



## DIMENSI ASET WAKAF SENI KANDUNGAN MEDIA DIGITAL

**Md Rozalafri Johori<sup>1</sup>, Wawarah Saidpudin<sup>1</sup>,  
Rosmawati Mohamad Rasit<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Faculty of Social Sciences, Universiti Islam Selangor (UIS), Bandar Seri Putra, 43000 Kajang, Selangor, Malaysia.

<sup>2</sup>Faculty of Islamic Studies, Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM), 43600 Bangi, Selangor, Malaysia.

Corresponding Author: Md Rozalafri Johori (PhD). Faculty of Social Sciences, Universiti Islam Selangor (UIS), Bandar Seri Putra, 43000 Kajang, Selangor, Malaysia. Email: rozalafri@uis.edu.my.

### Abstrak

Institusi pengurusan wakaf di Malaysia memberikan pelbagai pilihan kepada muslim untuk menginfakkan wakaf termasuk dalam bentuk aset kesenian. Namun, wakaf seni kandungan media digital belum mempunyai dimensi yang jelas dalam pentakrifannya sebagai aset. Jadi, objektif kajian ini adalah untuk menganalisis dimensi wakaf seni daripada aspek kandungan media digital. Kajian kualitatif ini menggunakan reka bentuk penyelidikan kaedah tinjauan tematik secara Tinjauan Literatur Sistemik (SLR) yang mana berdasarkan proses saringan, 6 artikel telah digunakan sebagai asas kajian yang dianalisis menggunakan ATLAS.ti. Hasil kajian mendapati bahawa aset wakaf seni kandungan media digital mempunyai lima dimensi iaitu (1) nilai aset, (2) isi kandungan, (3) format kandungan, (4) hak milik dan (5) tempoh hayat. Kesimpulannya, pencerahan takrifan dimensi wakaf seni dalam kandungan media digital ini penting agar dapat memberikan manfaat yang besar dari segi menarik minat masyarakat mewakafkan aset seni mereka seterusnya meningkatkan dana wakaf negara.

**Kata kunci:** Wakaf seni, wakaf harta intelek, kandungan media digital, aset wakaf, *systematic literature review* (SLR)

## ***(DIMENSIONS OF DIGITAL MEDIA CONTENT WAQF ASSETS)***

### **Abstract**

*Waqf management institutions in Malaysia provide various options for Muslims to endow waqf, including in the form of artistic assets. However, the waqf of digital media content art has not yet been clearly defined in its dimensions as an asset. Therefore, the objective of this study is to analyse the dimensions of artistic waqf from the perspective of digital media content. This qualitative study employs a systematic literature review (SLR) research design, where, through the screening process, 6 articles were used as the basis for analysis using ATLAS.ti. The study found that the waqf assets of digital media content art has five dimensions, namely (1) asset value, (2) content, (3) content format, (4) ownership, and (5) asset longevity. In conclusion, clarifying the definition of the dimensions of artistic waqf in digital media content is essential to provide significant benefits in attracting public interest in endowing their artistic assets and subsequently enhancing the nation's waqf fund.*

**Keywords:** *Art waqf, intellect property waqf, digital media content, waqf assets, systematic literature review (SLR).*

Received: December 25, 2023

Accepted: June 25, 2024

Online Published: June 30, 2024

### **1. Pendahuluan**

Wakaf merupakan suatu bentuk ibadah yang amat dianjurkan dalam Islam. Terdapat banyak ayat Al-Quran dan juga hadis Nabi SAW yang menerangkan keutamaan berwakaf. Antaranya ialah wakaf mendorong tercapainya kebaikan yang sempurna (Ali Imran 3:92); pahala sentiasa mengalir berlipat ganda kepada pihak yang berwakaf (Al-Baqarah 2:261); Allah menyediakan balasan secukupnya dan memelihara pewakaf (Al-Anfal 8:60); dan Nabi SAW menganjurkan sahabatnya iaitu Saidina Umar untuk mewakafkan sebidang tanah di Khaibar dan mensedekahkan hasil tanah tersebut dalam bentuk buah-buahan/ makanan kepada fakir miskin, kaum kerabat dan sebagainya.

Pada hari ini, rakyat Malaysia yang beragama Islam mempunyai pelbagai pilihan dalam berwakaf. Selain daripada menginfakkan hartanah (tanah dan bangunan fizikal), mereka juga boleh menyertai wakaf melalui sumbangan tunai, saham, ilmu, dan juga kesenian. Menurut laporan yang diterbitkan oleh eMarketer pada tahun 2019, pasaran kandungan media digital di Malaysia dijangka akan mencapai USD 4.1 milion pada tahun 2020, dengan pertumbuhan sebesar 14.5% dari tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini didorong oleh peningkatan pengguna internet melalui telefon pintar, serta peningkatan dalam e-commerce

---

dan pemasaran digital. Malah berdasarkan laporan yang diterbitkan oleh eMarketer pada tahun 2020, trend terkini pengguna media digital di Malaysia adalah sebagai berikut:

1. Pertumbuhan pengguna internet: Jumlah pengguna internet di Malaysia dijangka akan meningkat hingga 97.4% pada tahun 2022.
2. Pertumbuhan pengguna peranti mobile: Lebih dari setengah penduduk Malaysia menggunakan peranti mudah alih untuk mengakses internet.
3. Peningkatan dalam *e-commerce*: Pertumbuhan *e-commerce* di Malaysia dijangka akan meningkat hingga 16.5% pada tahun 2020.
4. Peningkatan dalam pemasaran digital: Pemasaran digital di Malaysia dijangka akan meningkat hingga 13.9% pada tahun 2020.
5. Penggunaan sosial media: Lebih dari setengah penduduk Malaysia menggunakan sosial media, dengan Facebook yang paling popular.
6. Penggunaan aplikasi mobile: Aplikasi mobile seperti WhatsApp, Instagram, dan TikTok sangat popular di Malaysia.
7. Penggunaan video dalam talian: Video dalam talian seperti YouTube dan TikTok sangat popular di Malaysia, terutama di kalangan generasi muda.
8. Penggunaan *live streaming*: *Live streaming* juga menjadi trend yang semakin popular di Malaysia, terutama di kalangan pengengaruh dan pengguna sosial media.

