

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Islam adalah agama yang mengajarkan pemeluknya untuk menyeru kepada sesama manusia dengan tujuan untuk kembali kepada jalan Allah yang lurus dan terang benderang. Kata menyeru dalam Islam diistilahkan dengan kata dakwah, dan kata dakwah itu sendiri berasal dari bahasa arab (*da'a, yad'u, da'watan*), yang memiliki arti panggilan, ajakan dan seruan (Yunus, 2007:127).

Kata dakwah juga dari segi definisinya, banyak sekali para pakar ilmu dakwah memberikan makna atau arti yang berbeda-beda, sesuai dengan sudut pandang teologis mereka. Istilah dakwah menurut Asmuni Syukir adalah suatu usaha atau proses yang diselenggarakan dengan sadar dan terencana untuk mengajak ummat manusia ke jalan Allah, memperbaiki yang lebih baik (dakwah bersifat pembinaan dan pengembangan) dalam rangka mencapai tujuan, yakni hidup bahagia sejahtera di dunia maupun di akhirat (1982:21).

Kegiatan Dakwah ini adalah bentuk perintah langsung dari Allah ta'ala yang di sampaikan dalam surah Al-Imron ayat 104 :

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.

Dalam kaedah *ushul fiqh* terdapat sebuah kaidah “*Al-ashlu fil amri lil wujuub illaa maa dalla daliila 'ala khilaafihi*” (Hukum dasar perintah yang terdapat dalam

syari'at Islam itu adalah wajib, kecuali terdapat dalil yang menunjukkan selainnya). Sehingga bisa disimpulkan dari dalil diatas bahwa kegiatan dakwah bagi seorang muslim adalah suatu kewajiban. Dan wajib disini dalam artian Fardhu Kifayah, sehingga kewajiban berdakwah disini dibebankan untuk sebagian atau *li tab'idh* yaitu orang yang memiliki kapasitas dalam berdakwah, baik secara pribadi ataupun berkelompok (Al Ghazali, 2:144)

Namun, terdapat beberapa ulama yang salah satunya Imam Ibnu Katsir dalam kitab "*tafsir Ibnu Katsir*" berpendapat bahwa yang dimaksud kata "*minkum*" dalam dalil tersebut, memiliki makna wajib bagi setiap muslim individu dikenakan kewajiban untuk menerangkan atau menjelaskan yaitu *littabyin* bukan *li tab'idh* atau sebagian. Sehingga hukum dakwah disini menurut Sebagian ulama adalah Fardhu 'ain, karena ulama tersebut merujuk kepada dalil yang kuat sebagai berikut :

مَنْ رَأَى مِنْكُمْ مُنْكَرًا فَلْيَعْبِرْهُ بِيَدِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ فَبِلِسَانِهِ، فَإِنْ لَمْ يَسْتَطِعْ
فَبِقَلْبِهِ، وَذَلِكَ أضعفُ الإيمَانِ

Barangsiapa diantara kalian melihat kemungkaran maka hendaklah merubah dengan tangannya, jika tidak sanggup maka hendaklah ia merubah dengan lisannya, jika tidak sanggup maka hendaklah ia merubah dengan hatinya dan demikian itu adalah selemah-lemah iman (H.R. Muslim).

Dan ini merupakan pendapat yang kuat bahwasannya hukum dakwah bagi setiap muslim adalah fardhu 'ain, karena lafadz "man" dalam dalil tersebut menunjukkan sifat umum yakni setiap muslim dibebankan baginya kewajiban berdakwah. Pernyataan itu juga ditulis oleh Muhammad Abu al-Fath al-Bayanuni dalam bukunya *Almadkhol ilaa 'ilmi da'wah*, bahwasannya dakwah itu adalah suatu kewajiban bagi setiap muslim sesuai dengan kemampuannya masing-masing (1995:31).

