

TREND PENYEBARAN ISLAMOFOBIA DI MEDIA SOSIAL *THE TREND OF ISLAMOPHOBIA DISSEMINATION ON SOCIAL MEDIA*

Fatin Nur Athirah Yusof¹, Indriyati Ismail², Rahimah Embong^{3*} & Najla Farahanim Zamri⁴

¹ Fakulti Pengajian Umum dan Pendidikan Lanjutan, Universiti Sultan Zainal Abidin, Kampus Gong Badak, 21300, Kuala Nerus, Terengganu

² Fakulti Pengajian Islam, Universiti Kebangsaan Malaysia, 43600 Bandar Baru Bangi, Selangor

³ Fakulti Pengajian Kontemporari Islam, Universiti Sultan Zainal Abidin, Kampus Gong Badak, 21300 Kuala Nerus, Terengganu

⁴ Institut Penyelidikan Produk dan Ketamadunan Melayu Islam, Universiti Sultan Zainal Abidin, Kampus Gong Badak, 21300 Kuala Nerus, Terengganu

ARTICLE INFO

***Author Email Address:**

rahimahembong@unisza.edu.my

Received Date:

26 October 2023

Accepted Date:

1 November 2023

Published Date:

25 December 2023

Kata Kunci:

Trend, Islamofobia, Media Sosial.

Keywords:

Trend, Islamophobia, Social media

Cite as:

Fatin Nur Athirah Yusof, Indriyati Ismail, Rahimah Embong & Najla Farahanim Zamri. 2023. Trend Penyebaran Islamofobia di Media Sosial. *Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporari* 24(3): 31-44

ABSTRAK

Penyebaran stereotaip negatif di media sosial yang menggambarkan bahawa Islam adalah punca kepada pelbagai siri keganasan merupakan salah sebuah trend yang menjadi faktor terhadap peningkatan Islamofobia di seluruh dunia. Selain itu, Islamofobia dikaitkan dengan prasangka negatif terhadap agama dan masyarakat Islam yang mana perkara tersebut sudah semestinya memberi kesan buruk dan peningkatan kebencian terhadap Muslim. Oleh yang demikian, objektif kajian ini akan mengkaji berkenaan dengan: i) mengenal pasti maksud Islamofobia, ii) mengkaji trend penyebaran Islamofobia di media sosial, iii) menganalisis corak perkembangan trend Islamofobia. Kajian ini menggunakan kaedah kualitatif dengan menganalisis laporan kertas kerja, artikel jurnal dan laman web yang berautori. Hasil kajian mendapati bahawa penyebaran berunsurkan kebencian dan hasutan berkenaan Islam di media sosial tidak dikekang sepenuhnya terutamanya di platform YouTube. Selain itu, corak perkembangan penyebaran Islamofobia dilihat tahun ke tahun lebih canggih dan mudah tersebar selari dengan evolusi teknologi internet dan media sosial yang merentasi sempadan.

ABSTRACT

The dissemination of negative stereotypes on social media that depict Islam as the primary cause of various acts of violence has emerged as a significant trend contributing to the global rise of Islamophobia. Moreover, Islamophobia is closely linked to negative prejudices against Islam and Muslim communities, which inevitably result in adverse consequences, including the escalation of hatred towards Muslims. Accordingly, this study aims to: i) define the concept of Islamophobia, ii) examine the trends in the dissemination of Islamophobia on social media, and iii) analyze the patterns of Islamophobia's development. This research adopts a qualitative approach by analyzing scholarly papers, journal articles, and authoritative online sources. The findings indicate that hate speech and incitement against Islam on social media remain largely unregulated, particularly on platforms such as YouTube. Furthermore, the dissemination of Islamophobic narratives has become increasingly sophisticated and widespread over the years, paralleling the rapid evolution of internet technology and social media, which transcend geographical boundaries.

PENGENALAN

Islam merupakan sebuah agama yang sangat menekankan konsep keamanan berbentuk universal yang merangkumi seluruh aspek kehidupan manusia. Selain itu, Islam tegas melarang kepada umatnya untuk melakukan sebarang kezaliman dan penganiayaan kepada manusia yang lain meskipun berbeza bangsa, negara dan agama. Tambahan pula, Allah SWT memerintahkan kepada umat Islam supaya bertindak secara adil terhadap semua manusia tanpa mengira sama ada mereka beriman atau kafir selagi mana mereka tidak bertindak mencemari dan memerangi agama Islam.

Firman Allah SWT:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ ۚ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ
شَنَّانُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا ۚ اْعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ
ۚ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ

Maksudnya: 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 takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sesungguhnya Allah Maha Mengetahui dengan mendalam akan apa yang kamu lakukan.

Islam sangat menghargai nilai-nilai kebebasan dan tidak pernah memaksa penganut agama lain supaya masuk ke dalam agama Islam apalagi menggunakan kekerasan dalam berdakwah kepada manusia. Hal ini dinyatakan dalam firman Allah SWT:

لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ ۚ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ ۚ

(al-Baqarah 2:256)

Maksudnya: Tidak ada paksaan dalam agama (Islam), kerana sesungguhnya telah nyata kebenaran (Islam) dari kesesatan (kufur).

Menerusi ayat ini dapat di fahami bahawa tiada paksaan dalam agama Islam yang mana ia dilihat bertentangan dengan dakwaan Barat dan golongan anti-Muslim yang menyebarkan

fahaman bahawa Islam merupakan agama keganasan, penindasan, peperangan, pembunuhan serta pelbagai lagi jenis gelaran dan tuduhan dilemparkan. Dalam pada masa yang sama perkara ini merancakkan lagi kebencian dan diskriminasi terhadap masyarakat Islam khususnya kepada umat Islam yang berada di negara majoriti bukan Islam. Oleh yang demikian, antara salah satu kaedah penyebaran Islamofobia yang berlaku dalam masyarakat di seluruh dunia adalah menerusi media sosial.

