

**PEMERKASAAN TABAYYUN DALAM PENULARAN MAKLUMAT
PRODUK HALAL MELALUI MEDIA SOSIAL: SATU KAJIAN AWAL
DALAM KALANGAN MAHASISWA**

***EMPOWERING TABAYYUN IN THE DISSEMINATION OF HALAL
PRODUCT INFORMATION THROUGH SOCIAL MEDIA: A
PRELIMINARY STUDY AMONG STUDENTS***

Siti Nur Izyandiyana Ab Hadi, Abdul Rauf Ridzuan, Mohd Sufiean Hassan, Nur Shazana
Abdul Rani

*Fakulti Komunikasi dan Pengajian Media,
Universiti Teknologi Mara,
Cawangan Melaka,
Kampus Alor Gajah,
KM 26 Jalan Lendu,
78000 Alor Gajah, Melaka, MALAYSIA*

izyandiyana@uitm.edu.my, abdulrauf@uitm.edu.my, mohdsufiean@uitm.edu.my, nurshazana@uitm.edu.my

Abstrak: *Isu penularan maklumat palsu atau "hoax" mengenai produk halal melalui media sosial adalah isu yang semakin menjadi-jadi. Informasi palsu ini boleh merosakkan kepercayaan pengguna terhadap produk halal di pasaran. Penggunaan gambar palsu, gambar yang dikongsikan dengan keterangan yang salah, dan penulisan yang keliru atau bahasa yang tidak jelas boleh menyebabkan masyarakat terperdaya dengan maklumat yang tidak sahih. Oleh itu, adalah penting untuk memahami dan mempraktikkan amalan tabayyun sebelum menyebarkan maklumat mengenai produk halal atau apa-apa sahaja maklumat yang berkaitan dengan halal. Kajian awal ini bertujuan untuk mengukur pemahaman terhadap konsep tabayyun, tindakan dalam penyebaran maklumat mengenai produk halal, serta untuk mengenalpasti sumber-sumber maklumat produk halal yang digunakan oleh responden. Kajian dilaksanakan secara kuantitatif melibatkan 190 mahasiswa Universiti Sultan Azlan Shah (USAS). Hasil kajian mendapati pelajar memahami dengan baik konsep tabayyun dan memiliki kesedaran dalam penyebaran maklumat tentang produk halal. Selain itu, media sosial juga dianggap sebagai sumber utama bagi mahasiswa untuk mendapatkan informasi mengenai produk halal. Kajian akan datang dicadangkan untuk melihat impak penularan maklumat palsu mengenai produk halal terhadap kepercayaan pengguna dan pengaruhnya terhadap pilihan pembelian produk halal.*

Kata Kunci: Tabayyun, Produk Halal, Media Sosial, Maklumat Palsu

Abstract: *The spread of fake or "hoax" information regarding halal products through social media is an increasingly serious issue. Such misinformation can harm consumers' trust in halal products in the market. Images that are either fake or shared with incorrect captions, and inaccurate or unclear language can mislead the public with unreliable information. It is, therefore, crucial to understand and apply the principle of tabayyun before disseminating*

information about halal products or any information related to halal. This preliminary study aims to measure the understanding of the concept of tabayyun, actions in disseminating information about halal products, and to identify the information sources used by the respondents. The preliminary study was conducted quantitatively and involved 190 students from Sultan Azlan Shah University (USAS). The study results found that students have a good understanding of the concept of tabayyun and are aware of the dissemination of information about halal products. Additionally, social media is considered the primary source for students to obtain information about halal products. Future studies are suggested to examine the impact of disseminating false information about halal products on consumer trust and its influence on the choice of purchasing halal products.

1. Pendahuluan

Peralihan kepada era Revolusi Industri 4.0 telah banyak mengubah cara hidup masyarakat. Media sosial, seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, telah memainkan peranan yang signifikan dalam menyebarkan maklumat kepada masyarakat. Kemudahan akses dan ketersediaan maklumat di hujung jari memberi kebebasan kepada mereka untuk menguruskan maklumat tersebut mengikut cara masing-masing. Pada masa yang sama, kebanjiran maklumat yang dihasilkan oleh individu mahupun kumpulan menyebabkan timbulnya banyak kekeliruan dalam kalangan masyarakat.

Penggunaan media sosial telah mencapai puncak popularitinya, mempengaruhi pelbagai aspek kehidupan termasuk cara pengguna mencari dan mendapatkan maklumat mengenai produk dan perkhidmatan. Salah satu sektor yang terkesan secara signifikan adalah industri produk halal. Menurut Dewan Bahasa dan Pustaka, halal bermaksud hukum membenarkan sesuatu perbuatan dilakukan (dalam Islam), diperbolehkan (tidak ditegah oleh syarak), diizinkan, dibenarkan. Ia merupakan perkataan yang berlawanan maksud dengan perkataan haram.