Pekembangan ini merupakan potensi besar untuk inisiatif wakaf seni melalui kandungan media digital mendapatkan manfaat meningkatkan pendapatan. Contohnya peluang ini akan mengukuhkan Selangor yang merupakan negeri yang memiliki jumlah wakaf terbesar di Malaysia dengan jumlah wakaf yang diterima sebanyak 36.7% dari jumlah wakaf yang diterima di seluruh Malaysia (Laporan Suruhanjaya Wakaf Malaysia tahun 2018). Selain itu, jumlah wakaf yang diterima di Selangor juga meningkat dari tahun ke tahun. Ini dapat diperhatikan berdasarkan laporan yang diterbitkan oleh Suruhanjaya Wakaf Malaysia pada tahun 2019, Selangor merupakan salah satu negeri dengan jumlah wakaf terbanyak di negara ini. Laporan tersebut menunjukkan bahawa Selangor mencatat jumlah wakaf sebanyak 2,940 atau sekitar 15% dari jumlah wakaf di seluruh negara.

Malah, jika melihat kepada perkembangan terkini, awal tahun 2023, terdapat 33.03 juta pengguna internet di Malaysia, yang mana penggunaan internet mencapai 96.8%. Malah, Malaysia mempunyai 26.80 juta pengguna media sosial sehingga Januari 2023, iaitu 78.5% daripada jumlah populasi penduduk. Selain itu, jumlah keseluruhan telefon mudah alih yang aktif di Malaysia pada awal tahun 2023 ialah sebanyak 44.05 juta, dengan angka ini bersamaan dengan 129.1% daripada jumlah penduduk keseluruhan.

Jadi, melalui wakaf seni yang diperkenalkan ini, terdapat potensi yang besar jika ia diperluaskan serta dipromosi secara agresif kepada pembikin kandungan digital. Berdasarkan maklumat yang diterima penyelidik, inisiatif yang bijak memperkenalkan skim wakaf seni yang menasarkankan golongan artis dan penggiat seni untuk turut serta menyumbangkan usaha seni sebagai wakaf sangatlah dipuji. Namun begitu, dalam era teknologi media digital ini, skop wakaf seni perlu diperluas kepada industri media digital yang kini menguasai pasaran media tempatan dan dunia. Dengan cara ini, bukan hanya golongan artis, tetapi golongan

---

pempengaruh dan pembikin kandungan media digital juga turut boleh beribadah dan bertaqarrub kepada Allah SWT dengan mewakafkan hasil karya mereka untuk ditukar kepada wang ringgit seterusnya dijadikan aset kekal untuk memenuhi objektif wakaf.

## **2. Wakaf Seni sebagai Wakaf Harta Intelek**

Secara umum, wakaf harta intelek kandungan media digital di Malaysia masih dalam tahap pengembangan dan perlu lebih banyak kerjasama antara pihak yang bertanggungjawab iaitu pihak Majlis Agama Islam Negeri dan pemilik kepentingan bagi menyempurnakan peraturan yang ada dan meningkatkan kesedaran masyarakat tentang wakaf seni ini.

Di Malaysia, harta intelek boleh diwakafkan melalui peraturan yang dikeluarkan oleh Majlis Agama Islam Negeri (MAIN) yang bertanggungjawab untuk mentadbir kegiatan wakaf di negara ini. Namun, dalam hal ini wakaf harta intelek kandungan media digital masih menjadi hal yang jarang dilakukan dan diterokai. Ini kerana wakaf harta intelek sangat dipengaruhi oleh undang-undang hak cipta yang terdapat di Malaysia. Malah, peraturan hak cipta yang ditetapkan masih sangat terbatas dalam perkara ini. Oleh itu, terdapat beberapa isu yang perlu diambil perhatian serius dalam wakaf harta intelek di Malaysia iaitu:

1. Wakaf harus dilakukan dengan cara yang sah menurut undang-undang wakaf dan peraturan hak cipta yang ada.
2. *Wakif* harus menyediakan dokumentasi yang jelas tentang kandungan yang diwakafkan, termasuk perincian karya seni dan hak cipta tersebut.
3. Wakaf harus dilakukan dengan cara yang telus agar tidak merugikan pihak lain.
4. Wakaf harta intelek tersebut harus diuruskan dengan baik dan diaudit secara berkala bagi memastikan kandungan media tersebut sesuai dengan tujuan wakaf.

Hasil seni merupakan salah satu harta intelek yang boleh dimanfaatkan sebagai harta wakaf. Wakaf seni yang diperkenalkan oleh PWS adalah suatu bentuk wakaf yang digunakan untuk mendukung kegiatan seni dan budaya. Wakaf seni dapat digunakan untuk membiayai pembangunan aktiviti muzium, galeri seni, atau fasiliti seni lainnya. Wakaf seni juga dapat digunakan untuk menyediakan pendidikan seni dan budaya bagi anak-anak, remaja, atau masyarakat umum. Melalui wakaf seni yang dilaksanakan, ia dapat dimanfaatkan dengan menyumbangkan dana kewangan, barang berharga, atau hartanah yang digunakan untuk menjana pendapatan bagi kegiatan seni dan budaya.

Ini kerana kesenian boleh diertikan sebagai usaha untuk mencipta sesuatu yang menyenangkan. Al-Farabi menjelaskan seni sebagai ciptaan yang berbentuk keindahan. Pandangan Islam mengenai kesenian ajaran Islam meliputi hubungan manusia dengan Allah (*hablun min Allah*) dan hubungan manusia sesama manusia (*hablun min al-nas*). Oleh itu berikut merupakan objektif wakaf seni Perbadanan Wakaf Selangor (Buletin Perbadanan Wakaf Selangor (2013) iaitu:

1. Menyeru masyarakat terutamanya golongan artis, penyanyi, pelakon, pengarah filem atau drama, penulis lirik, pelukis atau mana-mana golongan dari industri seni untuk sama-sama menghayati dan mengamalkan ibadah wakaf.
2. Memberi alternatif kaedah berwakaf kepada pewakaf terutamanya golongan dari bidang seni.
3. Fokus utama program ini adalah untuk memperolehi semaksima mungkin kutipan Wakaf Seni di mana akan kemudiannya meningkatkan sumbangan wakaf tunai.