Menurut kajian Yudi Wili Tama dan Siti Drivoka Sulistyaningrum (2023), media massa cenderung memperbesar-besarkan isu Islamofobia dengan menekankan aspek sensasi dan menyebarkan maklumat palsu yang mengakibatkan pengabaian terhadap suara dan pandangan masyarakat Muslim. Oleh yang demikian, trend ini merupakan sebuah kebimbangan dan ancaman kepada Muslim kerana penyebaran menerusi media sosial ini merentasi sempadan yang mana kebanyakan maklumat yang disebarkan adalah tidak ditapis, palsu dan dimanipulasikan. Justeru kajian ini akan menganalisis dengan lebih terperinci trend penyebaran naratif Islamofobia yang berlaku dalam masyarakat dunia serta mengkaji platform media sosial yang diguna pakai oleh golongan anti-Muslim.

Maksud Trend Dan Islamofobia

Perkataan trend merupakan kata pinjaman daripada Bahasa Inggeris. Menurut Kamus Dewan Edisi Keempat (2017), trend membawa maksud aliran seperti gerakan, perkembangan rentetan kejadian seperti amalan yang seolah-olah menuju ke suatu arah. Selain itu, pendefinisian oleh Cambridge Dictionary (2023) pula membawa pengertian berkaitan dengan perkembangan umum, perubahan dalam situasi atau cara orang berkelakuan. Manakala Encyclopedia of Production and Manufacturing Management (2016) mendefinisikan trend sebagai ‘arah aliran’ iaitu arah atau urutan peristiwa dengan momentum dan ketahanan seperti arah aliran mendedahkan bentuk masa depan serta boleh memberikan hala tuju yang strategik.

Analisis trend pula adalah kaedah yang digunakan untuk memahami bagaimana dan mengapa sesuatu berubah dari masa ke masa. Namun, satu isu penting yang perlu dipertimbangkan dalam analisis trend ialah pelbagai konteks disiplin di mana ia dibincangkan, yang menjadikannya sukar untuk ditakrifkan secara universal. Walau bagaimanapun, untuk tujuan penjelasan, analisis trend boleh ditakrifkan sebagai pendekatan yang mengumpulkan data dan mencari corak atau aliran dalam data tersebut untuk memahami atau meramalkan tingkah laku (Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research, 2014).

Seterusnya dalam mendefinisikan Islamofobia, perkataan ini boleh dibahagikan kepada dua bahagian. Pertama, ‘Islam’, merujuk kepada salah satu agama monoteistik di dunia. Bahagian kedua, ‘fobia’, ialah kata imbuhan Yunani yang digunakan dalam perkataan Inggeris untuk bermaksud ketakutan (Nihaya Jaber, 2022). Menurut Kamus Dewan Edisi Keempat (2017), Islam memberi maksud agama yang disampaikan oleh Nabi Muhammad SAW manakala fobia ialah ketakutan yang teramat sangat akan sesuatu (Kamus Dewan Edisi Keempat).

Tambahan pula, Hatim Bazian (2015) menjelaskan bahawa istilah asas kepada ‘*Islamophobia*’ boleh ditakrifkan sebagai ketakutan, kebimbangan, atau fobia terhadap umat

Islam. Namun, pada masa yang sama, ia adalah proses yang jauh lebih merangkumi yang memberi kesan kepada undang-undang, ekonomi dan masyarakat. Selain itu, Pertubuhan Bangsa-Bangsa Bersatu (t.th) telah mendefinisikan Islamofobia sebagai:

“Islamophobia is a fear, prejudice and hatred of Muslims that leads to provocation, hostility and intolerance by means of threatening, harassment, abuse, incitement and intimidation of Muslims and non-Muslims, both in the online and offline world. Motivated by institutional, ideological, political and religious hostility that transcends into structural and cultural racism, it targets the symbols and markers of being a Muslim.”

Menerusi terjemahan Bahasa Melayunya iaitu ketakutan, prasangka dan kebencian terhadap orang Islam atau individu bukan Islam yang membawa kepada provokasi, permusuhan serta tidak bertolak ansur dengan cara mengancam, gangguan, penderaan, hasutan, ugutan terhadap orang Islam dan bukan Islam baik di dunia dalam talian mahupun luar talian. Ia turut didorong oleh permusuhan institusi, ideologi, politik dan agama yang melampau menerusi struktur perkauman dan budaya yang menyasarkan simbol serta yang menandai seorang Muslim tersebut. Selain itu, Haja Mohideen & Shamimah Mohideen (2008) mendefinisikan Islamofobia sebagai amalan prejudis terhadap Islam, *demonisation* dan *dehumanisation* ke atas umat Islam. Ini secara umumnya dimanifestasikan dalam sikap negatif, diskriminasi, penderaan fizikal, gangguan serta fitnah di media. Tambahan lagi, menurut Cambridge Dictionary (t.th), Islamofobia bermaksud rasa tidak suka atau takut yang tidak munasabah dan prejudis terhadap orang Islam atau agama Islam.

Justeru, berdasarkan definisi-definisi di atas, trend boleh dirumuskan sebagai cara untuk menilai perkembangan, corak, dan aliran dalam sesuatu perkara. Manakala, Islamofobia dapat disimpulkan sebagai tanggapan buruk, prejudis, dan ketakutan melampau terhadap Muslim dan agama Islam. Oleh itu, kajian ini bertujuan untuk menganalisis trend penyebaran Islamofobia di media sosial dengan mengkaji bagaimana ia berkembang melalui corak, aliran, penurunan, atau peningkatan isu-isu Islamofobia di seluruh dunia.