Malaysia merupakan negara Islam yang mempunyai pelbagai etnik dan agama, maka pemahaman yang tepat tentang halal dan produk halal adalah sangat penting. Konsep halal ini bukan sahaja terpakai kepada produk makanan, namun merangkumi juga produk kesihatan, kosmetik, farmaseutikal, perkhidmatan dan sebagainya (Ahmad Hidayat Buang & Zulzaidi Mahmud, 2012). Produk yang halal merujuk kepada produk atau perkhidmatan yang diproduksi, dihasilkan, atau disediakan berdasarkan prinsip-prinsip halal yang ditetapkan dalam agama Islam. Untuk mendapatkan status halal, produk tersebut harus mematuhi beberapa garis panduan syariah Islam yang telah ditetapkan. Beberapa aspek yang menjadi pertimbangan dalam menentukan status halal suatu produk termasuk bahan-bahan yang digunakan dalam pembuatan produk, proses produksi, sumber-sumber yang digunakan, dan penggunaan alat yang bersih dari unsur-unsur haram (dilarang) menurut agama Islam.

Tidak dapat dinafikan, industri halal di Malaysia mahupun antarabangsa berkembang dengan pesat, namun terdapat kebimbangan bahawa masyarakat dengan mudah mempercayai berita-berita yang diterima melalui media sosial tanpa melakukan penelitian dan penyelidikan terlebih dahulu terhadap sumber-sumber dan kebenaran berita tersebut. Hal ini bertentangan dengan ajaran agama Islam, di mana setiap individu perlu mengamalkan sikap tabayyun, iaitu melakukan penyelidikan terlebih dahulu sebelum menyebarkan sebarang berita.

Sebagaimana firman Allah S.W.T di dalam Al-Quran surah Al-Baqarah 191:

وَالْفِتْنَةُ أَشَدُّ مِنَ الْقَتْلِ

Maksudnya: *dan (ingatlah bahawa angkara) fitnah itu lebih besar bahayanya daripada pembunuhan.*

Di Malaysia, isu-isu berkaitan produk halal termasuklah kesahihan sijil halal, kekeliruan label halal, kawalan kualiti dan keselamatan, pemahaman pengguna yang kurang, globalisasi dan sumber produk, pemasaran yang tidak sesuai, serta keperluan pematuhan halal (Ahmad Hidayat Buang & Zulzaidi Mahmod, 2012) (Muhammad Firdaus Muhammad Sabri, Mohd Fadhli Ab Rahman, Nur Muizz Mohamed Salleh & Aimi Fadzirul Kamarubahrin, 2021). Ketidakpastian dalam sijil halal, kesukaran mengenal pasti produk yang benar-benar halal, dan kurangnya pengawalan terhadap kualiti produk halal menimbulkan keraguan dan cabaran dalam memastikan integriti produk halal di pasaran.

2. Pernyataan Masalah

Menurut laporan SKMM, daripada 20.3% pengguna yang menyedari akan kewujudan portal sebenarnya.my (Sebenarnya, 2020), masih terdapat 59.4% dalam kalangan mereka yang tidak pernah melawati portal tersebut. SKMM melancarkan sebenarnya.my untuk memerangi masalah penyebaran berita palsu (Sebenarnya, 2020). Berdasarkan laporan tersebut, ia jelas menunjukkan tentang kurangnya kesedaran dalam kalangan pengguna untuk membuat semakan maklumat walaupun saluran tepat telah disediakan oleh pihak kerajaan.

Pada awalnya, penyebaran maklumat palsu dimulai dengan surat berantai, kemudian dihantar melalui emel dan mesej berantai. Namun kini, penyebaran maklumat palsu menjadi lebih kompleks dengan adanya media sosial baharu seperti Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter, dan lain-lain.

Maklumat sah bertahan lebih lama daripada maklumat palsu, seperti yang disimpulkan oleh kajian Fox (2018). Namun, dalam kajian tersebut, didapati bahawa 70% maklumat palsu di laman Twitter cenderung untuk disebar semula oleh pengguna, berbanding dengan maklumat sah. Di Malaysia, contohnya, masyarakat lebih mudah percaya maklumat yang disebar melalui WhatsApp (Siti Nur Izyandiyana Ab Hadi et.al (2022). Apabila maklumat palsu yang menyerupai berita tulen tersebar secara berterusan melalui pelbagai sumber, masyarakat akan cenderung untuk mempercayai berita tersebut. Ini secara tidak langsung menyebabkan kekeliruan dalam masyarakat dan menyulitkan pihak berkenaan dalam menyebarkan maklumat yang sah. Penyebaran maklumat palsu ini termasuklah dengan isu produk halal samada makanan dan bukan makanan.

