantungan, keyakinan dan lain-lain sifat terhadap komunikator. Antara ciri-ciri kredibiliti komunikator Islam adalah:

1. Amanah

Komunikator Islam yang amanah adalah tidak akan menyembunyikan kebenaran dan tidak memanipulasi mesej yang ingin disampaikan. Firman Allah:

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengkhianati (amanah) Allah dan RasulNya, dan (janganlah) kamu mengkhianati amanah-amanah kamu, sedang kamu mengetahui (salahnya).
(Al-Anfaal 8:27)

2. Keadilan

Sebagai seorang komunikator Islam, wajib menyampaikan maklumat tanpa wujud unsur cenderung (*bias*) kepada mana-mana pihak mahupun bagi kepentingan diri sendiri. Komunikator yang adil turut menyampaikan mesej yang tepat seperti mana firman Allah:

Wahai orang-orang yang beriman, hendaklah kamu semua sentiasa menjadi orang-orang yang menegakkan keadilan kerana Allah, lagi menerangkan kebenaran; dan jangan sekali-kali kebencian kamu

terhadap sesuatu kaum itu mendorong kamu kepada tidak melakukan keadilan. Hendaklah kamu berlaku adil (kepada sesiapa jua) kerana sikap adil itu lebih hampir kepada taqwa. Dan bertaqwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui dengan mendalam akan apa yang kamu lakukan. (Al-Maaidah 5:8)

Dalam konteks penerimaan hadith sahih pula, perawi adil adalah mereka yang bertaqwa dan akhlak seperti tidak melakukan dosa besar dan tidak berterusan dengan amalan dosa-dosa kecil diterima hadith daripadanya (Muhammad Taufik Md Sharipp et al.,2017).

3. Boleh dipercayai

Kebolehpercayaan merujuk kepada jujur ataupun tidak, boleh dipercayai atau tidak boleh dipercayai, dan sama ada ikhlas atau tidak ikhlas (Normah Mustaffa et al., 2010). Dalam pada itu, Allah juga mengingatkan golongan mukmin supaya jangan menceritakan maklumat kepada golongan munafik sesuai dengan firmanNya:

Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengambil orang-orang yang bukan dari kalangan kamu menjadi orang yang dipercayai. Mereka tidak akan berhenti-henti berusaha mendatangkan bencana kepada kamu. Mereka sukakan apa yang menyusahkan kamu.(Alī 'Imran 3:118)

4. Berkaedah baik

Allah mengingatkan hambaNya agar sentiasa menggunakan kata-kata yang baik walau dengan sesiapaapun.

Dan katakanlah (wahai Muhammad) kepada hamba-hambaKu (yang beriman), supaya mereka berkata dengan kata-kata yang amat baik (kepada orang-orang yang menentang kebenaran); sesungguhnya Syaitan itu sentiasa menghasut di antara mereka (yang mukmin dan yang menentang); sesungguhnya Syaitan itu adalah musuh yang amat nyata bagi manusia. (Al-Isra' 17:53)

Quraish Shihab (2007) mengungkapkan bahawa al-Quran banyak mengemukakan hal-hal yang berkaitan dengan sikap dan perlakuan terhadap sesama manusia. Hal ini bukan sahaja melibatkan larangan dalam bentuk kemungkaran, akan tetapi menyakiti hati seseorang dengan menceritakan aib dibelakangnya juga tidak dibenarkan dalam Islam. Lantaran itu, seorang komunikator Islam wajar memikirkan kaedah yang terbaik dalam menyampaikan mesejnya agar tidak menyakitkan hati penerima seterusnya mencapai tujuan bersama.