Komponen wakaf seni adalah merupakan wakaf aset yang berbentuk *intangibile* iaitu hak cipta intelek. Ia diperkenalkan oleh Perbadanan Wakaf Selangor (PWS), melalui skim wakaf seni yang mensasarkan golongan penggiat seni dan pencipta kandungan untuk turut serta menyumbangkan usaha seni mereka ke jalan yang diredai oleh Allah SWT. Wakaf Seni yang diperkenalkan pada Jun 2013 membolehkan golongan ini mewakafkan hasil seni yang ditukar dalam bentuk wang tunai sebelum diterjemahkan dalam bentuk aset kekal untuk kemaslahatan umat Islam (Sinar Harian, 2013)

Melalui kaedah ini pencipta kandungan media digital, penulis lirik, pencipta lagu, penerbit filem, drama dan teater, syarikat produksi, artis yang bernaung di bawah Persatuan Seniman Malaysia dan ahli Persatuan Animasi Malaysia boleh menyumbangkan karya hak cipta mereka untuk diwakafkan (Mohd Ali, 2019). Dengan cara ini hasil karya harta intelek yang diwakafkan ini mampu menjana keuntungan dan kemudian manfaat tersebut ditukarkan kepada aset kekal supaya memenuhi objektif pewakafan harta yang kekal (*tangible*).

Ia merupakan suatu inovasi wakaf yang kreatif dan unik kerana wakaf seni adalah suatu industri yang melibatkan hak cipta intelek yang melibatkan kandungan media. Inisiatif komponen wakaf ini mampu menggalakkan penerbit atau individu menyumbang dalam mewakafkan kandungan media atau hak cipta intelek. Harta intelek ini mampu menjana pendapatan apabila dimanfaatkan dan disiarkan dalam saluran penyiaran Islam terutama di platform media digital seperti Youtube, Facebook, Instagram dan TikTok. Platform media digital ini mampu menjana pendapatan berdasarkan pelbagai kaedah terutama jumlah tontonan.

### **3. Pernyataan Masalah**

Secara umum berdasarkan beberapa kajian pula merumuskan bahawa kesedaran warga Malaysia dalam wakaf adalah di tahap rendah (Wan Kamal Mujani et. al, 2014; Mohamad Zaim et. al, 2015; Hasyeilla Abd Mutalib et. al, 2017). Menurut Wan Kamal Mujani et. al, (2014), majoriti masyarakat mempunyai persepsi bahawa wakaf hanya terhad kepada tanah perkuburan dan masjid. Sedangkan konsep wakaf adalah amat luas yang mencakupi pelbagai aspek termasuk aset, bangunan, perumahan, wakaf tunai dan wakaf seni.

Berlaku perkembangan yang baik tentang penghasilan kandungan media digital khususnya dalam menjana ekonomi perkapita negara. Industri seni kreatif merupakan antara industri yang menyumbang kepada sumber pendapatan ekonomi negara. Muncul pengamal

---

media Muslim yang berminat mengangkat kandungan media digital dari perspektif Islam. Oleh itu, terdapat banyak sumber kandungan media digital yang mengangat naratif Islam.

Sebahagian pengamal media Muslim ini memahami tanggungjawab sosial dalam menghasilkan karya seni yang baik sebagai rujukan industri. Walau bagaimanapun, peluang memahami konsep wakaf seni yang terhad menyebabkan kebanyakan pengamal media di Malaysia tidak menjadikan amalan berwakaf ini sebagai salah satu amalan sedekah. Sedangkan ramai dalam kalangan mereka merupakan para derwaman yang gemar melakukan sedekah dan berinfaq harta. Pengamal media Muslim khususnya perlu diberi pendedahan kepada skim wakaf seni yang diperkenalkan oleh PWS agar kefahaman tentang wakaf seni lebih menyeluruh dalam kalangan pengamal industri seni di Malaysia.

Namun, penjenamaan wakaf seni hanya menunjukkan skop kecil khususnya perlindungan harta intelek melalui hak cipta sahaja. Malah menurut Nurul Azma (2018) di PWS, wakaf seni ini masih belum dipromosikan secara optimum yang mana pihak PWS (2016) hanya menyasarkan golongan penggiat seni untuk mewakafkan hasil seni mereka. Sedangkan wakaf seni sepatutnya lebih menyeluruh merangkumi sumber kandungan media digital.

Justeru, terdapat keperluan bagi membangunkan kerangka yang lebih menyeluruh bagi meningkatkan penyariatan amalan berwakaf bagi menjana ekonomi dalam industri seni kreatif di Malaysia dalam skala yang lebih besar. Isu-isu yang dibincangkan di atas menimbulkan beberapa persoalan untuk menjadikan kajian ini signifikan untuk dilaksanakan.

#### **4. Konsep Wakaf**

Secara asasnya daripada sudut bahasa, perkataan wakaf diambil daripada kata dasar perkataan Arab yang merujuk kepada beberapa pengertian iaitu berdiri, berdiri tegak, tetap dalam diam dan tidak bergerak-gerak (Ibn Manzur, 1990). Secara jelas konsep ini menyatakan bahawa wakaf ialah sesuatu harta yang tidak boleh dijual beli, tidak boleh diwarisi, namun hanya keuntungan dan manfaatnya sahaja yang dimiliki (al-Tarabilisiy, 1902; Abdul Mawjud &?, 1994). Malah istilah wakaf menurut al-Imam Abu Hanifah adalah menahan harta atas milik wāqif dan bersedekah dengan manfaatnya (Abdul Mun'im, 2002). Ini lebih jelas daripada Muhammad dan Abu Yusuf daripada Mazhab Hanafi yang menyatakan bahawa wakaf ialah menahan harta atas hukum milik Allah Taala dan bersedekah dengan manfaat (al-Zarqa, 1998).