Walaupun, telah diketahui bahawa media sosial berperanan penting dalam penyebaran maklumat produk halal, masih terdapat keperluan untuk mengukur sejauh mana pengaruh media sosial dalam membentuk persepsi dan kesedaran pengguna terhadap produk halal. Penelitian yang lebih mendalam dapat membantu untuk mengidentifikasi pemahaman dan kesedaran pengguna terhadap konsep *tabayyun* dalam penuliran maklumat produk halal melalui media sosial. Ia penting bagi pihak-pihak tertentu termasuklah badan pengesahan halal seperti JAKIM untuk meningkatkan literasi dan pendidikan pengguna tentang maklumat halal dengan lebih baik. Oleh itu, satu kajian awal telah dijalankan ke atas 190 orang pelajar Universiti Sultan Azlan Shah (USAS) untuk melihat pemahaman mereka mengenai konsep tabayyun serta tindakan mereka dalam menerima maklumat-maklumat yang kurang jelas mengenai produk halal melalui internet.

Selain itu, kajian lebih lanjut diperlukan untuk mengenalpasti kekuatan media sosial dalam mempengaruhi persepsi dan sikap pengguna terhadap produk halal. Oleh itu, perlu dikenalpasti mengenalpasti sumber-sumber maklumat produk halal yang diperolehi. Ia bertujuan untuk melihat bagaimana maklumat palsu ini disebar dan akhirnya sampai kepada pengguna.

Dalam konteks ini, penyelidikan mengenai pemeraksanaan tabayyun dalam konteks penuliran maklumat produk halal melalui media sosial perlu dijalankan untuk memahami bagaimana pengguna, terutamanya golongan mahasiswa, dapat menggunakan media sosial dengan bijak dan kritis dalam mencari, berkongsi, dan mengesahkan maklumat tentang produk halal. Golongan mahasiswa sebagai agen perubahan dan pengguna aktif media sosial memainkan peranan penting dalam membentuk persepsi dan tingkah laku pengguna berkaitan dengan produk halal. Berdasarkan Parker dan Igielnik (2020), generasi Z yang lahir selepas tahun 1996 adalah generasi yang bergantung sepenuhnya kepada Internet dan secara tidak langsung mudah menerima apa sahaja maklumat yang diperolehi melalui media sosial.

Secara umumnya kajian ini bertujuan untuk:

1. Mengenalpasti sumber maklumat halal produk yang diperolehi mahasiswa.
2. Mengenalpasti pemahaman mahasiswa mengenai konsep *tabayyun*.
3. Mengenalpasti kesedaran *tabayyun* mahasiswa terhadap produk halal.

3. Kajian Literatur

Tabayyun merujuk kepada satu kaedah dimana seseorang akan mengkaji, menyiasat dan menyemak untuk mengesahkan sesuatu sumber berita atau maklumat yang diterima sama ada dari sumber yang benar atau palsu sebelum mengambil tindakan atau membuat keputusan sama ada ianya berita benar atau palsu untuk disebar. Hukum tabayyun ini adalah wajib kepada semua manusia, berdasarkan firman Allah S.W.T di dalam Al-Quran surah Al-Hujurat ayat 6 yang berbunyi:

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

Bermaksud: wahai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.

Ayat ini seperti yang dinyatakan oleh Ibn Kathir merangkumi ayat yang yang begitu hebat kerana ia mengandungi pelajaran yang penting supaya orang tidak mudah diprovokasi, atau dengan mudah menerima maklumat sesuatu produk halal yang tidak jelas sumbernya, atau sesuatu maklumat yang memiliki sumber yang jelas tetapi sumbernya dikenal sebagai media untuk menyebarkan berita isu palsu, murah atau berita fitnah.

Penggunaan Internet dalam kalangan rakyat Malaysia telah meningkat saban tahun. Setakat penghujung 2020, Laporan Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM) mendedahkan sebanyak 88.7% populasi rakyat Malaysia adalah pengguna Internet dan memperlihatkan peningkatan sebanyak 1.3% berbanding tahun 2018 (Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia, 2020). 50% daripada pengguna biasa menghabiskan 5 hingga 12 jam sehari menggunakan Internet. Tujuan mereka menggunakan Internet adalah untuk bersosial dan 98.1% berkomunikasi menggunakan teks sama ada melalui WhatsApp, WeChat ataupun Telegram (Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia, 2020). Namun begitu, platform Facebook masih menjadi pilihan utama pengguna diikuti dengan Youtube, Instagram dan juga Twitter. Laporan dari Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia

Malaysia (2020) juga menunjukkan pengguna banyak berkongsi maklumat mengenai berita (66.9%) diikuti dengan pesanan khidmat masyarakat (60.9%), hiburan dan kandungan humor (56.1%) (Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia, 2020).