5. Beriman

Dalam hubungan dan komunikasi sesama manusia, ikatan imanlah yang menyatukan Muslim, walaupun berlainan bangsa, warna dan bahasa (S. Salahudin Suyurno, 2011). Sebagai seorang yang menggagas hasrat menyempai mesej Islam, keimanan merupakan perkara pokok yang perlu ada dalam diri komunikator. Selain enam paksi rukun iman yang menjadi akar dalam hati seorang Muslim, perkara-perkara lain yang dapat mengukuhkan pasak keimanan perlu diambil perhatian agar membentuk kredibiliti diri yang jitu. Firman Allah:

Kamu (wahai umat Muhammad) adalah sebaik-baik umat yang dilahirkan bagi (faedah) umat manusia, (kerana) kamu menyuruh berbuat segala perkara yang baik dan melarang daripada segala perkara yang salah (buruk dan keji), serta kamu pula beriman kepada Allah. (Alī ‘Imran 3: 110).

6. Bertanggung jawab

Komunikator Islam perlu menyedari bahawa mereka mempunyai tanggungjawab sosial dan manfaat yang perlu diberi kepada komunikan seperti firman Allah:

Dan hendaklah ada di antara kamu yang menyeru (berdakwah) kepada kebajikan, dan menyuruh berbuat segala perkara yang baik, serta melarang daripada segala yang salah (buruk dan keji). Dan mereka yang bersifat demikian ialah orang-orang yang berjaya. (Alī‘Imran 3:104)

Oleh yang demikian, kredibiliti komunikator meningkat sekiranya bertanggungjawab menyampaikan maklumat yang boleh membawa perubahan minda dan sikap perubahan sikap. Rasulullah juga mengingatkan umat Islam yang mafhumnya:

“Barangsiapa yang mampu memberi manfaat kepada saudaranya, maka hendaklah ia melakukannya.”(Sahīh Muslim, Hadith 7498)

7. Benar

Islam amat menitikberatkan penganutnya berkata benar dalam setiap percakapan termasuk dalam menyampaikan sesuatu maklumat, perkhabaran atau berita. Allah mengingatkan hambaNya:

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 (mengenainya) sehingga menjadikan kamu menyesali apa yang kamu telah lakukan. (Al-Hujuraat 49:6)

Secara keseluruhan, terdapat tujuh ciri utama kredibiliti seorang komunikator Islam. Daripada tujuh faktor ini juga, set soalan dibina dan mendapat pengesahan pakar rujuk sebelum disebarikan untuk soal selidik. Keseluruhan set soalan mengenai kredibiliti komunikator adalah seperti berikut:

Jadual 1: Penyataan kredibiliti komunikator Islam

Faktor kredibiliti	Kod soalan	Penyataan kredibiliti komunikator Islam
Amanah	Am1	Saya menyandarkan maklumat yang disampaikan bersumberkan tokoh berkredibiliti.
	Am2	Saya teliti dalam menerima maklumat
	Am3	Saya berhati-hati dalam menyampaikan maklumat
	Am4	Saya mengamalkan apa yang dikata
Adil	Ad1	Saya menyampaikan maklumat tanpa cenderung (<i>bias</i>) kepada mana-mana pihak
	Ad2	Saya menyampaikan maklumat tanpa kepentingan mana-mana organisasi
	Ad3	Saya menyampaikan maklumat tanpa kepentingan peribadi
	Ad4	Saya menyampaikan maklumat yang sesuai dengan permasalahannya
	Ad5	Saya tidak melakukan dosa besar
	Ad6	Saya tidak melakukan dosa kecil secara berulang kali
Boleh dipercayai	Dp1	Saya dikenali sebagai seorang yang boleh dipercayai
	Dp2	Saya dikenali sebagai seorang yang dihormati
	Dp3	Saya diketahui sebagai seorang yang berwibawa
Kaedah yang baik	Ka1	Saya menyampaikan maklumat dengan menggunakan kata-kata yang baik
	Ka2	Saya menyampaikan maklumat dengan menggunakan kata-kata yang berhemah
	Ka3	Saya menggunakan kaedah penyampaian sesuai dengan tahap pemikiran penerima.
Beriman	Im1	Saya menjaga perkataan saya kerana sedar Allah mengetahui setiap perbuatan saya
	Im2	Saya yakin malaikat mencatat perbuatan dan percakapan saya
	Im3	Saya menjaga kata-kata saya kerana yakin di alam kubur ada balasannya
	Im4	Saya suka mengajak kepada perkara baik
	Im5	Saya suka mencegah perkara yang buruk
	Im6	Saya sentiasa memelihara ibadah fardhu
	Im7	Saya menjaga kehormatan diri
	Im8	Saya meninggalkan perbuatan yang tidak berfaedah
	Im9	Saya sentiasa menginsafi kekurangan diri
Bertanggung jawab	Tj1	Saya menyampaikan maklumat yang boleh membawa perubahan minda.
	Tj2	Saya menyampaikan maklumat yang boleh membawa perubahan sikap.
	Tj3	Saya bertanggungjawab terhadap kualiti maklumat yang disampaikan
	Be1	Saya dikenali sebagai seorang berbudi pekerti mulia.
	Be2	Saya dikenali sebagai seorang yang gemar bercakap benar.