Selain itu menurut ulama kontemporari, wakaf adalah menahan harta benda berupa rumah atau tanah untuk jalan Allah seperti menginfakkan hasilnya bagi kegunaan para penuntut ilmu yang memerlukan (Yusuf Sinaga, 2007). Selain itu, menurut *junhur ulama* juga bahawa kedudukan wakaf sebagai harta milik Allah buat selama-lamanya yang disokong oleh Abu Zahrah (Yusuf Sinaga, 2007). Ini merupakan definisi yang paling tepat di sisi *fuqaha* (al-Amin, 2004). Walaupun terdapat pelbagai istilah yang dikemukakan oleh para ulama, namun ia tidak menunjukkan perbezaan yang ketara dari sudut istilah teknikal kerana majoriti ulama beranggapan bahawa wakaf ialah sedekah, cuma terdapat sebahagian ulama yang mengatakan

---

wakaf adalah kontrak ke atas pemilikan manfaat manakala yang lain berpendapat ia merupakan sedekah yang mengharamkan pemilikan ke atas *waqif* (Mohd Ali, 2019).

## 5. Media Digital

Media digital adalah segala bentuk media yang menggunakan teknologi digital untuk menyampaikan informasi atau konten. Ini termasuk internet, aplikasi, sosial media, *podcast* dan *video streaming*. Media digital memberikan fleksibiliti dan aksesibiliti yang lebih tinggi berbanding media konvensional seperti televisyen, radio, atau surat khabar. Media digital dapat diakses oleh jutaan pengguna di seluruh dunia dan dapat diubah atau diperbaharui secara *real-time*. Media digital juga memungkinkan interaksi dengan audiens, seperti komentar, berkongsi maklumat dan reaksi suka atau cinta. Media digital juga memberikan kesempatan bagi pengguna untuk menciptakan, berkongsi, dan menggunakan konten secara bersendirian.

Perkembangan kandungan media digital di Malaysia telah mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir ini. Hal ini disebabkan oleh faktor seperti pertumbuhan jumlah pengguna internet dan telefon pintar, serta peningkatan kesedaran masyarakat tentang pentingnya kandungan media digital. Antara faktor penyumbang perkembangan ini adalah seperti berikut:

1. Penggunaan media sosial: Media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter sangat popular di Malaysia, dengan jumlah pengguna yang sangat besar. Ini telah menyebabkan pertumbuhan kandungan media digital yang dicipta sendiri oleh pengguna media sosial.
2. Peningkatan jumlah kandungan video: Video telah menjadi kandungan media yang sangat popular di Malaysia terutama yang dihasilkan oleh *YouTubers* dan *bloggers*.
3. Pertumbuhan *e-commerce*: *E-commerce* telah mengalami pertumbuhan yang drastik di Malaysia, dengan peniaga dan industri kecil dan sederhana (IKS) yang menawarkan produk dan layanan melalui media digital.
4. Peningkatan kandungan pendidikan: Kandungan pendidikan digital telah mengalami pertumbuhan yang drastik di Malaysia, yang mana dicetuskan ketika pandemik COVID-19 yang memaksa sekolah, institusi dan universiti yang menawarkan kursus secara dalam talian (*online*).
5. Peningkatan kandungan hiburan: Kandungan hiburan di dalam media digital seperti muzik, filem, dan program televisyen telah menjadi sangat popular di Malaysia, dengan pelbagai *platform streaming* yang tersedia.
6. Peningkatan kandungan berita dalam talian: Kandungan berita dalam talian telah mengalami pertumbuhan yang pesat di Malaysia, dengan wujudnya platform media berita tempatan yang menawarkan berita secara dalam talian.
7. Peningkatan kandungan dalam bahasa ibunda: Kandungan media digital dalam bahasa ibunda seperti bahasa Melayu telah mengalami pertumbuhan yang pesat di Malaysia. Ini kerana pengguna media sosial tempatan aktif menyediakan pelbagai genre kandungan yang dikongsikan oleh pengguna media sosial di platform sendiri.

Secara umum perkembangan kandungan media digital di Malaysia mengalami peningkatan yang pantas dan terus meningkat. Terdapat pelbagai genre kandungan yang

---

kreatif telah dicipta oleh pengguna media sosial sendiri, dan juga peniaga dalam talian yang menawarkan produk dan layanan melalui media digital.

## **6. Kandungan Media**

Kandungan media digital adalah segala bentuk informasi atau konten yang disampaikan melalui media digital, seperti internet, aplikasi, media sosial. Konten ini dalam bentuk teks, gambar, video, audio, atau mesej interaktif dan dapat diakses melalui pelbagai peralatan elektronik seperti komputer, telefon pintar atau computer tablet. Kandungan media digital juga dapat diubah atau diperbarui secara *real-time* dan dapat diakses oleh jutaan pengguna di seluruh dunia. Ini termasuk pelbagai jenis konten seperti informasi, berita, hiburan, pendidikan, dan komersial. Selain itu pembikin konten media digital seringkali memperhatikan trend terkini yang menjadi faktor populariti dalam algorithm seperti SEO, *design* responsif, dan interaksi pelayar dalam setiap konten.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan kandungan media digital di Malaysia telah mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Menurut laporan dari Digital Malaysia (2023) menyatakan pada tahun 2023 jumlah pengguna internet di Malaysia mencapai 33.03 juta atau 96.8% dari total populasi, dan jumlah pengguna media sosial mencapai 26.8 juta atau 78.5% dari total populasi. Hal ini menunjukkan bahawa akses internet dan media sosial yang semakin luas di Malaysia, membuat lebih mudah bagi orang untuk mengakses kandungan media digital. Menurut laporan dari The State of Digital in Southeast Asia (2020) yang diterbitkan oleh Google, Temasek dan Bain & Company, pada tahun 2020, Malaysia menempati peringkat ke-3 di Southeast Asia. Hal ini dapat dibuktikan melalui hasil kajian Laporan Digital (2023) yang dikeluarkan Hootsuite dan We Are Social menjelaskan 4.76 bilion atau 59.4% penduduk dunia kini menggunakan media sosial seharian.