Satu kajian telah dijalankan oleh Shahidah Hamzah. et.al, (2020) mengenai impak penyebaran maklumat palsu dalam media sosial terhadap masyarakat kajian kes mahasiswa Universiti Tun Hussien Onn Malaysia (UTHM). Kajian tersebut mendapati media sosial sering disalahgunakan oleh segelintir masyarakat yang tidak beretika untuk menyebarkan berita dan maklumat palsu yang boleh mendatangkan impak yang negatif kepada individu, keluarga, masyarakat dan juga negara. Maklumat palsu seperti itu berisi faktor yang menipu, menghasut sentimen perkauman, memfitnah dan sebagainya. Ini sangat membimbangkan kerana maklumat dan berita tersebut boleh memberi impak yang negatif kepada penerimaan dan penggunaan. Ini membuktikan bahawa sekiranya masyarakat tidak mengaplikasikan konsep *tabayyun* di dalam mencari maklumat berkaitan produk halal, ini akan memberi impak yang buruk kepada masyarakat lain.

Kesedaran terhadap berita palsu menjadi faktor utama masyarakat melakukan tingkah laku *tabayyun* sebelum menyebarkan sesuatu berita. Seperti kajian yang telah dijalankan oleh Norahida Mohamed, Safiah Abdul Razak, Siti Nora'aeshah Zakaria dan Juwairiah Hassan pada tahun 2021 berkaitan berkaitan penularan wabak Covid-19 mendapati 35.8% masyarakat menyelidik siapakah pengarang berita berkaitan Covid-19 di media sosial; 82.4% masyarakat akan memastikan kesahihan berita mengenai Covid-19 sebelum dikongsi; dan 68.8% tahap tingkah laku *tabayyun* masyarakat terhadap berita Covid-19. Namun, perlu juga untuk diteliti bagaimana kesedaran pengguna terutama mahasiswa mengenai *tabayyun* terhadap produk halal (KUIPSAS, 2021).

4. Metodologi Kajian

Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan reka bentuk kajian tinjauan. Soal selidik sebagai instrumen utama digunakan sebagai kaedah pengumpulan data bagi kajian awal ini. Pemilihan responden menggunakan pensampelan bukan rawak terhadap pengguna media baharu dalam kalangan pelajar berusia 20 tahun ke atas yang memenuhi kriteria sebagai seorang belia. Kaedah persampelan ini digunakan memandangkan kajian ini adalah berbentuk kajian deskriptif. Kajian ini menggunakan 5 skala likert untuk menganalisis persetujuan responden dalam menerima maklumat melalui media sosial. Penggunaan skala Likert 5 poin ini digunakan bagi memudahkan penganalisan data dan juga memastikan responden memilih jawapan secara objektif. Perbincangan hasil kajian adalah secara deskriptif iaitu peratusan dan min. Item-item soalan dalam jadual disusun berdasarkan min tertinggi diikuti dengan min terendah.

Borang soal selidik yang digunakan mengandungi empat bahagian yang perlu dijawab oleh responden iaitu bahagian A: Maklumat Demografi, bahagian B: Pemahaman mengenai konsep *tabayyun*, bahagian C: Tindakan pelajar dalam penyebaran maklumat produk halal. Soalan-soalan di dalam borang soal selidik adalah berdasarkan pernyataan-pernyataan yang diambil daripada kajian lepas. Bagi memastikan soalan-soalan tersebut sesuai digunakan dalam kajian ini, maka proses validasi telah dilaksanakan.

5. Hasil Kajian

Demografi Responden

Jadual 1 menunjukkan taburan responden mengikut data demografi, iaitu sumber maklumat mengenai jantina, umur, semester, dan sumber-sumber maklumat produk halal. Hasil yang

diperoleh menunjukkan bahawa majoriti responden iaitu 65.3% adalah responden wanita iaitu seramai 124, sementara 34.7% responden lelaki iaitu seramai 66 responden.

Responden yang terlibat adalah dari semester 1 hingga semester 8 yang mana majoriti pelajar berada pada semester akhir iaitu semester 5 & 6 (57.8%) diikuti dengan semester 3 & 4 (25.7%), semester 7 & 8 (12.6%) serta semester 1 & 2 (3.6%).