Dakwah itu sendiri adalah bagian dari gerakan Islam, sehingga perkembangan dakwah di Indonesia ini sangatlah pesat berkembangnya. Banyak sekali muncul Organisasi, lembaga yang mengatas namakan dirinya lembaga atau Organisasi dakwah, salah satunya adalah organisasi Muhammadiyah. Muhammadiyah adalah organisasi yang memiliki usia yang sudah lama yakni seabad lebih, sehingga dalam mengemban dakwahnya, Muhammadiyah mempunyai beberapa majelis-majelis untuk menopang tugas dakwah kepada ummat.

Salah satu majelis yang diberi tugas khusus untuk melakukan dakwah kepada ummat adalah Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah. Dilihat dari segi istilah “*tabligh*”, kata tersebut memiliki makna yang sama dengan kata “dakwah” yaitu menyerukan, menyampaikan. Sehingga dalam aktivitas *tabligh* berarti menyampaikan ajaran Islam kepada orang lain (Ali Aziz, 2016:17). Akan tetapi juga terdapat perbedaan dari Dakwah dan *tabligh*, yang disampaikan oleh Amrullah Ahmad (1993:49) dalam bukunya Ali Aziz (2016:18) sebagai berikut :

Tabligh adalah bagian dari sistem dakwah Islam. Kegiatan dakwah adalah usaha bersama orang yang beriman dalam merealisasikan ajaran dakwah Islam kedalam seluruh aspek kehidupan yang dilakukan melalui lembaga-lembaga atau organisasi-organisasi. Sedangkan tabligh adalah usaha menyampaikan dan meyiarkan pesan Islam yang di lakukan oleh individu maupun kelompok baik secara lisan maupun tulisan.

Dalam pelaksanaannya, untuk menunjang suatu keberhasilan dalam dakwah seorang pendakwah atau lembaga dakwah harus mempunyai *Manhaj* (Strategi) yang telah dirumuskan, sehingga akan mempermudah untuk menunjang pelaksanaannya sesuai dengan tujuan dakwah. Dan dalam kegiatan dakwah menurut Ali Azis (2016:296), untuk menunjang keberhasilan suatu dakwah harus memiliki bagian selain strategi dakwah, diantaranya sebagai berikut : *Nahiyah* (Pendekatan), *Uslub* (Metode), *Thariqah* (Teknik) dan *Syakilah* (Taktik).

Namun, dalam penelitian ini peneliti mengambil satu dari bagian-bagian dakwah yaitu strategi dakwah (*Manhajud da'wah*). Strategi Dakwah adalah perencanaan yang berisi rangkaian kegiatan yang di desain untuk mencapai tujuan dakwah tertentu (Ali Aziz, 2016:349). Peneliti merasa sangat tertarik untuk mengambil Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah sebagai Subjek Penelitian karena posisi Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah berada pada posisi teratas dalam struktur Organisasi Muhammadiyah yaitu Pimpinan Pusat. Sehingga akan menjadi tolak ukur atau indikator keberhasilan Majelis Tabligh Muhammadiyah yang berada dibawahnya yaitu Daerah, Cabang dan Ranting.

Muhammadiyah sebagai lembaga atau organisasi yang memiliki ideologi “Islam berkemajuan”, dalam mengemban dakwah Muhammadiyah di era modern ini pastilah didalamnya memiliki strategi yang akan mendukung tercapainya semangat ideologi tersebut yaitu dengan mengikuti perkembangan teknologi zaman sekarang. Terlebih lagi fakta dikalangan masyarakat zaman sekarang, hampir setiap manusia sudah mempunyai teknologi canggih yaitu *smartphone*. Di Indonesia berdasarkan survei Badan Pusat Statistika tahun 2018 menjelaskan bahwa prosentase penduduk Indonesia yang menggunakan *telephone seluler* atau *smartphone* mengalami peningkatan menjadi 62,41 % dari populasi penduduk Indonesia yang berjumlah 267 Juta Jiwa. Dan menurut Badan Pusat Statistika (BPS) dari hasil pendataan Susenas 2018 bahwa 39,90 % penduduk Indonesia telah mengakses Internet di Tahun 2018.