Situasi ini menunjukkan kandungan media digital memberi impak yang besar kepada masyarakat dalam beberapa cara. Antaranya ialah dengan membentuk pendapat dan sikap awam. Berita dan maklumat yang disampaikan dalam media boleh mempengaruhi cara individu melihat isu dan peristiwa tertentu serta boleh membentuk kepercayaan dan nilai mereka. Media sosial merupakan medium perhubungan dan penyebaran maklumat serta telah menjadi satu trend dalam kehidupan masyarakat masa kini terutamanya golongan remaja (Hamzah, S., et. al. 2020).

Kandungan media juga boleh mempengaruhi masyarakat dengan membentuk tingkah laku pengguna. Pengiklanan, sebagai contoh, boleh mempengaruhi produk dan perkhidmatan yang dibeli oleh orang ramai, dan cara mereka melihat diri mereka dan status sosial mereka. Dengan hampir 3.5 bilion pengguna media sosial di seluruh dunia, atau kira-kira 45 peratus daripada populasi dunia, media sosial telah membuktikan kemampuannya untuk menjangkau individu di hampir semua segmen pemasaran yang wujud (Kemp, 2019; Hanna et al., 2011). Sehingga Januari 2020, seramai 4.54 bilion penduduk seluruh dunia menggunakan internet, dengan lebih kurang 3.8 bilion orang yang terlibat di media sosial secara aktif, mencapai tahap penembusan sekitar 49 peratus (Digital, 2020).

---

Pengiklanan digital merupakan satu bentuk komunikasi terkini dan terhebat terutama sekali di media sosial (Hamimda, Abdul Latiff, Arina, 2021). platform pengiklanan media sosial seperti Facebook, Twitter, dan paling terkini, Tiktok sangat menarik perhatian kerana pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna lain dengan menyukai, mengulas, atau berkongsi kiriman (Lee & Hong, 2016). Lee dan Hong (2016) juga melaporkan bahawa lebih daripada 90 peratus jenama menggunakan lebih daripada satu rangkaian media sosial untuk pengiklanan dan syarikat proaktif dalam menggunakan strategi dan taktik media sosial untuk meningkatkan pembelian dan penggunaan jenama mereka dan ini jelas menunjukkan bahawa pengiklan telah menggunakan populariti media sosial untuk mencapai pembeli, terutama dalam kalangan Milenial yang cenderung bergantung kepada internet.

Seiring dengan kemajuan teknologi terkini, media sosial mula mengambil alih peranan media tradisional yang bertindak sebagai penyampai maklumat. Bukan itu sahaja, media juga turut menjadi ejen yang bertanggungjawab menyebarkan propaganda dalam mempengaruhi keputusan undi rakyat terutamanya ketika menjelang pilihan raya (Salman et. al., 2018). Ia boleh mempengaruhi masyarakat dengan membentuk wacana politik, agenda, dan membuat keputusan. Media boleh mempengaruhi cara rakyat melihat isu politik, pemimpin dan parti. Ia juga boleh mempengaruhi maklumat rakyat tentang politik dan proses politik, dan akhirnya penyertaan politik mereka.

Justeru, jelas terbukti bahawa kandungan media memainkan peranan penting dalam membentuk pendapat umum dan memaklumkan individu tentang peristiwa semasa, isu sosial dan norma budaya. Ia juga berfungsi sebagai satu bentuk hiburan dan boleh memberi kesan yang ketara terhadap cara orang berfikir dan berkelakuan. Kandungan media juga boleh digunakan sebagai alat untuk propaganda, manipulasi dan penapisan, yang menyerlahkan kepentingan literasi media dan pemikiran kritis apabila menggunakan media. Selain itu, industri media ialah sektor ekonomi yang penting, mewujudkan pekerjaan dan menyumbang kepada pertumbuhan ekonomi.

## **7. Metodologi**

Bagi mencapai objektif, kajian kualitatif ini menggunakan reka bentuk penyelidikan kaedah tinjauan tematik secara Tinjauan Literatur Sistematis (SLR) iaitu satu kaedah menganalisis artikel untuk mendapatkan tema-tema. Berdasarkan proses saringan, 6 artikel telah digunakan sebagai asas kajian yang mana hasil akhir mengenal pasti 4 tema dengan menggunakan perisian ATLAS.ti.

## **8. Dapatan dan Perbincangan**

Konsep aset seni kandungan digital merujuk kepada kandungan yang dihasilkan atau direkodkan dalam bentuk digital. Aset seni ini mempunyai lima dimensi dalam pentakrifannya, iaitu:

---

### 8.1 Dimensi 1: Nilai aset

Merujuk kepada nilai aset seni kandungan digital dari segi komersial, pendidikan, sosial dan budaya. Dapatan kajian mengenai dimensi "nilai aset" menunjukkan bahawa apabila membicarakan wakaf seni dalam media digital, penilaian terhadap kandungan digital tersebut tidak hanya berdasarkan aspek komersial, tetapi juga mengambil kira nilai-nilai pendidikan, sosial, dan budaya yang terkandung dalam kandungan tersebut.

#### i. Nilai Aset dari Perspektif Komersial:

Nilai aset dari segi komersial merujuk kepada potensi kandungan digital untuk menghasilkan keuntungan ekonomi. Kandungan digital yang mempunyai nilai komersial boleh digunakan untuk menjana pendapatan, misalnya melalui penjualan, perlesenan, atau pemasaran.

#### ii. Nilai Aset dari Perspektif Pendidikan:

Nilai aset dari perspektif pendidikan merujuk kepada sumbangan kandungan digital terhadap proses pembelajaran dan pengetahuan. Kandungan digital yang membawa nilai pendidikan dapat digunakan untuk tujuan pengajaran, pembelajaran, dan peningkatan pengetahuan.

#### iii. Nilai Aset dari Perspektif Sosial:

Nilai aset dari perspektif sosial merujuk kepada sumbangan kandungan digital terhadap masyarakat. Kandungan digital yang membawa nilai sosial boleh membantu dalam penyebaran maklumat, kesedaran, atau mempromosikan isu-isu sosial yang relevan.