Jadual 1: Taburan Responden Mengikut Demografi (n=190)

Item	Kekerapan	Peratusan	
Jantina	Lelaki	66	34.7%
	Perempuan	124	65.3%
Umur	20-23	107	56.3%
	24 ke atas	83	43.7%
Semester	Sem 1 – Sem 2	7	3.6%
	Sem 3 – Sem 4	49	25.7%
	Sem 5 – Sem 6	110	57.8%
	Sem 7 – Sem 8	24	12.6%
Sumber maklumat produk halal	Ahli	23	12.1%
	Keluarga		
	Rakan-Rakan	82	43.2%
	Media Sosial	157	82.6%
	Pemerhatian	60	31.6%

Pengkaji menyenaraikan empat sumber iaitu ahli keluarga, rakan-rakan, media sosial, dan pemerhatian. Sumber yang didapati dari maklumat ahli keluarga menunjukkan sebanyak 12.1%, mewakili 23 responden. Sumber seterusnya melalui rakan-rakan adalah sebanyak 43.2%, mewakili 82 responden, diikuti oleh media sosial, menyumbang sebanyak 82.6%, mewakili 157 responden. Akhir sekali, melalui sumber pemerhatian adalah sebanyak 31.6%, mewakili seramai 60 responden.

Sumber Maklumat Halal Produk Yang Diperolehi Mahasiswa

Jadual 2: Sumber Maklumat Halal Produk Yang Diperolehi Mahasiswa

Sumber	Kekerapan	Peratus (%)
JAKIM	115	60.5
Facebook	91	47.9
Media sosial	118	62.1
Majalah	35	18.4
Risalah	33	17.4
Poster	31	16.3
Akhbar	68	35.8
Televisyen	102	53.7
Laman web	117	61.6
Artikel, Kajian, Tesis dan Buku	1	0.5
Orang sekeliling	1	0.5
Twitter	1	0.5

Berdasarkan Jadual 2, menunjukkan taburan sumber-sumber maklumat produk yang diperoleh. Melalui kajian yang dilakukan, pengkaji mendapati bahawa nilai peratusan yang tertinggi adalah pada sumber media sosial dan menunjukkan peratusannya sebanyak 62.1% responden mencari sumber-sumber maklumat menggunakan media sosial. Media sosial amat berguna kepada masyarakat dalam mencari pelbagai input dan maklumat untuk kegunaan seharian. Selain itu, menurut Siti Rokiah Ab Rahman et.al (2017), media sosial merupakan media yang bebas dari pelbagai bentuk perbincangan awam kerana tidak dipengaruhi oleh kerajaan atau pemerintah yang berkuasa. Oleh itu, semua bentuk perbincangan kritikal, perkongsian maklumat, dan komunikasi dengan masyarakat lain dapat diselesaikan dengan lebih berkesan.

Nilai peratusan kedua tertinggi pula tercatat pada sumber JAKIM dan menunjukkan tahap peratusan sebanyak 60.5% responden juga turut mencari sumber-sumber daripada pihak yang berautoriti. Responden bukan sahaja merujuk kepada sumber media sosial sahaja, tetapi responden juga turut merujuk pihak JAKIM dalam mencari kepastian berkaitan sumber-sumber maklumat produk halal. Oleh kerana dengan bersumberkan pihak berautoriti dapat meyakinkan bahawa maklumat produk halal yang diperolehi boleh dipercayai.

Seterusnya, peratusan ketiga tertinggi ialah dari laman web iaitu 61.6%. Responden juga bukan sahaja merujuk menggunakan media sosial dan pihak berautoriti sahaja untuk mencari sumber maklumat, malah responden juga turut menggunakan laman web sebagai sumber untuk mencari maklumat produk. Selain itu, laman web merupakan satu media yang menyediakan pelbagai kemudahan kepada masyarakat dalam mencari pelbagai maklumat berkaitan sumber maklumat produk makanan halal.

Pemahaman Pelajar Mengenai Konsep Tabayyun

Berdasarkan Jadual 3, responden memahami bahawasanya berita yang telah diselidiki sahaja boleh disebarkan (min = 4.64) dan berita yang diterima melalui media sosial hendaklah diselidiki terlebih dahulu (min = 4.59). Ini menunjukkan mereka sebenarnya sudah mampu berfikir lebih matang dengan memeriksa sesuatu berita ataupun maklumat yang diperoleh daripada media sosial sebelum menyebarkannya kepada pihak lain. Sekiranya maklumat diperoleh dari sumber yang tidak jelas atau fasiq, maka mereka perlu bertabayyun. Sesungguhnya, Islam sangat melarang umatnya menyampaikan sesuatu berita yang tidak jelas akan kebenarannya, asal-usul dan kesahihannya kepada masyarakat kerana perkara sebegini akan memberi impak yang negatif kepada masyarakat.