Benar	Be3	Saya seorang yang selalu beramal apa yang dikatakan.
	Be4	Saya mengamalkan tuntutan agama dalam kehidupan seharian.
	Be5	Saya mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang saya dimiliki
	Be6	Saya menyampaikan maklumat dari sumber berautoriti

DAPATAN KAJIAN

Taburan umur dan jantina

Sebanyak 247 set soalan berjaya diterima dan dianalisis setelah disaring pada peringkat awal. Hal ini kerana terdapat beberapa set soal selidik dibunag memandangkan jawapan responden tidak lengkap. Taburan umur dan jantina bagi responden dipaparkan dalam jadual di bawah:

Jadual 2: Taburan umur dan jantina responden

	Umur pada akhir 2017						Jumlah
	19-20	21-22	23-24	25-26	27-28	29-30	
Lelaki	35 62.5%	9 16.1%	4 7.1%	6 10.7%	1 1.8%	1 1.8%	56 100.0%
Perempuan	103 53.9%	41 21.5%	20 10.5%	22 11.5%	5 2.6%	0 0.0%	191 100.0%
Jumlah	138 55.9%	50 20.2%	24 9.7%	28 11.3%	6 2.4%	1 0.4%	247 100.0%

Peratusan tertinggi bagi responden adalah individu berumur 19 hingga 20 tahun mencapai 55.9%. 77.33% daripada keseluruhan responden merupakan perempuan manakala selebihnya merupakan lelaki.

Analisis faktor penerokaan kredibiliti komunikator Islam.

Hasil *explanatory factor analysis* (EFA) mewujudkan lima sahaja faktor berbanding tujuh seperti yang telah dinyatakan. Terdapat beberapa item yang berubah kedudukan daripada faktor asal malah ada yang dibuang seperti yang dipaparkan dalam Jadual 3 di bawah:

Jadual 3: Analisis faktor kredibiliti komunikator

Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
Am1. Saya menyandarkan maklumat yang disampaikan bersumberkan tokoh berkredibiliti.	.592				
Am2. Saya teliti dalam menerima maklumat	.576		.346		
Am3. Saya berhati-hati dalam menyampaikan maklumat	.595		.382		
Am4. Saya mengamalkan apa yang dikata	.471	.424			
Ad1. Saya menyampaikan maklumat tanpa cenderung (bias) kepada mana-mana pihak	.785	.347			
Ad2. Saya menyampaikan maklumat tanpa kepentingan mana-mana organisasi	.796				
Ad3. Saya menyampaikan maklumat tanpa kepentingan peribadi	.757				