#### iv. Nilai Aset dari Perspektif Budaya:

Nilai aset dari perspektif budaya merujuk kepada sumbangan kandungan digital terhadap identiti budaya dan warisan masyarakat. Kandungan digital yang membawa nilai budaya boleh mempromosikan dan menyebarkan kekayaan budaya serta memartabatkan nilai-nilai tradisi dan warisan.

Dalam konteks wakaf, pemahaman tentang nilai aset ini adalah penting kerana ia mempengaruhi penentuan nilai yang sesuai untuk kandungan digital yang akan diwakafkan. Penilaian yang tepat mengenai nilai komersial, pendidikan, sosial, dan budaya akan membantu dalam proses pengurusan wakaf seni dalam media digital dan memastikan manfaat yang maksimum bagi masyarakat serta tujuan wakaf yang dikehendaki.

### 8.2 Dimensi 2: Isi kandungan

Merujuk kepada jenis kandungan digital yang dihasilkan seperti gambar, video, muzik, teks dan lain-lain. Dapatan kajian mengenai dimensi "isi kandungan" menunjukkan bahawa apabila membicarakan wakaf seni dalam media digital, ia merujuk kepada kandungan-kandungan digital yang boleh diwakafkan. Contohnya, karya seni digital seperti lukisan

---

digital, ilustrasi, animasi, atau karya-karya kreatif lain yang dicipta melalui perisian atau peranti digital.

Dalam konteks wakaf, individu atau organisasi boleh menyumbangkan kandungan digital mereka sebagai wakaf, yang bermaksud mereka memperuntukkan karya seni digital mereka untuk kegunaan awam atau tujuan wakaf, seperti tujuan keagamaan atau kebudayaan. Kandungan-kandungan ini boleh membawa manfaat kepada masyarakat dan dijaga serta dimanfaatkan untuk jangka masa yang panjang. Pemahaman tentang dimensi "isi kandungan" ini adalah penting dalam konteks pemikiran mengenai wakaf seni dalam media digital, kerana membantu membentuk pandangan yang lebih komprehensif mengenai jenis kandungan digital yang boleh diwakafkan dan bagaimana kandungan ini dapat memberikan manfaat kepada masyarakat.

### *8.3 Dimensi 3: Format kandungan*

Merujuk kepada cara kandungan digital disusun dan disimpan, misalnya dalam format JPEG, MP4, PDF dan sebagainya. Dapatan kajian mengenai dimensi "format kandungan" menunjukkan bahawa apabila membicarakan wakaf seni dalam media digital, format kandungan memainkan peranan penting. Kandungan-kandungan digital seperti gambar, video, muzik, teks, dan sebagainya disimpan dalam format-format yang sesuai, seperti JPEG untuk gambar, MP4 untuk video, PDF untuk teks, dan sebagainya. Pemilihan format kandungan yang sesuai adalah penting kerana ia mempengaruhi cara kandungan tersebut boleh diakses, disimpan, dan dikongsi. Beberapa format mungkin lebih sesuai untuk penyimpanan jangka panjang, manakala yang lain mungkin lebih sesuai untuk penggunaan sehari-hari atau paparan di laman web.

Dalam konteks wakaf, pemahaman tentang dimensi "format kandungan" ini membolehkan individu atau organisasi untuk membuat keputusan yang bijak mengenai cara penyimpanan dan pengurusan kandungan digital yang akan diwakafkan. Format yang sesuai akan memastikan kebolehaksesan, kelestarian, dan penggunaan yang efektif bagi kandungan digital tersebut dalam konteks wakaf. Sekiranya kandungan digital yang diwakafkan disusun dalam format yang tepat, ia akan memudahkan pihak berkepentingan untuk memanfaatkan kandungan tersebut sesuai dengan tujuan wakaf, seperti tujuan keagamaan atau kebudayaan. Oleh itu, pemahaman dan penerapan yang tepat terhadap dimensi "format kandungan" adalah penting dalam memastikan keberkesanan wakaf seni dalam media digital.

### *8.4 Dimensi 4: Hak milik*

Merujuk kepada hak milik kandungan digital yang melibatkan pemilik asal kandungan digital dan hak-hak yang dilindungi undang-undang seperti hak cipta, hak kekayaan intelektual dan hak-hak pengguna. Dapatan kajian mengenai dimensi "hak milik" menunjukkan bahawa apabila membicarakan wakaf seni dalam media digital, hal ini berkait rapat dengan pemahaman dan pengurusan hak milik terhadap kandungan digital. Hak milik ini termasuk hak cipta yang melindungi karya kreatif, hak kekayaan intelektual yang melindungi idea dan penciptaan intelektual, serta hak-hak pengguna yang mempengaruhi cara kandungan digital tersebut boleh digunakan. Dalam konteks wakaf, aspek hak milik ini menjadi penting kerana

---

wakaf seni dalam media digital melibatkan pemindahan hak milik kandungan digital daripada pihak yang mewakafkan. Pemahaman yang tepat mengenai hak cipta dan hak-hak kekayaan intelektual adalah penting untuk memastikan bahawa pemindahan wakaf berlaku mengikut peraturan undang-undang yang relevan.

Pemilik asal kandungan digital harus memberikan persetujuan serta mengenal pasti hak-hak yang diwakafkan kepada pihak pengurusan wakaf. Hal ini akan memastikan bahawa kandungan digital tersebut akan diurus dan dimanfaatkan dengan betul dan sesuai dengan tujuan wakaf, serta untuk kebaikan masyarakat. Pemahaman yang mendalam terhadap dimensi "hak milik" ini membolehkan penyelidikan, pihak berkepentingan, dan masyarakat umum untuk memahami bagaimana hak milik terlibat dalam wakaf seni media digital dan bagaimana ia mempengaruhi pengurusan dan manfaat dari kandungan seni media digital yang diwakafkan.