Selain itu, responden juga sangat bersetuju bahawa maklumat yang tepat dapat menjadikan mereka seseorang yang mampu bertindak atas asas kebenaran yang kukuh (min = 4.58). Ini kerana, konsep tabayyun itu sendiri memerlukan seseorang berwaspada dalam membuat sebarang kesimpulan. Justeru, mereka memahami kepentingan membuat pengesahan status sebenar maklumat yang diperoleh bagi mengelakkan penularan maklumat palsu dengan lebih teruk.

Manakala 65.8% responden memahami dengan bertabayyun, dapat menyekat penularan bahaya fitnah yang boleh mengancam keselamatan masyarakat (min = 4.57) dan negara (min = 4.51). Malah mereka sedar tindakan menyebarkan maklumat tanpa menyelidik terlebih dahulu merupakan satu kesalahan (min = 4.51) dan sekiranya gagal mengamalkan tabayyun maka akan mengakibatkan musibah kepada masyarakat (min = 4.51).

Jadual 3: Pemahaman Pelajar Mengenai Konsep Tabayyun

PERNYATAAN	Peratus (%)						
	1	2	3	4	5	Min	SP
Berita yang telah diselidiki kebenarannya sahaja yang boleh disebarkan.	0.5	1.1	3.2	24.2	71.1	4.64	0.65
Berita yang diterima melalui media sosial hendaklah diselidiki terlebih dahulu.	0.5	0.5	4.2	28.4	66.3	4.59	0.65
Maklumat yang tepat dapat menjadikan kita seseorang yang mampu bertindak atas asas kebenaran yang kukuh.	0.5	0.5	3.7	31.1	64.2	4.58	0.64
Tabayyun dapat menyekat penularan bahaya fitnah yang boleh mengancam keselamatan masyarakat.	0.5	0.5	5.8	27.4	65.8	4.57	0.68
Menyebarkan maklumat tanpa menyelidik terlebih dahulu merupakan satu kesalahan.	1.6	1.6	3.7	27.9	65.3	4.54	0.78
Menyebarkan maklumat tanpa menyelidik terlebih dahulu merupakan satu kesalahan.	1.6	1.6	3.7	27.9	65.3	4.54	0.78
Tidak semua maklumat yang kita perolehi boleh disebarkan.	1.6	0	6.3	30	62.1	4.51	0.75
Kegagalan mengamalkan tabayyun akan mengakibatkan musibah kepada masyarakat.	0.5	0.5	5.3	34.4	59.3	4.51	0.67
Tabayyun dapat menyekat peneluran bahaya fitnah yang boleh mengancam keselamatan negara.	1.1	1.1	7.4	27.4	63.2	4.51	0.77
Kegagalan mengamalkan tabayyun akan mengakibatkan musibah kepada diri sendiri.	0.5	0.5	7.4	33.7	57.9	4.47	0.70
Mengadakan berita palsu adalah tanda-tanda orang munafik dan perbuatannya adalah berdosa.	2.1	2.1	7.9	25.3	62.6	4.44	0.89
Saya tidak hanya membaca tajuk sesuatu maklumat, tetapi juga membaca isi kandungannya.	0.5	0	7.9	48.9	42.6	4.33	0.67
Maklumat yang tepat dapat menjadikan kita sebagai seorang yang menepati kehendak syarak.	0.5	0	22.6	29.5	47.4	4.23	0.83
Keseluruhan Min dan SP						4.50	0.73

Kesedaran Tabayyun Terhadap Produk Halal

Berdasarkan kajian yang telah dijalankan (Jadual 4), didapati pelajar mempunyai kesedaran yang tinggi iaitu mereka akan memastikan bahawa produk makanan mempunyai sijil/logo halal dari JAKIM sebelum memakan/membeli produk tersebut (min = 4.54). Ini diikuti dengan mereka tidak akan menyebarkan maklumat produk yang tidak sah (min = 4.49) dan akan menyelidik terlebih dahulu maklumat produk sebelum menyebarkannya (min = 4.47). Pelaksanaan amalan bertabayyun juga bergantung kepada variasi latar belakang pendidikan,