SEJARAH RINGKAS KEMUNCULAN ISLAMOFOBIA

Istilah Islamophobia pertama kali digunakan pada tahun 1925 oleh dua orang penulis Perancis yang bernama Etienne Dinet dan Slima Ben Ibrahim dalam buku mereka yang berjudul *Accès de Délire Islamophobe*. Perkataan itu mula digunakan dengan lebih kerap selepas laporan yang berjudul ‘*Islamophobia: A challenge for us all*’ telah dikeluarkan oleh Runnymede Trust pada 1997 di UK. Laporan itu memberikan butiran mengenai sejarah umat Islam di United Kingdom, faktor-faktor yang membawa kepada peningkatan prejudis terhadap umat Islam di media dan penyisihan sosial umat Islam (Nihaya Jaber, 2022). Tambahan pula istilah tersebut semakin terkenal serta penggunaan perkataan ini digunakan secara meluas setelah berlakunya peristiwa pengeboman pada 11 September 2001 diikuti pula kejadian yang berlaku di Madrid pada 11

Mac 2004 dan seterusnya di London pada 7 Julai 2005 (Rahimin Affandi Abdul Rahim et al., 2018).

Selain itu, Majlis Agama Islam Selangor (MAIS) (2015) berpandangan bahawa kemunculan Islamofobia yang berlaku di Barat kerana kecurigaan terhadap agama Islam. Tambahan lagi, tragedi 11 September 2001 yang berlaku di bangunan Pusat Dagangan Dunia (WTC) Amerika Syarikat yang memberi impak yang besar kepada agama Islam itu sendiri apabila Islam dilabel sebagai agama ekstremis, fundamentalis dan pengganas. Selain itu, kehadiran kelompok ekstremis agama Islam yang muncul menambahkan lagi barah terhadap pandangan negatif barat terhadap agama Islam. Menurut Syafawani Mohd Hashim & Wan Fariza Alyati Wan Zakaria (2020), golongan tersebut adalah kumpulan DAESH (*ad-Dawlah al-Islāmiyah fī 'l- 'Irāq wa-sh-Shām*) ataupun lebih dikenali sebagai ISIS (*Islamic State of Iraq and Syria*) yang muncul pada 2014, telah meningkatkan lagi trend Islamofobia di seluruh dunia.

Dalam pada itu, Organisation of Islamic Cooperation (OIC) (2018) menjelaskan bahawa kebangkitan ISIS dalam beberapa tahun kebelakangan ini telah memburukkan lagi keadaan kerana Islam kemudiannya digambarkan sebagai agama keganasan intrinsik yang mana pengikutnya mempunyai kecenderungan untuk menyebabkan bahaya dan ancaman kepada penganut agama lain. Di kebanyakan negara Barat, Islam bahkan dianggap sebagai agama '*alien*' yang terdedah kepada pertumpahan darah serta didatangkan satu stigma yang mencetuskan sikap tidak bertoleransi di kalangan orang bukan Islam. Stereotaip ini akhirnya berakhir dengan sentimen negatif, ketakutan atau kebencian terhadap Islam yang merangkumi pelbagai bentuk diskriminasi terhadap penganutnya yang mana ia dimanifestasikan dalam pengecualian umat Islam daripada kehidupan ekonomi, sosial dan awam. Justeru, kemunculan Islamofobia ini oleh bukanlah satu isu yang 'berdiri sendiri', kerana ia sangat berkait rapat dengan isu-isu lain yang memberi kesan timbal balik kepada fenomena tersebut.

Namun begitu, perkara ini masih boleh dikawal. Menurut Seniwati (2021), setiap anggota masyarakat termasuklah wanita haruslah mempunyai rangka pemikiran dan tasawwur yang jelas terhadap agama Islam supaya peranan khususnya melalui individu, institusi keluarga dan aktiviti kemasyarakatan dalam dilaksanakan sebaiknya. Tasawwur Islam ini secara jelas dapat difahami melalui kaedah usul dan *furu'* dalam yang dititikberatkan dalam pengajian Islam (Mohd al-Dandarawi Mustafar & Yusof Mohd Ramli, 2024).

TREND PENYEBARAN ISLAMPHOBIA DI MEDIA SOSIAL

Pada tahun 2000, media sosial menerima rangsangan yang hebat dengan menyaksikan banyak kemunculan laman rangkaian sosial. Platform ini sangat merangsang, mengubah interaksi individu dan organisasi untuk berkongsi maklumat antara satu sama lain (Simeon et al. 2011). Tambahan pula, media sosial semakin berkembang pesat dan ia digunakan oleh semua lapisan masyarakat tanpa mengira peringkat lapisan umur serta pengguna dapat menyampaikan dan menyebarkan maklumat dengan pantas dan mudah mengira masa dan juga tempat (Nurul Afiza Razali, Noor Hera & Kamarul Azmi Jasmi, 2019). Selain itu, internet juga menjadi satu trend dalam kehidupan masyarakat pada masa kini lebih-lebih lagi dari kalangan remaja yang mana ia merangkumi media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* dan sebagainya. Mengambil

laporan digital pada tahun 2019 dari data *Hootsui* dan *We Are Social* menyatakan bahawa sebanyak 45 peratus atau 3.5 bilion penduduk dunia kini menggunakan media sosial dalam kehidupan seharian (Shahidah Hamzah, 2020).

Namun begitu, pada era pasca moden ini, kerosakan yang terjadi pada seseorang adalah berpunca dari internet yang mana mereka mendapat informasi palsu namun kelihatan seperti benar tentang sesuatu isu sosial dan politik, bahkan fakta-fakta peperangan juga dimanipulasi bagi tujuan peribadi, komersial dan juga untuk sesebuah institusi (José Hernández Rubio, 2019). Oleh itu, dalam membahaskan berkenaan dengan trend penyebaran Islamofobia yang berlaku di media sosial, platform ini sering menjadi sebagai sebuah kaedah untuk menyebarkan stereotaip negatif terhadap Islam. Menurut Syed Attique Uz Zaman Hyder Bukhari et al. (2019), Barat sentiasa menganggap Islam sebagai ancaman kepada mereka terutamanya selepas peristiwa pengeboman 9/11. Gambaran Islam yang ditunjukkan oleh Barat adalah imaginasi yang dibentuk oleh media mereka yang tersendiri serta penyampaian imej Islam oleh mereka digambarkan di Barat menerusi pelbagai program televisyen, kartun, laporan, jurnal, berita, buku dan internet.