Ad4. Saya menyampaikan maklumat yang sesuai dengan permasalahannya	.758			
Ad5. Saya tidak melakukan dosa besar				.884
Ad6. Saya tidak melakukan dosa kecil secara berulang kali				.872
Dp1. Saya dikenali sebagai seorang yang boleh dipercayai			.667	
Dp2. Saya dikenali sebagai seorang yang dihormati			.744	
Dp3. Saya diketahui sebagai seorang yang berwibawa			.687	
Ka1. Saya menyampaikan maklumat dengan menggunakan kata-kata yang baik	.489		.564	
Ka2. Saya menyampaikan maklumat dengan menggunakan kata-kata yang berhemah	.419		.592	
Ka3. Saya menggunakan kaedah penyampaian sesuai dengan tahap pemikiran penerima.	.482		.545	
Im1. Saya menjaga perkataan saya kerana sedar Allah mengetahui setiap perbuatan saya			.655	
Im2. Saya yakin malaikat mencatat perbuatan dan percakapan saya			.763	
Im3. Saya menjaga kata-kata saya kerana yakin di alam kubur ada balasannya			.788	
Im4. Saya suka mengajak kepada perkara baik	.305	.416	.599	
Im5. Saya suka mencegah perkara yang buruk		.474	.514	
Im6. Saya sentiasa memelihara ibadah fardhu		.449	.536	.401
Im7. Saya menjaga kehormatan diri		.366	.631	.329
Im8. Saya meninggalkan perbuatan yang tidak berfaedah		.532	.404	.355
Im9. Saya sentiasa menginsafi kekurangan diri		.516	.516	.187
Tj1. Saya menyampaikan maklumat yang boleh membawa perubahan minda.	.491	.498	.314	.350
Tj2. Saya menyampaikan maklumat yang boleh membawa perubahan sikap.	.429	.473	.328	.378
Tj3. Saya bertanggungjawab terhadap kualiti maklumat yang disampaikan	.472	.436	.303	.327
Be1. Saya dikenali sebagai seorang berbudi pekerti mulia.		.659		.491
Be2. Saya dikenali sebagai seorang yang gemar bercakap benar.		.658		.466
Be3. Saya seorang yang selalu beramal apa yang dikatakan.		.719		.302
Be4. Saya mengamalkan tuntutan agama dalam kehidupan seharian.		.650	.398	
Be5. Saya mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang saya dimiliki	.309	.690		
Be6. Saya menyampaikan maklumat dari sumber berautoriti	.436	.599		

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 13 iterations.

Seperti yang dipaparkan dalam Jadual 4, elemen kredibiliti komunikator yang asalnya terdiri daripada 7 item dikelompokkan kepada 5 faktor. Satu item dari elemen Amanah yang dikodkan Am4 (Saya mengamalkan apa yang dikata) memiliki bacaan *factor loading* yang rendah menyebabkan item itu disingkirkan. Selain itu, kesemua item bagi elemen Tanggungjawab mempunyai *factor loading* kurang dari 0.5. Oleh yang demikian, elemen tanggungjawab tidak diambil kira bagi analisis seterusnya.

Wujud pertindihan antara satu faktor dengan faktor yang lain bagi kebanyakan item. Oleh yang demikian, item yang cenderung kepada faktor yang lebih tinggi akan diambil kira dan dikelompokkan dalam satu faktor. Rata-rata pertindihan melibatkan item yang mempunyai *factor loading* yang melebihi 0.5 dengan *factor loading* sekitar 0.3 hingga 0.49. Elemen Kaedah baik yang diwakili item Ka1, Ka2 dan Ka3 kesemuanya mempunyai pertindihan antara faktor 1 dan faktor 3. Namun, melihat kecenderungan item-item ini, semua item ini dikelompokkan bersama item-item dari elemen Boleh dipercayai dalam faktor 3.

Item-item dari elemen Adil terpecah dimana 3 item tersebut (Ad1, Ad2 dan Ad3) cenderung dikelompokkan bersama item-item Amanah (Am1, Am2 dan Am3). Manakala item Ad5 (Saya tidak melakukan dosa besar) dan Ad6 (Saya tidak melakukan dosa kecil secara berulang kali) mewujudkan satu faktor terakhir iaitu faktor 5. Hal yang sama berlaku kepada item Im8 (Saya meninggalkan perbuatan yang tidak berfaedah) yang dikelompokkan bersama faktor 2 yang merangkumi Be1 (Saya dikenali sebagai seorang berbudi pekerti mulia), Be2 (Saya dikenali sebagai seorang yang gemar bercakap benar), Be3 (Saya seorang yang selalu beramal apa yang dikatakan), Be4 (Saya mengamalkan tuntutan agama dalam kehidupan seharian) Be5 (Saya mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang saya dimilik dan Be6 (Saya menyampaikan maklumat dari sumber berautoriti).

