

**Abstrak Bicara Dakwah Kali Ke X
Anjuran JPDK Pada 22 Mac 2011
di Bilik Senat UKM**

Dakwah dan gerakan Islam adalah simbiosis "Ibarat Aur Dengan Tebing" yang sama-sama mendepani cabaran kebangkitan Islam semasa. Kebangkitan dakwah era 1970an menyongsong kesedaran kebangkitan semula Islam sehingga parti politik yang telah sedia berpaksikan Islam seperti PAS turut menjadikan dakwah sebagai kaedah dalam menyebarkan mesej perjuangan politik Islamnya. Berbekalkan aura kepimpinan ulama yang dipelopori seawal tahun 1980an, PAS menerbitkan suratkhabarnya sendiri iaitu Harakah pada 1987. Sebagai sebuah organ parti, Harakah pastinya dilihat cenderung membawa berita yang menyebelahi parti berkenaan berbanding gagasan dakwah yang seharusnya dilihat lebih moderate dan terbuka berbanding semangat kepartian yang sempit. Ini pastinya menimbulkan persoalan iaitu sejauhmanakah dakwah yang turut diperjuangkan oleh parti itu dapat dilaksanakan sebaik mungkin tanpa mencemarkan kesuciannya dengan politik yang lazimnya kotor. Sebelum analisis dilanjutkan bagi menelaah isu ini, konsep dakwah PAS yang mungkin menyebabkan kaedah dan cara pendekatannya kelihatan berbeza dengan gerakan dan organisasi dakwah lain perlu difahami dengan jelas. Justeru, kertas ini akan menghuraikan kedudukan dakwah dalam sebuah parti politik seperti PAS secara ringkas dan seterusnya menganalisis peranan media dakwahnya iaitu. Dalam pengertian lain, analisis ini bukan sahaja akan melihat peranannya sebagai mekanisme dakwah kepartian bahkan melampaui tahap yang lebih kritikal iaitu sumbangannya sebagai *catalyst* kepada kebangkitan Islam semasa.

HARAKAH SEBAGAI MEDIA DAKWAH: SATU ANALISIS

Oleh

Suhaimi Embong (Harakah) &
Prof Dr. Badlihisam Mohd Nasir (UKM)

1.0 Pendahuluan

Allah berfirman:

وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَآخَرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ

“Sediakanlah untuk menghadapi mereka segala kekuatan yang kamu mampu; samada angkatan berkuda (atau lainnya) untuk kalian menggerunkan musuh-musuh Allah dan golongan musuh kalian serta orang lain yang kalian tidak mengenali mereka namun Allah cukup mengenali mereka. Sebenarnya apa jua yang kalian infaqkan fi sabilillah pasti Allah akan memberi pampasan kepada kalian. Kalian tidak akan dizalimi (sedikitpun) ”

(Maksud Surah al-Anfal ayat 60)

Dakwah Islamiah dalam pengertian yang lumrah adalah ajakan kepada manusia seluruhnya menjalani kehidupan mereka selaras dengan kehendak Allah, tuhan yang menciptakannya.

2.0 Media Dakwah dan PAS

Sebagai sebuah harakah Islamiyyah, Parti Islam SeMalaysia (PAS) sejak dari awal penubuhannya lagi telah terlibat dengan pelbagai aktiviti dakwah Islamiyyah. Salah satu aspek dakwah adalah melalui penerbitan.

2.1 Penerbitan Sebelum Harakah

Mengikut al-Marhum Hassan Shukri (bekas Timbalan Presiden PAS), pelbagai risalah dan majalah diterbitkan oleh PAS sebelum kelahiran Harakah seperti Suara Islam, Bulan Bintang dan al-Harakah bertujuan untuk menyampaikan mesej dakwah dan perjuangan Islam PAS kepada masyarakat.

Suara Islam yang diterbitkan oleh Dato' Asri Muda (bekas Yang Dipertua PAS) dalam tulisan jawi secara tidak berkala (sebulan atau 2 bulan sekali) dari Kota Bharu, Kelantan mengandungi berita-berita semasa dakwah, berita gerakan Islam antarabangsa seperti Ikhwanul Muslimin, Jamaati Islami dan lain-lain.

Manakala Bulan Bintang pula diterbitkan dalam tulisan rumi dari Kuala Lumpur sebanyak 8 muka surat dengan isinya yang tidak terlalu ilmiah dan lebih kepada penerangan tentang kepentingan serta fadhilat al-Quran, kefahaman tentang hadis dan juga aktiviti parti.

