

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pandemi Covid- 19 tidak dapat dipungkiri membawa berbagai perubahan dalam segala aspek kehidupan. Larangan untuk berkerumun menuntut semua pekerjaan termasuk kegiatan keagamaan dilakukan dari rumah. Hal itu dilakukan karena dikhawatirkan dapat menyebabkan virus ini semakin meluas. Dalam prakteknya pemerintah pun telah menggulirkan beberapa kebijakan dimulai dari Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) sebagaimana tertulis dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Tahun 2020 tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Pasal 4 ayat (1) yang menerangkan: Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) paling sedikit meliputi peliburan sekolah dan tempat kerja, pembatasan kegiatan keagamaan; dan atau pembatasan kegiatan di tempat atau fasilitas umum (Peraturan Pemerintah Nomor 21, 2020). Disusul oleh PSBB Transisi, Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Jawa-Bali hingga PPKM Level 3. Kondisi ini menuntut masyarakat untuk berfikir kreatif dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan di tengah pandemi ini, tidak terkecuali pada kegiatan keagamaan seperti kegiatan tabligh dan lainnya.

Selain PP No.21 Tahun 2020 yang mengatur Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Majelis Ulama Indonesia (MUI) juga mengeluarkan fatwa yang dikeluarkan dalam Fatwa No.14 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Ibadah dalam Situasi Terjadi Wabah Covid-19 menetapkan Umat Islam tidak boleh menyelenggarakan aktifitas

ibadah yang melibatkan orang banyak yang diyakini dapat menjadi media penyebaran Covid-19, seperti shalat jum'at, jamaah shalat lima waktu/rawatib, shalat tarawih dan *ied* di masjid atau tempat umum lainnya, serta menghadiri pengajian umum dan majlis taklim(Majelis Ulama Indonesia, 2020).

Tantangan lain yang dihadapi dalam dakwah di era pandemi, bukan hanya terbatas dari kegiatan dakwah secara tatap muka saja. Hal lain yang mendasar adalah terjadi pergeseran otoritas keagamaan, munculnya selebriti dakwah yang semakin masif. Seperti diberitakan VOA “Mayoritas umat saat ini hanya melihat sisi lain dari figur pendakwah, yaitu melihat dari retorika, durasi bahkan ada yang melihat hanya dari rupa yang menawan dari pendakwah itu sendiri” (Nurhadi, VOA, 2021). Hal inilah yang menyebabkan, ukuran otoritas keagamaan tidak hanya dilihat dari kedalaman pemahaman ilmu serta pengetahuan *da'i* saja.

Hal yang perlu diperhatikan dari adanya perubahan otoritas keagamaan dalam dakwah di masa pandemi ini adalah *mad'u* dari kalangan generasi muda terutama generasi Z (Generasi yang lahir dari 1995 sampai dengan 2010). Langkah ini tentunya menjaga generasi ini agar tidak menjadi generasi yang *lost control*. Oleh karena itu, dalam menyikapi hal ini perlu adanya perencanaan dalam berdakwah pada masa pandemi.

Pemilihan Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Aisyah sebagai objek penelitian, hal ini dilihat dari tugas dan fungsi majelis tabligh itu sendiri. Fungsi dan tugas tersebut adalah membuat kebijakan nasional terkait perencanaan, pengadaan, pelaksanaan serta pengembangan usaha di bidang tabligh. Poin penting yang mendasar dan mendukung penelitian ini adalah kekuatan tabligh yang dimiliki oleh Majelis Tabligh Pimpinan

Pusat Aisiyah sebagai wadah strategis penyampaian pesan dakwah yang bersifat mencerahkan dan meneguhkan. Selain itu, Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Aisiyah memegang peran penting dalam otoritas keagamaan khususnya yang membidangi tabligh. Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Aisiyah juga memiliki peran dalam memetakan isu serta permasalahan di masyarakat sehingga dapat memberikan dakwah sesuai dengan kebutuhan serta kondisi yang terjadi di masyarakat.

Pengembangan dan penelitian yang bisa diterapkan dalam kondisi saat ini ialah, dibutuhkannya sebuah strategi dakwah. Menurut Asmuni Syukir (1983) Strategi dakwah ialah cara, siasat, atau metode yang digunakan dalam melakukan kegiatan dakwah. Asmuni juga melihat strategi dakwah dari azas sosiologi yang menyebutkan bahwa strategi dakwah harus melihat masalah-masalah yang berkaitan dengan situasi dan kondisi sasaran dakwah. Selain penerapan strategi dakwah, teori lain yang harus di elaborasi dalam penelitian ini ialah penerapan strategi *public relations* dengan pendekatan manajerial. Menurut Cutlip dan Center dalam Kasali dan Abdurahman menyatakan bahwa proses dari strategi *public relations* adalah dimulai dari *fact finding, planning, communication*, serta *evaluation* (Abdurrahman, 2001).

Dengan demikian, berdasar uraian permasalahan diatas sebagai bentuk ikhtiar dan sebagai bagian dari tugas para ulama (otoritas keagamaan) harus bisa memastikan tujuan pokok dan fundamental syari'ah agar terlaksana dengan baik. Hal ini, sebagai bentuk menjaga jiwa manusia dari kerusakan (*hifdhu-n-nafsi*), maka para ulama dalam melaksanakan dakwahnya harus memiliki strategi yang sesuai dengan melihat kondisi yang sedang terjadi saat ini.

1.2 Identifikasi Masalah

- a. Adanya Peraturan Pemerintah (PP) terkait Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang melarang untuk berkerumun sebagai bentuk ikhtiar untuk mengurangi penyebaran virus Covid-19.
- b. Segala kegiatan dilakukan dari rumah termasuk kegiatan keagamaan yaitu dengan menggunakan metode *online* akibatnya syiar keagamaan tidak dapat dilakukan secara tatap muka.
- c. Munculnya figur- figur baru dalam dakwah yang semakin masif, sehingga dakwah tidak diukur dari kedalaman ilmu dan pengetahuan *da'i* nya saja.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian identifikasi masalah diatas, maka penelitian ini merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Aisyiyah dalam melakukan dakwah di era pandemi ini ?
- b. Bagaimana rencana tindak lanjut dari strategi dakwah yang telah dilakukan oleh Majelis Tabligh Pimpina Pusat Aisyiyah kedepan ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Mengetahui strategi dakwah yang dilakukan oleh Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Aisyiyah untuk tetap menyiarkan syiar agama ditengah pandemi.
- b. Menjadikan pengetahuan mengenai strategi dakwah yang dapat dilakukan untuk masa yang akan datang.

1.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang akan dicapai, maka penelitian ini hendaknya memiliki manfaat dalam strategi dakwah di era pandemi ini baik manfaat secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian yang ingin dicapai sebagai berikut :

1.5.1 Manfaat Teoritis

- a. Memberikan sumbangan pemikiran serta sumbangan ilmiah dalam ilmu Komunikasi Dakwah, yaitu terkait strategi dakwah yang dilakukan dalam menghadapi situasi tertentu dalam hal ini pandemi.
- b. Sebagai pijakan serta referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan strategi dakwah

1.5.2 Manfaat Praktis

- a. Bagi Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Aisyiyah, bisa menjadi bahan acuan ataupun pertimbangan dalam melaksanakan dakwah di tengah pandemi dengan penerapan – penerapan strategi yang telah dilakukan serta sebagai bahan pertimbangan dalam pelaksanaan dakwah pada masa yang akan datang.