KESIMPULAN

Kesimpulannya, ketujuh-tujuh elemen kredibiliti komunikator dikelompokkan kepada 5 faktor hasil analisis EFA yang dijalankan. Elemen Tanggungjawab kesemuanya mempunyai *loading factor* yang tidak mencapai target 0.5 lantas disingkirkan daripada analisis seterusnya. Elemen berkaaedah baik pula cenderung untuk digabungkan bersama elemen Boleh dipercayai menerusi faktor 4. Ringkasan hasil EFA kredibiliti komunikator ini dinyatakan dalam Jadual 5.

Jadual 5: Hasil akhir analisis faktor kredibiliti komunikator

Elemen kredibiliti	Kod soalan	Penyataan kredibiliti komunikator Islam
Faktor 1 Amanah	Am1	Saya menyandarkan maklumat yang disampaikan bersumberkan tokoh berkredibiliti.
	Am2	Saya teliti dalam menerima maklumat
	Am3	Saya berhati-hati dalam menyampaikan maklumat
	Ad1	Saya menyampaikan maklumat tanpa cenderung (<i>bias</i>) kepada mana-mana pihak
	Ad2	Saya menyampaikan maklumat tanpa kepentingan mana-mana organisasi
	Ad3	Saya menyampaikan maklumat tanpa kepentingan peribadi
	Ad4	Saya menyampaikan maklumat yang sesuai dengan permasalahannya
Faktor 2 Benar	Im8	Saya meninggalkan perbuatan yang tidak berfaedah
	Be1	Saya dikenali sebagai seorang berbudi pekerti mulia.
	Be2	Saya dikenali sebagai seorang yang gemar bercakap benar.
	Be3	Saya seorang yang selalu beramal apa yang dikatakan.
	Be4	Saya mengamalkan tuntutan agama dalam kehidupan seharian.
	Be5	Saya mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang saya dimiliki
	Be6	Saya menyampaikan maklumat dari sumber berautoriti
Faktor 3 Beriman	Im1	Saya menjaga perkataan saya kerana sedar Allah mengetahui setiap perbuatan saya
	Im2	Saya yakin malaikat mencatat perbuatan dan percakapan saya
	Im3	Saya menjaga kata-kata saya kerana yakin di alam kubur ada balasannya
	Im4	Saya suka mengajak kepada perkara baik
	Im5	Saya suka mencegah perkara yang buruk
	Im6	Saya sentiasa memelihara ibadah fardhu
	Im7	Saya menjaga kehormatan diri
	Im9	Saya sentiasa menginsafi kekurangan diri
	Faktor 4 Boleh	Dp1

dipercayai	Dp2	Saya dikenali sebagai seorang yang dihormati
	Dp3	Saya diketahui sebagai seorang yang berwibawa
	Ka1	Saya menyampaikan maklumat dengan menggunakan kata-kata yang baik
	Ka2	Saya menyampaikan maklumat dengan menggunakan kata-kata yang berhemah
Faktor 5 Adil	Ka3	Saya menggunakan kaedah penyampaian sesuai dengan tahap pemikiran penerima.
	Ad5	Saya tidak melakukan dosa besar
	Ad6	Saya tidak melakukan dosa kecil secara berulang kali

RUJUKAN.