#### **8.5 Dimensi 5: Tempoh hayat**

Merujuk kepada jangka hayat kandungan digital yang dipengaruhi oleh faktor teknologi dan format penyimpanan. Dapatan kajian mengenai dimensi "hayat" menunjukkan bahawa apabila membicarakan wakaf seni dalam media digital, hayat kandungan digital menjadi faktor yang penting. Jangka hayat kandungan digital merujuk kepada tempoh di mana kandungan tersebut dapat diakses, digunakan, dan disimpan secara efektif sebelum mengalami penurunan kualiti atau menjadi tidak dapat diakses. Faktor-faktor yang mempengaruhi hayat kandungan digital termasuk perkembangan teknologi, kebolehcapaian format penyimpanan, dan pemilihan teknologi yang sesuai untuk penyimpanan jangka panjang. Teknologi yang berkembang pesat dapat mengubah format penyimpanan atau perisian, yang boleh mempengaruhi aksesibiliti dan kebolehgunaan kandungan digital.

Penting untuk memahami hayat kandungan digital agar wakaf yang dilakukan dapat memberi manfaat dalam jangka masa yang lama. Ini boleh melibatkan pemilihan format penyimpanan yang terkini dan kekal, serta strategi penyelenggaraan yang membolehkan kandungan digital dikekalkan dalam keadaan yang baik dan dapat diakses untuk generasi akan datang. Dalam konteks wakaf, pengetahuan tentang dimensi "hayat" ini membantu pihak berkepentingan untuk membuat keputusan yang tepat mengenai cara penyimpanan dan pengurusan kandungan digital yang akan diwakafkan. Keputusan ini akan memastikan bahawa kandungan digital tersebut dapat memberikan manfaat dalam jangka masa yang lama dan memenuhi tujuan wakaf, seperti tujuan keagamaan atau kebudayaan.



Rajah 1: Dimensi Aset Wakaf Seni Kandungan Media Digital

Jadi, dalam pentakrifan aset kandungan digital, semua dimensi ini perlu diambil kira untuk memastikan kandungan digital yang dihasilkan mempunyai nilai yang optimum dan mampu memberikan manfaat kepada pengguna.

## 9. Penutup

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis dimensi wakaf seni daripada aspek kandungan media digital di Malaysia. Hasil daripada kajian menggunakan reka bentuk penyelidikan kaedah tinjauan tematik secara *systematic literature review* (SLR) menunjukkan bahawa konsep aset wakaf seni kandungan media digital mempunyai lima dimensi iaitu (1) nilai aset, (2) isi kandungan, (3) format kandungan, (4) hak milik dan (5) tempoh hayat. Dalam konteks Malaysia, institusi pengurusan wakaf memberikan pelbagai pilihan kepada umat Islam untuk menyumbangkan wakaf dalam bentuk aset seni termasuk dalam domain media digital. Walau bagaimanapun, kajian mendapati bahawa wakaf seni dalam konteks media digital masih belum mempunyai dimensi yang jelas dalam takrifannya sebagai aset wakaf. Oleh itu, penting untuk memberikan pencerahan dalam takrifan dimensi wakaf seni kandungan media digital.

Dimensi-dimensi tersebut, termasuk kandungan, hak milik, nilai aset, dan tempoh hayat, adalah faktor-faktor penting yang perlu diberi perhatian dalam memahami dan

mengembangkan konsep wakaf seni dalam kandungan media digital. Pemahaman yang mendalam terhadap dimensi-dimensi ini dapat membantu masyarakat untuk memanfaatkan potensi wakaf seni dalam media digital secara lebih baik dan efektif. Melalui pemahaman yang lebih jelas terhadap dimensi wakaf seni dalam kandungan media digital, diharapkan masyarakat dapat lebih terdorong untuk mewakafkan aset seni mereka melalui medium ini. Ini akan membawa manfaat besar dalam menarik minat masyarakat untuk mewakafkan aset seni mereka, serta meningkatkan jumlah dana aset negara untuk manfaat kepada masyarakat keseluruhannya.

## RUJUKAN

- Abdul Mawjud, Adil Ahmad & Mu'awwad, Ali Muhammad. pyns. (1994). Rad al-Mukhtār 'ala Durri al-Mukhtār Syarh Tanwīr al-Absār li Muhammad Amin al-Syahir bi Ibn Abidin, Jil. 6, Beirut: Dār al-Kutūb al-'Ilmiyyah. 518.
- Abdul Mun'im Khalil Ibrahim, pnyt. (2002). al-Dur al-Mukhtār li Muhammad bin Ali bin Muhammad bin Ali Abdul Rahman al-Hanafiy al Haskafiy. Beirut: Dār al-Kutub al-'ilmiyyah. 369.
- Agil, H., Ahmad, A. L., & Azlan, A. A. (2021). Sikap Pengguna Milenial Melalui Perspektif Budaya Terhadap Pengiklanan Media Sosial. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 6(11), 66-77.
- Ahmad Kamil Jamilin, Mohd Fauzi Mohd Amin, M. S. H. (2011). Matlamat Dan Prinsip Media Islam. In N. A. R. Muhammad Zaki Mustafa, Ainurliza Mat Rahim, Zainol Abidin Ahmad (Ed.), *Representasi Islam Dalam Media* (1st ed., pp. 13–26). Fakulti Kepimpinan dan Pengurusan, USIM, Nilai
- Al-Amin, H. A. (2004). 'Idarah wa Tasmīr Mumtalikah al-Awqāf. Arab Saudi: Al-Bank al-Islamiy li al-Tanmiyyah al Ma'had al-Islamiy li al-Buhūth wa al-Tadrīb.
- Al-Tarabilisiy, Burhanuddin Ibrahim bin Mūsa bin Abi Bakar ibn Ali al-Hanafi. (1902). al-'Is'āf fi Ahkām al-Waqf, Mesir: Matba'ah al-Hindiyyah. 3.
- Al-Zarqa, Mustafa Ahmad. (1998). Ahkām al-Waqf. Amman: Dār 'Ammār.
- Buletin Perbadanan Wakaf Selangor Bil 2 (2013).
- Digital 2020 (2020)Simon Kemp. DataReportal – Global Digital Insights. Global Digital Overview. <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>
- Digital 2023: Malaysia (2023) Simon Kemp. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-malaysia>
- Hamid Mowlana. 2007. Theoretical Perspectives on Islam and Communication. *China Media Research*, 3(4), 23-33.
- Hamimda , Abdul Latiff, Arina (2021)Sikap Pengguna Milenial Melalui Perspektif Budaya Terhadap Pengiklanan Media Sosial. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, Volume 6, Issue 11, (page 66 - 77), 2021 DOI: <https://doi.org/10.47405/mjssh.v6i11.1157>
- Hamzah, S., Ani, F., Rameli, N., Nor, N. M., Halim, H., Rahman, R., ... & Kamri, K. A. (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.
- Hanna, R., Rohm, A. & Crittenden, V.L. (2011). We're all connected: the power of the social