tahap pemikiran, pengalaman berkomunikasi dan interaksi cara berfikir. Kajian yang dilakukan oleh Nuramaliya dan Rosmawati (2021) menunjukkan bahawa perbezaan latar belakang dan tahap pendidikan memainkan peranan penting dalam amalan tabayyun netizen dalam menerima dan menyebarkan maklumat di media sosial. Kumpulan netizen yang memiliki latar belakang pendidikan cenderung untuk mengamalkan tabayyun dengan baik dan berhati-hati dalam menerima maklumat, serta merujuk kepada sumber yang sahih dan berwibawa sebelum membagikannya. Tidak mengejutkan bahawa pelajar di USAS menunjukkan kepentingan dalam amalan tabayyun terhadap maklumat yang diterima. Mereka juga setuju untuk menyelidik kebenaran maklumat sebelum menyebarkannya kepada orang lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahawa latar belakang pendidikan juga mempengaruhi individu dalam mengamalkan tabayyun dalam penerimaan dan penyebaran maklumat melalui media sosial.

Jadual 4: Kesedaran Tabayyun Mahasiswa berkaitan Produk Halal

	PERNYATAAN	Peratus (%)					Min	SP
		1	2	3	4	5		
1.	Saya akan memastikan bahawa produk makanan mempunyai sijil/logo halal dari JAKIM sebelum memakan/membeli produk tersebut	0.0	0.5	7.4	30.0	62.1	4.54	0.66
2.	Saya tidak akan menyebarkan maklumat produk yang tidak sahih	0.0	1.6	5.8	34.2	58.4	4.49	0.68
3.	Adakah anda akan menyelidik terlebih dahulu maklumat produk sebelum menyebarkannya	0.5	0.5	5.3	38.4	55.3	4.47	0.67
4.	Saya tidak sewenang-wenangnya mudah percaya tentang sesuatu produk makanan yang viral.	0.5	1.1	7.9	40	50.5	4.39	0.72
5.	Saya akan merujuk laman rasmi sesuatu jenama, produk, makanan untuk mengetahui status halal makanan tersebut	0.5	3.2	12.6	32.6	51.1	4.31	0.85
6.	Saya akan merujuk laman rasmi sesuatu jenama untuk memeriksa status halal sesebuah premis	0.0	2.1	12.6	39.5	45.8	4.29	0.77
7.	Saya tidak pernah menyebarkan sesuatu maklumat tanpa usul periksa sumbernya	0.5	1.6	15.3	36.8	45.8	4.26	0.81
8.	Saya akan bertanya dan merujuk berita yang tidak diketahui kepada yang lebih pakar. Contoh: Mufti Wilayah, JAKIM, Majlis Keselamatan Makanan dan Pemakanan Kebangsaan (MKMPK)	0.5	2.1	26.3	41.1	30	3.98	0.84
9.	Saya akan melaporkan kepada pihak berkuasa sekiranya maklumat produk yang disebarkan itu tidak betul	1.1	3.7	23.7	47.4	24.2	3.9	0.85
Keseluruhan Min dan SP						4.29	0.76	

6. Kesimpulan

Islam amat menitikberatkan amalan bertabayyun dalam proses penerimaan dan penyampaian maklumat telus kepada masyarakat. Ini bertujuan melahirkan umat yang terhindar daripada perilaku fitnah, perselisihan faham dan berprasangka antara satu sama lain.

Dengan mengamalkan tabayyun dalam penerimaan dan penyebaran maklumat mengenai produk halal, umat Muslim dapat menjaga integriti dan kualiti produk halal yang mereka gunakan. Tabayyun juga membantu menghindari penyebaran maklumat palsu atau tidak sah yang disebarkan melalui internet mengenai produk halal, yang boleh membingungkan umat dan merosakkan kepercayaan terhadap sijil halal yang sah.

Berdasarkan kajian ini, didapati mahasiswa memainkan peranan penting sebagai agen penyebar informasi yang dapat membantu meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat tentang produk halal. Dalam konteks produk halal, pemahaman yang baik terhadap tabayyun dapat membantu menghindari penyebaran informasi yang salah atau tidak tepat tentang isu halal.

Selain itu juga, media sosial dianggap sebagai sumber utama informasi mengenai produk halal menunjukkan pentingnya peranan media sosial dalam menyediakan akses informasi bagi mahasiswa. Dalam era digital kini, media sosial memiliki potensi besar untuk mempengaruhi pandangan dan keputusan konsumen mengenai produk halal.

Pelbagai kempen pesanan khidmat masyarakat perlu dipergiatkan untuk mendidik orang awam supaya mereka menggunakan platform yang telah disediakan oleh pihak kerajaan tersebut secara optimum. Ini akan membantu membentuk sikap generasi yang lebih bertanggungjawab terhadap maklumat yang disampaikan dalam media sosial serta dapat mengurangkan budaya penularan maklumat palsu di kalangan warga siber.