Lorraine P. Sheridan (2006) telah mengambil kajian yang dilakukan oleh Allen dan Nielsen pada tahun 2002 yang melaporkan bahawa masyarakat Islam mengalami peningkatan kebencian dan sering dianggap musuh selepas serangan 9/11. Walaupun tahap penderaan secara ganas agak rendah dilaporkan, namun penderaan dari aspek lisan, gangguan dan pencerobohan ke atas masyarakat Islam lebih banyak berleluasa. Tambahan lagi, kandungan Islamofobia secara terang-terangan diperhatikan di internet seperti melalui e-mel, mesej teks. Manakala melalui jenayah kebencian yang lebih tradisional adalah seperti panggilan telefon dengan ungkapan yang kesat, mesej ditinggalkan di dalam kereta dan sebagainya. Selain itu, Haja Mohideen & Shamimah Mohideen (2008) memetik daripada *Forum Against Islamophobia and Racism (FAIR)* telah menyatakan bahawa internet adalah sumber yang kaya dengan akan ujaran-ujaran Islamofobia dan turut menggambarkan Muslim sebagai golongan yang menjijikkan, penganas dan *assylum seekers*.

Di samping itu, terdapat juga penerbitan video yang berjudul '*Innocence of Muslims*' yang mengundang kontroversi apabila ia membangkitkan kemarahan masyarakat Islam kerana Muslim dan Islam seolah-olah sentiasa menjadi sasaran penerbit kandungan media di Barat (Lee Kuok Tiung et al. 2018). Filem ini merupakan sebuah filem bajet rendah, didakwa dikeluarkan pada Julai 2012 di sebuah teater di California dan kemudiannya di muat naik di YouTube yang berdurasi selama 14 minit yang ditonton secara meluas yang menyebabkan Nabi Muhammad SAW dihina (Zafar Iqbal, Fazal Rahim Khan & Haseeb ur Rehman, 2020). Selain itu, filem pendek anti-Islam ini juga pertama kali disiarkan di YouTube dalam Bahasa Inggeris, namun tiada reaksi ketara dilihat di dunia Arab. Bagaimanapun, apabila penerbit yang sama mengalih suaranya ke dalam bahasa Arab dan menyiarkannya di YouTube, protes jalanan bermula di beberapa bahagian dunia Arab (Ahmed Al-Rawi, 2017). Tambahan pula, menerusi kajian-kajian berkaitan dengan Islamofobia, kandungan media yang mengadvokasi Islamofobia daripada pihak Barat sangat obses dijalankan oleh sebahagian besar negara-negara di dunia (Lee Kuok Tiung et al. 2018).

Agenda Islamofobia juga lebih pantas tersebar melalui akaun media sosial seperti Facebook. Imran Awan (2016) mengambil kajian daripada *The Online Hate Prevention Institute* pada tahun 2013 mengenai kebencian anti-Muslim di *Facebook* bahawa mereka mendedahkan walaupun terdapat laporan mengenai pelbagai imej yang dianggap menghasut serta ucapan kebencian berasaskan agama, namun *Facebook* memilih untuk tidak mengalih keluar imej tersebut kerana imej itu tidak melanggar piawaian komuniti mereka. Selain itu, serangan anti-Muslim didapati sebanyak 548 kes yang disahkan daripada 729 kes yang dilaporkan mengenai jenayah kebencian anti-Muslim yang mana kes tersebut berlaku dalam talian sebanyak 402 daripada 548 kes.

Pada 2013 juga, *The Online Hate Centre* menerbitkan laporan yang bertajuk '*Islamophobia on the Internet*' yang mana ia telah menganalisis sebanyak 50 halaman *Facebook* dan menemui 349 contoh ucapan kebencian dalam talian. Mereka telah mengenal pasti 191 contoh ucapan benci yang berbeza, dengan tema yang paling biasa muncul dalam tujuh kategori berbeza. Menerusi penelitian tersebut, Muslim dianggap sebagai: 1) ancaman keselamatan, 2) ancaman budaya, 3) ancaman ekonomi, 4) merendahkan atau memburukkan orang Islam, 5) ancaman keganasan, pembunuhan beramai-ramai dan kebencian langsung yang menyasarkan orang Islam, 6) kebencian menyasarkan pelarian/pencari suaka, 7) bentuk-bentuk kebencian yang lain.

Rentetan daripada perkara tersebut, Imran Awan (2016) menjelaskan bahawa terdapat lima kategori berbeza yang dibincangkan di atas juga berkaitan dengan jenis penglibatan kumpulan Muslim yang menjadi bualan di *Facebook* seperti: 1) umat Islam dipandang sebagai penganas, 2) orang Islam dilihat sebagai perogol, 3) wanita Islam dilihat sebagai ancaman keselamatan kerana pakaian mereka, 4) 'perang' antara orang Islam dan akhirnya orang Islam harus dihantar pulang.

Kajian ini dilakukan di tiga negara iaitu di United Kingdom sebanyak 43%, Amerika Syarikat 37% dan Australia 20% yang mana penglibatan tersebut dari kalangan lelaki sebanyak 80% manakala golongan wanita 20%. Selain itu, antara halaman Facebook yang sering memuat naik unsur penyebaran Islamofobia tersebut antaranya adalah halaman *English Defence League Sikh Division*, *English Defence League Posts on Halal Food*, *Get poppy burning Muslim scum out of the UK*, *Ban Islam in Australia webpage* dan *British Patriotism via the English Brotherhood*. Seterusnya dalam memahami trend penyebaran Islamofobia yang berlaku di media sosial khususnya di Facebook, Imran Awan (2016) telah membahagikan *The Five Walls of Islamophobic Hate* yang mana tema-tema dapat dikemukakan di dalam jadual seperti berikut:

Bil	Tema: <i>Facebook Walls of Hate</i>	Jenis Penglibatan	Bilangan kes
1.	Umat Islam adalah Penganas	Penggunaan komunikasi visual dan bertulis yang menggambarkan orang Islam sebagai penganas yang agresif. Perkara utama ialah tiada perbezaan yang dibuat antara Muslim dan Muslim yang tidak melakukan keganasan, kerana semuanya digambarkan sebagai penganas.	58

2. Orang Islam sebagai Perogol	Penggunaan bahan ini berikutan insiden seperti skandal penderaan di Rotherham untuk menggambarkan orang Islam sebagai pendera seksual dan perogol bersiri.	45
3. Wanita Islam adalah ancaman keselamatan	Penggunaan bahan visual dan bertulis untuk menggambarkan umat Islam sebagai ancaman keselamatan. Khususnya, wanita Islam yang bertudung digunakan sebagai contoh ancaman keselamatan.	76
4. Perang antara umat Islam	Perkara yang sangat berbahaya dan penuh emosi di mana umat Islam dilihat melalui kaca mata ancaman keselamatan dan peperangan. Perkara yang sedemikian sangat relevan bagi kumpulan sayap kanan yang menggunakan sejarah dan patriotisme British sebagai wadah untuk menyemarakkan kebencian anti-Islam dengan menggunakan analogi peperangan.	53
5. Orang Islam patut diusir	Penggunaan imigresen dan kempen tertentu seperti mengharamkan makanan Halal sebagai cara untuk mewujudkan kebencian dan ketakutan dalam talian. Ini juga melibatkan penggunaan perkauman biasa yang mengaburkan garis antara komen anti-Muslim dan yang secara khusus menyasarkan orang Islam berdasarkan bangsa, jantina, agama dan kepercayaan mereka. Ini digunakan untuk menyebarkan fahaman bahawa orang Islam mengambil alih negara mereka dan harus dihantar pulang sebelum Undang-undang <i>Syariah</i> diterima pakai.	62

Rajah 2. Tema-Tema

Seterusnya, dalam mengenalpasti trend penyebaran Islamofobia yang berlaku di platform media sosial, pengakaji telah mengambil sebuah kajian tinjauan berskala besar yang dijalankan di Poland menunjukkan bahawa media sosial telah menjadi sumber utama ucapan kebencian, terutamanya dalam kalangan pengguna media oleh golongan muda. Kajian tersebut mendapati bahawa sebanyak 85 peratus remaja Poland menyaksikan ucapan berunsurkan kebencian di internet pada tahun 2016 berbanding 77 peratus pada tahun 2014, manakala hanya kira-kira 45 peratus melihat kandungan sedemikian di televisyen dan 12 peratus dalam artikel akhbar.

Walaupun peningkatan berkenaan ucapan berunsurkan kebencian dalam talian diperhatikan berhubung dengan semua sasaran golongan minoriti, namun peningkatan yang paling ketara diperhatikan dalam kes Islamofobia pada tahun 2014 iaitu sebanyak 27 peratus terhadap golongan dewasa dan 55 peratus remaja dilaporkan terdedah kepada kandungan sedemikian dalam media digital. Kajian tersebut secara keseluruhannya mengukur persepsi normativiti ucapan kebencian anti-Muslim dan Islamofobia mendapati bahawa responden yang kerap menggunakan media sosial menyatakan tahap prejudis Islam lebih tinggi dan merasakan normativiti ucapan kebencian anti-Muslim lebih tinggi daripada responden yang mendapat berita mereka daripada media massa tradisional. Tambahan pula, penggunaan media sosial dikaitkan dengan prejudis terhadap Islam adalah lebih tinggi (Wiktor Sorali, James H. Liuii & Michał Bilewicz 2020).

Kajian tersebut dikuatkan lagi dengan kajian oleh Ahmed Shaheed (2021) mengatakan bahawa naratif dan stereotaip yang berbahaya mengenai umat Islam dan agama Islam disebarkan secara meluas melalui media digital baik menerusi platform yang cuba mengawal kandungan dalam sesebuah platform seperti *YouTube*, *Twitter*, *Facebook* dan dalam rangkaian media sosial yang lain seperti *Gab*, *8chan* dan *Voat*. Di Eropah sebagai contoh, individu Muslim telah dituduh sebagai pedofil hanya kerana beragama Islam. Di Myanmar, kenyataan menghasut yang dikongsi di media sosial oleh sami Buddha terkemuka telah mendakwa bahawa umat Islam secara amnya bertanggungjawab terhadap jenayah seksual terhadap wanita Buddha.

Orang Islam dan mereka yang kononnya menunjukkan identiti etnik Arab dalam media sosial termasuk dengan memakai pakaian Muslim dalam gambar profil, memiliki nama Muslim atau Arab sentiasa dituduh sebagai penganas dan pengebom berani mati. Selain itu, wanita Islam lebih cenderung menjadi sasaran berbanding lelaki dengan ekspresi kebencian secara dalam talian dan luar talian. Golongan ini juga kelihatan menerima lebih banyak ucapan kebencian yang melampau berbanding wanita lain dalam talian dalam kajian iaitu 55 peratus daripada ucapan kebencian dalam talian yang paling agresif ditujukan kepada wanita Islam.

Di Eropah dan Amerika Utara, ahli politik, golongan yang berpengaruh dan ahli akademik terkemuka melancarkan wacana dalam talian iaitu menerusi kedua-dua rangkaian sosial dan blog bahawa Islam secara semula jadi bertentangan dengan sistem demokrasi dan hak asasi manusia terutamanya kesaksamaan jantina yang mana mereka sering menyebarkan fahaman bahawa semua wanita Islam ditindas. Sebagaimana yang berlaku di China, naratif popular di media sosial menekankan ketidakserasian identiti Muslim dengan menjadi orang Cina dan mendakwa bahawa inisiatif negara yang cuba melucutkan identiti agama wanita Islam membantu menyelamatkan wanita Islam daripada kehidupan mereka yang sepatutnya sebagai wadah pembiakan golongan Muslim.