- media ecosystem. *Business Horizons*, 54(3), 265-273.
- Hasyeilla Abd Mutalib, Sarina Muhamad Noor, Noraini Nasirun, Rabitah Harun, Wan Mohd Yaseer Mohd Abdoh. (2017). Factors influencing waqf participation among Muslims: The moderating role of attitude. *Proceedings of the Second International Conference on the Future of ASEAN (ICoFA) 2017*. Volume 1
- Ibn Manzur, Muhammad Ibn Mukarram. (1990). *Lisan al-‘Arab*. Beirut: Dar Sadr. ‘Ikrimah Sa’id Sobri. 2008. *Al-Waqf Al-Islamiy Baina Al-Nazariyat Wa Al-Tatbiq*. Jordan: Dar al-Nafais li al-Nasri wa al-Tawzi’.
- Kemp, S. (2019). *Digital trends 2019: every single stat you need to know about the internet*, available at: <https://thenextweb.com/contributors/2019/01/30/digital-trends-2019-every-single-statyouneed-to-know-about-the-internet/>
- Khairunnisa Kasnoon (2015) *Wakaf lagu: Berhibur, beramal dan beribadah*. © 2023 AstroAwani.com. <https://www.astroawani.com/berita-hiburan/wakaf-lagu-berhibur-beramal-dan-beribadah-64826?amp=1>
- Lee J., Hong L. B. (2016). Predicting positive user responses to social media advertising: The roles of emotional appeal, informativeness, and creativity. *International Journal of Information Management*, 36, 360–373.
- Mohamad Zaim Isamail, Muhammad Ikhlas Rosele, Mohammad Taquiuddin Mohamad and Ahmad Azam Sulaiman@Mohamad. 2015. Aplikasi ijihad dalam isu zakat: Satu tinjauan. In *E-prosiding seminar zakat peringkat kebangsaan 2015*, eds. Nor Aini Ali, Azizi Che Seman and Mohammad Taquiuddin Mohamad, 28–35. Kuala Lumpur: Majlis Agama Islam Wilayah Persekutuan.
- Mohd Ali Muhamad Don (2019) *Teori Wakaf, Kepelbagaian dan Contoh Amalan di Malaysia*. MALIM: *Jurnal Pengajian Umum Asia Tenggara* 20(2019): 24-39. <https://doi.org/10.17576/malim-2019-2001-03>
- Mohd Ridhuan Mohd Jamil dan Nurul Rabihah Mat Noh. (2020). *Kepelbagaian Metodologi dalam Penyelidikan Reka Bentuk dan Pembangunan*. Shah Alam: Qaisar Prestige Resources.
- Nurul Azma Abu Bakar. (2018). *Pengurusan Wakaf Di Malaysia: Kajian Dari Sudut Struktur Organisasi Dan Prestasi*. Tesis Graduate School of Business Universiti Utara Malaysia. pengijazahan Ijazah Doktor Falsafah [https://etd.uum.edu.my/9084/1/s900235\\_01.pdf](https://etd.uum.edu.my/9084/1/s900235_01.pdf)
- PWS Perkenal Wakaf Seni, *Sinar Harian*, 23 Jun 2013 [www.wakafselangor.gov.my/index.p](http://www.wakafselangor.gov.my/index.p)
- Razali Othman (2013). *Institusi Wakaf Sejarah dan Amalan Masa Kini*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Salman, A., Yusoff, M. A., Salleh, M. A. M., & Abdullah, M. Y. H. (2018). Penggunaan media sosial untuk sokongan politik di Malaysia [The use of social media for political support in Malaysia]. *Journal of Nusantara Studies (JONUS)*, 3(1), 51-63.
- Siti Syuhada Binti Abd Rahman & Junainah Idris. (2018). Aplikasi Model Aida Dalam Pengurusan Wakaf. *Journal of Fatwa Management and Research | Jurnal Pengurusan dan Penyelidikan Fatwa*. Julai 2018 |Vol. 13| ISSN: 2232-1047 | eISSN: 0127-8886
- Suziana Mohamed Nor & Romzie Rosman (2017) *Cabaran Dalam Melaksanakan Wakaf Pendidikan Bagi Institusi Pengajian Tinggi Di Malaysia e-Proceeding of the 4th International Conference on Masjid, Zakat and Waqf Management 2017 (IMAF-2017)(e-ISBN 978-967-13087-3-8)*. 4th & 5th December 2017, Bangi, Selangor.
- Wacana Inovasi Dakwah Melalui Media (2011). *Wacana Inovasi Dakwah Melalui Media*.

- 
- Putrajaya. Retrieved from <http://www.Islam.gov.my/wacana-inovasi-dakwah-melalui-media-cetus-13-resolusi>
- Wan Kamal Mujani, Mohd Syakir Mohd Taib & Noor Inayah Ya'akub (2014). Educational waqf (Islamic Endowment) in Malaysia. Proceeding 2nd International Conference in Humanities, Social Sciences and Global Business Management (ISSGBM 2014), London, pp. 117-120, 2014
- Yusuf Sinaga, terj. (2007). *Wakaf Menurut Agama dan Undang-undang oleh Muhammad Abu Zahrah*. Selangor: Berlian Publication Sdn. Bhd. 55.