2.2 Kelahiran Harakah

Setelah PAS kalah teruk dalam pilihanraya umum 1986, hasil post-mortem mendapati ianya mungkin berpunca daripada kelemahan jentera PAS dan juga ketiadaan media. Dua orang pimpinan PAS yang bertanggungjawab terhadap penerangan ketika itu (Nakhaei Ahmad dan Subky Latif) memikirkan cara bagaimana untuk menerbitkan penerbitan parti.

Akhbar tablod Harakah mula diterbitkan seminggu sebelum muktamar PAS 1987 setelah mendapat permit penerbitan sejak 1hb. Mac, 1987 sebagai surat berita atau dalam istilahnya akhbar pertubuhan tetapi kandungannya selain meliputi hal ehwal pertubuhan, ia boleh muatkan "rencana umum" dengan kekerapan seminggu sekali.

Harakah diterbitkan untuk membina masyarakat melalui penyebaran ilmu dan menyampaikan informasi serta penerangan secara menyeluruh kepada semua pihak dengan menggunakan medium penerbitan.

Dengan kandungan meliputi pelbagai perkara yang menyentuh pelbagai aspek Islam seperti tazkirah, khutbah, rencana dan berita umat Islam di dalam dan luar Negara, harakah merupakan 'senjata utama' penyebaran risalah Islam dan juga penerangan PAS kepada masyarakat bila edarannya melebihi 100,000 naskah setiap keluaran.

Malah edaran tertinggi pernah mencecah kepada 400,000 naskah dengan 2 keluaran seminggu

menjelang pilihanraya umum ke-10 pada tahun 1999 menjadikannya 2 kali ganda dari edaran akhbar-akhbar utama negara ketika itu

Dengan pengaruh harakah yang begitu meluas, menyebabkan ianya pernah beberapa kali digantung dan dikenakan berbagai sekatan bagi menghalang edarannya dalam masyarakat. Umpamanya, pada tahun 2000, penerbitannya disekat menjadi 2 kali sebulan dengan edaran kepada ahli PAS sahaja sebelum dikembalikan semula penerbitannya 2 kali seminggu pada pertengahan tahun 2008.

2.3 Sumbangan Harakah

Sejak itu, Harakah menjadi sebuah organ penerangan (ie. Jabatan Penerangan) Parti Islam SeMalaysia (PAS) yang telah membantu membawa PAS daripada sebuah parti gerakan Islam yang eksklusif kepada sebuah parti politik yang inklusif terbuka kepada pelbagai fahaman politik yang berbeza tetapi berasaskan kepada keadilan yang universal.

Dalam konteks dakwah telah menyebarkan luaskan;

- i) Sumber ilmu melalui kuliah dan khutbah Jumaat/Hariraya kedua-dua tok guru, Nik Abdul Aziz Nik Mat dan Hj. Abdul Hadi Awang yang ditulis semula untuk disiarkan dalam harakah.
- ii) Menjawab segala permasalahan agama oleh tokoh agama yang berwibawa seperti Prof. Dto' Dr. harun Din, Ustaz Abdul Gani Samsuddin dan lain-lain
- iii) Memberi ruang berita, wawancara dan rencana-rencana serta tulisan-tulisan dalam kolum-kolum khas Dato' Ustaz Harun Taib, Ustaz Zainuddin Hashim dan lain-lain berkaitan perjuangan Islam di dalam dan luar negara.
- iv) Menyediakan bantuan kebajikan kepada mereka yang memerlukan tabung-tabung kewangan yang disediakan harakah; TKH, ISA, Palestine dan lain-lain.

3.0 Harakah dan Dinamisme Internet

Perkembangan teknologi maklumat dan komunikasi, khususnya internet yang pesat telah menyebabkan harakah berkembang dengan lebih pantas dalam mencapai sasaran dakwahnya untuk memenangi hati-budi dan pemikiran rakyat. Beberapa teknologi ICT yang boleh dimanfaatkan dalam konteks media penerangan dan dakwah PAS (harakah) memang banyak. Diantaranya adalah:

- a) Telefon dan telefon bimbit
- b) Internet dan media baru (Portal/Blog, Facebook, Twitter dll
- c) Radio, TV dan Stalit TV
- d) Majalah dan akhbar elektronik,. e-books, audio books
- e) Papan kenyataan elektronik (indoor dan outdoor) di tempat awam
- f) MP3 Player
- g) CD, VCD dan DVD
- h) MSGR
- i) *SKYPE*, SMS
- j) Film dll.