Di India, nasionalis Hindu telah menolak naratif 'jihad cinta' kerana mereka mendakwa bahawa lelaki Islam berpakat untuk berkahwin dan menggoda golongan wanita Hindu untuk menjadikan mereka memeluk Islam. Tambahan pula, teori konspirasi ini telah diperkuatkan oleh beberapa laman web, blog dan organisasi yang dipanggil 'lawan jihad' dan '*alt-news*' di seluruh Eropah dan Amerika Utara. Begitu juga yang berlaku di Sri Lanka mengenai penyebaran maklumat palsu dengan begitu pantas dalam talian bahawa orang Islam sengaja menyebarkan Coronavirus disease (COVID-19) di negara di United Kingdom Great Britain dan Ireland Utara. Pengguna Internet mendakwa bahawa komuniti Islam bertanggungjawab terhadap penyebaran COVID-19. Platform komunikasi termasuk WhatsApp dan Telegram juga telah digunakan untuk menyebarkan maklumat palsu berkaitan Islamofobia terutamanya semasa pandemik COVID-19 (General Assembly of the United Nations 2021).

Selain itu, *Centre for Countering Digital Hate (CCDH)* pada tahun 2022 melaporkan bahawa syarikat gergasi media sosial gagal bertindak terhadap sebarang ucapan kebencian anti-Muslim. Ini dapat dilihat menerusi platform media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, Twitter dan YouTube secara keseluruhannya gagal bertindak sebanyak 89% yang mana siaran tersebut mengandungi kebencian anti-Muslim dan Islamofobia. Hasil kajian mendapati bahawa sebanyak lima platform media sosial utama secara berterusan gagal menangani perkauman anti-Muslim meskipun pelbagai laporan dibuat kepada pihak yang bertanggungjawab

mengendalikan platform tersebut iaitu Twitter menunjukkan prestasi yang sangat buruk dengan mengabaikan sebanyak 97% siaran berkenaan Islamofobia, Facebook gagal bertindak sebanyak 94 peratus terhadap siaran Islamofobia, YouTube sebanyak 100%, Instagram sebanyak 86% manakala TikTok sebanyak 64%. Selain itu, di Facebook juga didapati terdapat beberapa kumpulan besar khusus untuk menyebarkan kebencian anti-Muslim dengan gabungan seramai 361,922 pengikut di platform berkenaan.

Ketua Eksekutif CCDH (2022), kebanyakan kandungan yang berunsurkan kebencian tersebut mudah dikenal pasti, namun pengendali platform tersebut masih memilih untuk tidak mengambil sebarang tindakan. Perkara ini dapat dilihat di platform media sosial seperti Instagram, TikTok dan Twitter membenarkan pengguna menggunakan tanda pagar (*hashtag*) mengandungi elemen kebencian terhadap Islam seperti *#DeathtoIslam*, *#Islamiscancer* dan *#raghead*. Kandungan yang disebarikan menggunakan hashtags tersebut menerima sekurang-kurangnya 1.3 juta tontotan. CCDH memetik kenyataan Sumayyah Waheed yang merupakan seorang Penasihat Dasar Kanan Peguambela Muslim menyatakan bahawa; “Kandungan anti-Muslim berbahaya yang jelas melanggar peraturan syarikat media sosial terus berleluasa di platform yang mana ia membawa kepada ancaman, keganasan dan juga pembunuhan beramai-ramai terhadap umat Islam di seluruh dunia”.

Sumayyah menambah lagi “Platform media sosial gagal menghapuskan kandungan anti-Muslim dalam talian yang membawa kepada kebencian dan keganasan anti-Muslim di dunia nyata”. Oleh yang demikian, jika diperhalusi dengan lebih teliti lagi, kadar kegagalan bertindak terhadap siaran yang mengandungi unsur penyebaran Islamofobia tersebut adalah seperti berikut.

Bil	Media Sosial	Bilangan Kandungan	Peratusan
1	<i>Facebook</i>	118 daripada 125	94.4%
2	<i>Twitter</i>	102 daripada 105	97.1%
3	<i>YouTube</i>	23 daripada 23	100%
4	<i>Instagram</i>	195 daripada 227	85.9%
5	<i>TikTok</i>	32 daripada 50	64%

Rajah 2. Kadar Kegagalan Bertindak Terhadap Siaran Media Sosial

ANALISIS KAJIAN

Jika diteliti, Islamofobia merupakan salah satu agenda Barat dalam merealisasikan impian mereka untuk merosakkan imej dan menjatuhkan agama Islam terutamanya selepas peristiwa pengeboman bangunan Pusat Dagangan Dunia (WTC) yang terletak di Amerika Syarikat pada 2001. Meskipun begitu, kemunculan trend Islamofobia sebelum kemunculan media sosial telah sekian lama wujud dan ia disebarikan menerusi media cetak dan kaedah tradisional. Namun pada era pasca moden, dunia mengalami perubahan dan perkembangan dari aspek teknologi seperti

kelahiran internet khususnya pada tahun 2000. Tambahan pula, kerancakan rangkaian internet yang merentasi sempadan ini menyebabkan lahirnya pelbagai platform media sosial seperti YouTube, Facebook, Instagram dan sebagainya yang mana ia dijadikan sebagai medium utama dan salah satu senjata terbesar oleh Barat serta golongan yang anti-Islam untuk menyebarkan stigma dan stereotaip negatif kepada agama dan masyarakat Islam.

Oleh yang demikian, menerusi hasil data kajian terhadap trend penyebaran Islamofobia di media sosial, kerancakan penyebaran stigma negatif terhadap Islam di media sosial adalah bermula selepas peristiwa serangan 11 September 2001. Implikasi daripada peristiwa tersebut dapat dilihat bahawa pada tahun 2002, masyarakat Islam semakin mendapat perhatian dengan peningkatan kebencian terhadap golongan Muslim serta kandungan mesej yang menggambarkan Islam sebagai menjijikkan dan pengganas secara terang-terangan dihantar menerusi e-mel pada ketika itu. Tambahan lagi, trend penyebaran tersebut seterusnya dapat dinilai menerusi kandungan video yang berunsurkan Islamofobia yang dimuat naik pula di platform YouTube pada tahun 2012.