Kesedaran terhadap pentingnya amalan tabayyun dalam hubungan dengan produk halal juga perlu disebarkan melalui program-program pendidikan dan kesedaran kepada umat Muslim. Dalam hal ini, pendidikan literasi halal dan penghayatan prinsip tabayyun dapat memainkan peranan penting dalam membekalkan umat dengan pengetahuan dan kemahiran yang diperlukan untuk membuat keputusan yang bijak dan bertanggungjawab dalam memilih dan mengesahkan produk halal.

Dengan mengaitkan konsep tabayyun dengan produk halal, umat Muslim dapat memastikan amalan yang komprehensif dalam menentukan kehalalan produk dan membangunkan masyarakat yang berwawasan dan bermoral tinggi dalam mengamalkan prinsip halal dalam kehidupan mereka.

Kajian ini menyediakan pemahaman awal tentang pemahaman dan tindakan mahasiswa dalam penyebaran informasi produk halal. Implikasi dari temuan ini dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut dalam konteks yang lebih luas, termasuk penelitian yang melibatkan sampel yang lebih besar dan melibatkan kumpulan pengguna atau masyarakat yang lain.

Penghargaan

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Universiti Teknologi MARA (UiTM), Cawangan Melaka, Malaysia atas dana yang diterima melalui Geran TEJA Dalaman 2023 (GDT2023/1-3) untuk menyokong kajian ini.

Rujukan

Al-Quran al-Karim.

Ahmad Hidayat Buang & Zulzaidi Mahmud. (2012). Isu Dan Cabaran Badan Pensijilan Halal Di Malaysia. *Jurnal Syariah*, 20(3), 271-288.

- Fox, M. (2018). Fake News: Lies spread faster on social media than truth. NBC News. Retrieved from <https://www.nbcnews.com/health/health-news/fake-news-lies-spread-faster-social-media-truth-does-n854896oes>
- KUIPSAS (Ed.). (2020, August 14). *Kesedaran berita palsu faktor Utama "Tabayyun."* Universiti Islam Pahang Sultan Ahmad Shah. <https://www.kuipsas.edu.my/kesedaran-berita-palsu-faktor-utama-tabayyun/>
- Muhammad Firdaus Muhammad Sabri, Mohd Fadhli Ab Rahman, Nur Muizz Mohamed Salleh & Aimi Fadzirul Kamarubahrin (2021). Pemahaman Pengguna Muslim Terhadap Karakteristik Logo Halal Yang Diiktiraf Jakim: Satu Kajian Rintis. *E-Journal Of The 8th Edition On Arabic Studies & Islamic Civilization 2021* (ICASIC 2021), 32- 47
- Nuramaliya Mohamad Rosman, & Rosmawati Mohamad Rasit. (2021). Amalan Tabayyun Netizen dalam Menerima dan Menyampaikan Maklumat di Media Sosial: Tabayyun Netizens Practices in Receiving and Conveying Information on Social Media. *The Sultan Alauddin Sulaiman Shah Journal (JSASS)*, 8(1), 96-109. Retrieved from <https://jsass.kuis.edu.my/index.php/jsass/article/view/157>
- Siti Nur Izyandiyana Ab Hadi et al. (2022). Pengaruh Pemahaman Tabayyun Terhadap Tindakan Penerimaan Maklumat Melalui Media Sosial dalam kalangan Pelajar. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 7(6), e001486. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v7i6.1486>
- Parker, K., & Igielnik, R. (2020). On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know About Gen Z So Far. Pew Research Centre. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far-2>
- Siti Rokiah Abd Rahman, Fadzli Adam, Siti Khatijah Yasin & Fakharatu Naimah Muhad. (2017). Pengaruh Media Sosial Terhadap Penglibatan Masyarakat Dalam Gerakan Isis Di Malaysia. *International Conference On Empowering Islamic Civilization (ICIC 2017)*. Terengganu, Malaysia.
- Shahidah Hamzah (2020) *Impak penyebaran berita palsu nelalui sosial media terhadap masyarakat*. Jabatan sains sosial. Universiti Tun Hussein Onn Pusblisher.
- Sebenarnya.my (2020). Tentang Kami. Sebenarnya. Retrieved from <https://sebenarnya.my/tentang-kami/>
- Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia. (2020). Kajian Pengguna Internet 2020. Retrieved from <https://www.mcmc.gov.my/ms/resources/statistics/internet-users-survey#>