3.1 Harakah Edisi Internet

Dengan perkembangan teknologi maklumat dan komunikasi (ICT) yang begitu pesat, Harakah segera memanfaatkan teknologi ICT ini dengan mengadakan Harakah Edisi Internet seawal tahun 1997 yang dilancarkan oleh Ustaz Fadhil Mohd Noor, Presiden PAS ketika itu.

Pendokong-pendokong IT dari kalangan ahli PAS membantu Hrakah memulakan usaha ini untuk menyiarkan bahan-bahan yang ada dalam akhbar harakah membantu memasukkan berita-berita, rencana-rencana utama dan kolum-kolum penting. (Lihat contoh di <http://harakah4.tripod.com>)

Satu lagi prasarana penting menggunakan internet dalam menyampaikan penerangan dan dakwah ialah melalui siaran audio/visual seperti radio dan TV. Setidak-tidaknya dengan menggunakan teknologi internet (ie. web radio dan TV) yang lebih murah dapat menyelesaikan sebahagian masalah yang dihadapi bagi badan-badan politik dan dakwah seperti PAS untuk memiliki radio dan TV sendiri.

3.2 Harakahdaily – Portal berita internet

Bila kerajaan mengenakan sekatan terhadap penerbitan akhbar harakah pada tahun 2000 daripada 2 kali seminggu kepada 2 kali sebulan, harakah telah bersedia dengan versi internet, **harakahdaily** yang boleh dilayari setiap hari.

Portal berita **harakahdaily.com** yang dikemaskini setiap hari digerakkan secara aktif mulai tahun 2000, selepas kemenangan besar PAS dalam PRU ke-10. Sekarang ianya menjadi **harakahdaily.net** dengan kunjungan pelawat sekitar 70,000 (pageview) sehari dan dalam masa-masa peristiwa tertentu seperti pilihanraya, muktamar dan sebagainya boleh mencecah 100,000 sehari. Ianya juga secara tidak langsung merealisasikan sebahagian hasrat harakah untuk menjadi akhbar harian yang masih belum terlaksana.

Serentak dengan kemunculan harakahdaily.com, harakah juga memulakan usaha mengadakan harakah TV yang dilancarkan pada 15hb. Mei, 2000 tetapi sempat bertahan selama setahun sahaja. Kemudian projek ini, webtv in telah dihidupkan semula dengan nama TVPAS bagi menghadapi PRU ke-12 pada Ogos, 2006. Selepas PRU ke-12, TVPAS telah diserahkan semula kepada Harakahdaily untuk digabungkan untuk memulakan semula segmen audio/video Harakahdaily pada tahun 2009.

3.3 eharakah – akhbar harakah versi digital

Setelah hampir 10 tahun menguasai teknologi internet, harakah memperkenalkan ePAPER harakah atau eharakah pada tahun bulan Jun, 2009. Akhbar digital ePAPER ini adalah anda membaca harakah versi cetak secara online. Bezanya adalah ianya dicapai dalam talian dan boleh dicetak sendiri jika dikehendaki oleh pembaca online. Dengan berkembangnya broadband dan capaian internet di negara kita, epaper ini merupakan pilihan masa depan yang sangat baik. Fokus utama adalah kepada masyarakat bandar yang celik IT dari dalam dan luar negara serta generasi maya yang hidup dengan internet.

3.4 Myharakah – pusat maklumat arkib dan perpustakaan online

Bahan bacaan seperti kitab dan buku-buku rujukan Islam akan lebih mudah dicapai dan ditelaah melalui pendigitilan bahan-bahan ilmu yang terkandung di dalam lipatan akhbar buku-buku dan kitab tersebut.

Disamping itu, menyebarkan mesej politik dan dakwah melalui masyarakat maya adalah lebih berkesan justeru para penonton dapat mengikuti persepsi parti dengan lebih terfokus dan menarik.

Sehubungan dengan ini, harakah sedang dalam proses membina sebuah arkib dan perpustakaan Islam harakah dibawah 'branding' atau jenama myharakah dengan hasrat berikut;

- a) Menghidangkan berbagai capahan ilmu dan sumber pengetahuan Islam khususnya yang berkaitan dengan harakah.
- b) Menghimpun dan menyimpan pelbagai sumber bahan bagi kemudahan capaian secara global.
- c) Memberi peluang untuk berlakunya kerjasama yang berdaya maju dikalangan institusi perpustakaan Islam dan umum baik di peringkat nasional, serantau, mahupun sedunia.
- d) Memberi peluang seluas-luasnya untuk kemudahan pembelajaran dan perniagaan elektronik untuk membantu usahawan-usahawan muslim berkembang sehingga terkenal melalui ruang iklan yang ditawarkan.