- Abu Bakar Abdul Majeed (14 Mac 2013), *Berdakwah Melalui Internet*, Artikel IKIM. Diambil pada 12 Jun 2016 dari laman sesawang <http://www.ikim.gov.my/index.php/ms/artikel/6947-berdakwah-melalui-internet>
- Cecilie Gaziano dan Kristin McGrath (1986) "Measuring the Concept of Credibility", *Journalism & Mass Communication Quarterly (JMCQ)*, Jil. 63, Bil. 3, Hal. 451-462.
- Costello, Anna B. & Jason Osborne (2005) Best Practices in Exploratory Factor Analysis: Four Recommendations for Getting the Most From Your Analysis, *Journal Practical Assessment, Research & Evaluation*. Jil. 10, Bil. 7, Hal. 1-9.
- Imam Muslim, Abi al-Husayn Muslim ibn al-Hajjaj al-Qushayri al-Nisaburi (t.t) *Sahih Muslim*. Beirut: Dar Al-Ihya' Al-Thurath Al-Arabi. Kitab Al-Salām.
- Jasmi, K. A. (2012). Kesahan dan Kebolehpercayaan dalam Kajian Kualitatif in *Kursus Penyelidikan Kualitatif Siri 1 2012* at Puteri Resort Melaka on 28-29 Mac 2012. Organized by Institut Pendidikan Guru Malaysia Kampus Temenggong Ibrahim, Jalan Datin Halimah, 80350 Johor Bahru, Negeri Johor Darul Ta'zim.
- Malaysian Communications And Multimedia Commission (MCMC). 2015 : *Internet Usage Survey 2014*. Cyberjaya: Author
- Minjeong Kang (2010) *Measuring Social Media Credibility: A Study on a Measure of Blog Credibility*. Gainesville, Florida: Institute for Public Relations.
- Mohammad-Ali Abbasi dan Huan Liu (2013) Measuring User Credibility in Social Media, dalam Ariel M. Greenberg, William G. Kennedy & Nathan D. Bos, *Social Computing, Behavioral-Cultural Modeling and Prediction*, Washington: Prosiding SBP, Hal. 441-448.
- Mohd Sobhi Ishak (2011) *Pengaruh Kredibiliti Terhadap Penerimaan Maklumat Berkaitan Islam di Internet*. Tesis Doktor Falsafah, Universiti Putra Malaysia.
- Mohd Yahya Mohamed Ariffin (2007) Komunikasi Imam Shafie dalam Penyebaran Islam, *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, Jil. 9, Isu 1, Hal. 125-136.
- Muhammad bin Sa'ad bin Syaqr (2012) *Bimbingan Dakwah di Jalan Allah*. Johor Bahru: Jahabersa. Cetakan ke-2.
- Muhammad Taufik Md Sharipp et al. (2017) *Aplikasi Syarat Kesahihan Hadith Terhadap Model Komunikasi Berkesan*. Kertas kerja dibentangkan dalam 2nd International Islamic Heritage Conference (IsHeC 2017).
- Noraini Binti Ismail (2012) *Islam & Komunikasi*. Alor Gajah: Pusat Pemikiran dan Kefahaman Islam

- Normah Mustaffa, Faridah Ibrahim, Mus Chairil Samani & Mohd. Helmi Abd. Rahim (2010) *Persepsi Khalayak Terhadap Kredibiliti Media Di Malaysia*. Jurnal e-Bangi. Vol 5. No 2. Hlmn. 153-160.
- Quraish Shihab (2007) *Wawasan Alquran; Tafsir Tematik Atas Pelbagai Persoalan Umat*. Bandung: Pustakan Mizan. Cetakan ke-2.
- S. Salahudin Suyurno (2011) *Akhlak Komunikasi Islam dan Penghayatan Kehidupan Beragama: Kajian Kes di Universiti Teknologi MARA Pantai Barat Semenanjung Malaysia*. (Tesis Doktor Falsafah, Jabatan Akidah dan Pemikiran Islam, Akademi Pengajian Islam, Universiti Malaya)
- Self, C. C. (1996). Credibility. In M. B. Salwen & D. W. Stacks (Eds.), *An integrated approach to communication theory and research* (pp. 421-441). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Sharon Wilson, Pauline Leong, Dr Carmen Nge & Dr Ngerng Miang Hong (2011) *Trust And Credibility of Urban Youth on Online News Media*. Malaysian Journal of Communication. School of Media and Communication Studies, Faculty of Social Sciences and Humanities, UKM. Vol.27 (2). Hlmn. 97-120.
- West, M. D. 1994. Validating a scale for the measurement of credibility: A covariance structure modeling approach. *Journalism Quarterly*, 71(1), 159-168.