Selain itu, pada penilaian corak penyebaran pada tahun 2013 pula disebarkan menerusi platform Facebook yang mana pelbagai tohmahan, hinaan ejekan, hasutan dan gelaran yang dilontarkan kepada umat Islam. Golongan anti-Islam juga turut mencipta pelbagai halaman Facebook untuk menyebarkan stereotaip negatif seperti memuat naik gambar-gambar dan video yang memburukkan Muslim di seluruh dunia. Sementara itu, pada tahun 2016, sebuah kajian yang dijalankan di Poland menyaksikan bahawa trend penyebaran Islamofobia di media sosial dengan tanggapan dan ujaran buruk terhadap Muslim semakin meningkat berbanding pada tahun 2014 sebelumnya.

Selain itu, pada 2019 terutamanya ketika era di mana dunia sedang dilanda wabak -19, terdapat pelbagai fitnah yang ditujukan kepada Muslim apabila umat Islam dituduh punca dan pembawa kepada penyakit tersebut yang disebarkan dalam rangkaian internet di termasuk menerusi platform media sosial WhatsApp dan Telegram. Selain itu, kajian yang dilakukan pada tahun 2021 juga menjelaskan bahawa naratif negatif mengenai Islam yang dianggap sebagai ancaman dan berbahaya disebarkan secara meluas melalui seperti YouTube, Twitter, Facebook dan dalam rangkaian media sosial yang lain seperti Gab, 8chan dan Voat. Selain itu, fahaman bahawa wanita Islam dianggap berbahaya juga sering menjadi sebagai naratif kepada golongan anti-Muslim serta Islam menindas golongan wanita.

Seterusnya dalam kajian yang dilakukan pada tahun 2022 pula menjelaskan bahawa syarikat gergasi media sosial gagal bertindak terhadap sebarang ucapan kebencian anti-Muslim di platform media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, Twitter dan YouTube yang banyak mengandungi kandungan, ujaran dan *hashtag* berkaitan dengan Islamofobia yang mana YouTube merupakan platform media sosial yang 100% dilihat mengabaikan sentimen kebencian terhadap Islam, kedua Twitter sebanyak 97%, ketiga Facebook sebanyak 94%, keempat Instagram sebanyak 85.9% manakala platform terakhir adalah TikTok sebanyak 64%.

Justeru, menerusi trend-trend penyebaran Islamofobia yang di media sosial ini dapat dirumuskan bahawa seiring dengan perkembangan zaman, pelbagai jenis dan nama platform media sosial muncul yang datang dengan pelbagai variasi dan *features* (ciri-ciri) yang mana ia digunakan oleh golongan yang anti kepada Islam. Oleh itu, naratif dan stereotaip negatif

berkaitan Islamofobia semakin mudah dan meluas disebarkan dalam pelbagai platform media sosial dan ini sememangnya memberi kesan yang negatif terhadap Muslim dan agama Islam itu sendiri yang mana syarikat gergasi media sosial yang kononnya dilihat sebagai ‘hero’ dalam usaha mengekang *hate speech into non-violent communication* dilihat acuh tidak acuh terhadap isu yang membabitkan agama Islam.

KESIMPULAN

Pada era pasca moden, kemunculan media sosial tidak dinafikan sememangnya memberikan kemudahan kepada manusia untuk saling berhubung, berkomunikasi, menyebarkan dan mencari maklumat yang diperlukan. Namun begitu, terdapat kesan negatif yang mana kemudahan tersebut disalah guna oleh golongan yang tidak bertanggungjawab seperti golongan anti-Muslim dengan menyebarkan maklumat palsu dan stigma negatif terhadap Islam. Oleh itu, menerusi trend penyebaran Islamofobia di media sosial ini, syarikat gergasi media sosial sepatutnya mengekang sebarang penyebaran yang berunsurkan kebencian, hasutan dan maklumat palsu tanpa memilih ‘bulu’ mahupun sebarang bias bertepatan dengan polisi *community guidelines* yang sentiasa dilaungkan oleh kebanyakan syarikat tersebut. Tambahan pula, maklumat palsu dan hasutan berkaitan Islam tersebut sememangnya bertentangan dengan apa yang dianjurkan di dalam agama Islam. Implikasinya, wujudnya pelbagai diskriminasi terhadap Muslim dalam pelbagai aspek seperti sosial, ekonomi, politik dan sebagainya.

Perlu ditekankan bahawa Islam merupakan agama kedamaian yang mana agama ini sangat menentang kezaliman dan penindasan terhadap semua makhluk di muka bumi ini meskipun kepada tumbuh-tumbuhan dan binatang apatah lagi melakukan kerosakan yang berskala besar melibatkan manusia yang tidak bersalah dan alam sekitar. Selain itu, sikap dan akhlak mulia yang ditonjolkan oleh Baginda Nabi Muhammad SAW merupakan cerminan dan gambaran Islam yang sebenarnya. Agama Islam sangat menekankan aspek maqasid syariah yang mana ia dapat dilihat dari lima aspek iaitu menjaga agama, nyawa, akal, keturunan dan harta. Oleh yang demikian, stereotaip negatif yang berlegar di media sosial terutamanya dalam trend penyebaran Islamofobia di platform tersebut merupakan perkara yang sangat melampaui batas kerana ianya dilihat sebagai propaganda dan pandangan buruk terhadap Islam bertujuan untuk menjatuh agama Islam itu sendiri.