3.5 Media baru harakah – Facebook, Twitter

Selain itu, harakah juga turut memanfaatkan *sms* untuk menyampaikan berita terkini **harakahnews** dan media sosial seperti *facebook* dan *twitter* bagi menyebarkan berita-berita harakah di blog-blog dan portal-portal internet.

4.0 Cabaran Harakah

Berdasarkan kepada pengalaman dan kajian yang dilakukan, harakah menghadapi beberapa cabaran utama dalam menyampaikan dakwahnya melalui media dengan berkesan, iaitu;

4.1 Kekurangan maklumat dan gaya persembahan

Untuk penyampaian dengan lebih berkesan, sesebuah akhbar atau majalah mestilah mempunyai lima strategi penyambapaian yang utama, iaitu i) mesej yang berbentuk maklumat yang digunakan bagi pembaca yang sememangnya berminat untuk mencari maklumat daripada sumber, ii) strategi hujahan, iaitu dua pandangan dalam sesuatu isu, iii) strategi imej digunakan untuk membangunkan identiti yang kukuh terhadap seseorang, produk ataupun organisasi, iv) strategi emosi digunakan untuk khalayak yang telah bersetuju dengan kandungan mesej dan v) strategi hiburan digunakan khusus untuk tujuan pengiklanan.

4.2 Kelemahan dalam aspek sumber manusia terlatih

Dalam proses penerbitan yang mempunyai daya saing, terdapat beberapa proses yang perlu diberi perhatian oleh tenaga yang menguruskan penerbitan media. Hasil daripada pemerhatian terhadap pengendalian Harakah, didapati proses penerbitannya hanya bergantung kepada beberapa kakitangan sahaja dan kepakaran mereka adalah terhad.

Menurut Mus Chairil Samani (2000), untuk mendapat hasil penerbitan yang baik, beberapa proses dan kepakaran tertentu perlu diambil kira. Menurutnya, gabungan pelbagai tenaga dan kepakaran, antaranya penulis, penerbit, penilai, editor, pereka grafik, pengatur huruf, pembaca pruf, penampal dan yang akhirnya pencetak penting untuk menghasilkan sesebuah penerbitan.

4.3 Kelemahan dalam aspek kewangan

Kekukuhan kewangan penting untuk sesebuah media terus hidup. Punca utama kewangan sesebuah media bergantung kepada hasil jualan dan pengiklanan. Menurut Hamidi Mohd Adnan (1997), dalam proses penerbitan, penerbit perlu mengeluarkan perbelanjaan khususnya untuk membayar gaji pengarang, pereka grafik dan pencetak. Di samping itu, penerbit juga perlu membayar para pengedar dan jurujual yang membantu memasarkan hasil penerbitannya. Hasil daripada jualan penerbit akan memperoleh sumber dana bagi meneruskan usaha penerbitan berikutnya. Di samping itu, iklan juga merupakan sumber kewangan utama bagi membiayai penerbitan kini.

4.4 Kelemahan dalam aspek promosi, pengedaran dan pengiklanan

Promosi dan pengedaran merupakan asas kepada sesebuah penerbitan. Menurut Hamidi Mohd. Adnan (1997), untuk melariskan jualan majalah, dua cara perlu dilakukan oleh pihak penerbit, iaitu melalui promosi dan pengedaran.

Pengiklanan juga dianggap penting untuk memperoleh sumber kewangan kepada sesebuah organisasi penerbitan. Sebagai organisasi media milik pembangkang, harakah menghadapi cabaran untuk mendapat iklan dari pelbagai pihak korporat.

5.0 Kesimpulan

Dengan berbagai kekangan yang ada, harakah masih mampu bertahan sebagai sebuah organ terpenting PAS dalam menyebarkan dan memasarkan dakwah-politik Islam kepada masyarakat dalam negeri dan luar negara selama hampir 25 tahun.

Perkembangan teknologi maklumat dan komunikasi yang pesat telah menyebabkan harakah berkembang dengan lebih pantas dalam mencapai sasaran dakwahnya.