RUJUKAN

Al-Quran

- Ahmed Shaheed. (2021). Countering Islamophobia/Anti-Muslim Hatred to Eliminate Discrimination and Intolerance Based on Religion or Belief. *Human Rights Council Forty-sixth session*
- Cambridge Dictionary. (2023). Cambridge University Press & Assessment. Dilayari di: <https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/trend>. Dilayari pada 23 Julai 2023

- Centre for Countering Digital Hate. (2022). Big Tech Platforms Fail to Act on 89% Of Anti-Muslim Hate Speech, New Study Finds. Dilayari pada: <https://counterhate.com/blog/bigtech-platforms-fail-to-act-on-89-of-anti-muslim-hate-speech-new-study-finds/> Tarikh Dilayari: 20 Julai 2023
- Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research. 2014. Trend Analysis. Dilayari pada: https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-94-007-07535_3062. Tarikh Dilayari: 20 Julai 2023
- Encyclopedia of Tourism. (2016). Dilayari pada: Trend. https://link.springer.com/referenceworkentry/10.1007/978-3-319-01384-8_392. Tarikh Dilayari: 20 Julai 2023
- Haja Mohideen & Shamimah Mohideen. (2008). The language of islamophobia in internet. *Intellectual Discourse* 16(1),73-87.
- Hatim Bazian. (2015). Islamophobia and “the three evils of society”. *Islamophobia Studies Journal* 3(1), 158-166.
- Imran Awan. (2016). Islamophobia on social media: a qualitative analysis of the Facebook’s walls of hate. *International Journal of Cyber Criminology* 10 (1), 1–20.
- José Hernández Rubio. (2019). Research internet and postmodernity: a communication support as necessary as irreverent at present time. *Pedagogical Vivat Academia* 146, 21-41.
- Kamus Dewan. (2017). Edisi Keempat. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Lee Kuok Tiung, Aisah Meri, Siti Suriani Othman & Liana Mat Nayan. 2018. wacana islamofobia dalam media Malaysia: obligasi, isu-isu dan cabaran. *Jurnal Komunikasi Borneo* 6, 8-20.
- Lorraine P. Sheridan. (2006). Islamophobia pre– and post–September 11th, 2001. *Journal of Interpersonal Violence* 21(3), 317-336.
- Majlis Agama Islam Selangor. (2015). *Pasca Modenisme dan Kelangsungan Islam*. Selangor Darul Ehsan: Penerbitan Majlis Agama Islam Selangor (MAIS).
- Mohd Al Dandarawi Mustafar & Yusri Mohamad Ramli. (2024). Usul dan furuk dalam akidah menurut para ulama ahli sunah waljamaah. *Jurnal Islam dan Masyarakat Kontemporari*, 25(3),13-26
- Nihaya Jaber. (2022). Islamophobia: definition, history, and aspects. *Nazhruna* 5(2), 327-338.
- Nurul Afiza Razali, Noor Hera & Kamarul Azmi Jasmi. (2019). Media Sosial dan Impak Negatif Menurut Islam. *Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019*, hlm. 33-48.
- Rahimin Affandi Abdul Rahim, Mohd Anuar Ramli, Muhamad Yusri bin Yusof @ Salleh, Muhd Imran Abd Razak, Siti Maimunah Hj. Kahal,Paiz Hassan & Mohd Zahirwan Halim Zainal Abidin. (2018). Perkaitan islamophobia dan orientalisme klasik: satu analisis. *Ideology*, 3(2): 62-78.
- Report On Islamophobia. 2018. Eleventh OIC Observatory Report On Islamophobia Eleventh OIC Observatory. 45th Council of Foreign Ministers Dhaka, Bangladesh, 5-6 Mei.
- Seniwati. (2024). Indonesian muslim women: jihad, radicalism, terrorism. *Global Journal Al-Thaqafah*, 11(1), 134–142. <https://doi.org/10.7187/GJAT072021-12>
- Shahidah Hamzah, Fauziah Ani, Norizan Rameli, Noranifitri Md Nor, Harliana Halim, Riki Rahman, Adi Syahid Mohd Ali, Nizam Attan & Khairol Anuar Kamri. (2020). Impak

- penyebaran berita palsu melalui media sosial terhadap masyarakat: kajian kes mahasiswa Universiti Tun Hussein Onn Malaysia. *Advances in Humanities and Contemporary Studies*. 1(1), 55-63.
- Simeon Edosomwan, Sitalaskshmi Kalangot Prakasan, Doriane Kouame Jonelle Watson, & Tom Seymour. (2011). The history of social media and its impact on business. *The Journal of Applied Management and Entrepreneurship* 16(3), 7991.
- Syafawani Mohd Hashim, Wan Fariza Alyati Wan Zakaria. (2020). Ancaman ideologi keganasan: faktor-faktor penglibatan masyarakat Malaysia dalam kumpulan Daesh. *Journal of Islamic Social Sciences and Humanities* 23(1), 111-127.
- Syed Attique Uz Zaman Hyder Bukhari, Hameed Khan, Tariq Ali1 & Hussain Ali. (2019). Islamophobia in the West and post 9/11 era. *International Affairs and Global Strategy* 78, 23-32.
- United Nations. (t.th.). International Day to Combat Islamophobia 15 March. Dilayari pada: <https://www.un.org/en/observances/anti-islamophobia-day>. Tarikh dilayari: 23 Mei 2023
- Wiktor Soral, James Liu, Massey & Michał Bilewicz. (2020). Media of contempt: social media consumption predicts normative acceptance of anti-muslim hate speech and islamoprejudice. *International Journal of Conflict and Violence (IJCV)*, 14(1), 1-13
- Wiktor Soral, James H. Liuii & Michał Bilewicz. (2020). Media of contempt: social media consumption predicts normative acceptance of anti-muslim hate speech and islamoprejudice. *International Journal of Conflict and Violence* 14(1), 1-13.
- Yudi Wili Tama & Siti Drivoka Sulistyaningrum. 2023. A systematic literature review of islamophobia on media: trends, factors, and stereotypes. *Indonesian Journal of Religion and Society* 5 (1), 3-23.
- Zafar Iqbal, Fazal Rahim Khan & Haseeb Ur Rehman. 2020. The “innocence of Muslims” in the US media: An analysis of the media discourses on Islam and Muslims. *Journal of Islamic Thought and Civilization*. 10(1), 107–135.