Ini membuktikan bahwa setiap penduduk Indonesia di zaman sekarang sudah lekat dengan *New media* seperti website, sosial media, dll. Sehingga ini menjadi tantangan dakwah baru bagi Muhammadiyah untuk merancang strategi dakwah ke-media untuk mendukung dakwah di era globalisasi ini. Terlebih lagi Pemanfaatan media untuk kepentingan dakwah, akhir-akhir ini menjadi isu yang sangat *fundamental* atau

mendasar. Dan perkembangan media baru (*New media*) sangatlah pesat dibuktikannya dengan bermunculannya media-media internet yang memudahkan dalam hal berkomunikasi lebih interaktif. Sehingga keberadaan *New media* sangatlah membantu untuk demi tercapainya tujuan dakwah.

Lebih lanjut, di era modern ini banyak sekali para pendakwah, *muballigh* dan lembaga-lembaga dakwah mempergunakan media baru untuk menunjang kegiatan dakwah. Karena perkembangan zaman juga sangat berpengaruh dalam memudahkan untuk menghubungkan manusia satu dengan manusia yang lain tanpa perantara kabel, dan itu adalah sebuah fungsinya kemunculan media baru.

Maka dari itu yang menjadi fokus peneliti dalam penelitian ini adalah Strategi dakwah Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode 2015-2020 melalui *New media* (Website, Instagram, dan Youtube). Untuk itulah peneliti tertarik mengkaji lebih lanjut dengan pembahasan yang lebih spesifik kedalam strategi dakwah MT PPM dalam pengelolaan *New media* dan faktor-faktor yang mendukung dan menghambat strategi dakwah tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah

- 1.2.1 Bagaimana Strategi dakwah Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode 2015-2020 melalui *New media* (Website, Instagram, dan Youtube)?
- 1.2.2 Apa faktor-faktor yang mempengaruhi Strategi dakwah Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode 2015-2020 melalui *New media* (Website, Instagram, dan Youtube) ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah :

- 1.3.1 Menggambarkan Strategi dakwah Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode 2015-2020 melalui *New media* (Website, Instagram, dan Youtube).
- 1.3.2 Menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi Strategi dakwah Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode 2015-2020 melalui *New media* (Website, Instagram, dan Youtube).

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian yang bisa peneliti ambil yaitu, sebagai berikut :

- 1.4.1 Secara teoritis manfaat penelitian ini adalah :

Hasil Penelitian ini akan berguna dalam pengembangan teori-teori yang terkait dengan Strategi Dakwah dan teori tentang *New media*.
- 1.4.2 Secara praktis manfaat dari penelitian ini adalah :
 - 1.4.2.1 Bagi Muhammadiyah dan Lembaga Dakwah

Hasil dan Temuan Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi Muhammadiyah atau lembaga dakwah yang lainnya dalam mengembangkan dakwahnya dengan menggunakan media khususnya media baru.
 - 1.4.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dan Temuan Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan sumber bagi peneliti selanjutnya tentang Strategi Dakwah dalam suatu Organisasi dan teori *New media*.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dan menjadikan skripsi ini teratur serta dapat memberikan gambaran umum yang jelas dan terarah, maka penelitian ini mengelompokkan dalam lima bab sebagai berikut :

1.5.1 PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan permasalahan masalah (latar belakang masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Masalah), Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan, Tinjauan Pustaka.

1.5.2 KERANGKA TEORI

Bab ini menjelaskan tentang Pengertian *New media*, Karakteristik *New media*, Pengertian Dakwah dan Strategi Dakwah, Perencanaan Strategis, dan Model Komunikasi.

1.5.3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang Metode Penelitian yang dipakai peneliti untuk melaksanakan penelitian di lapangan yaitu Jenis Penelitian, Operasionalisasi Konsep, Lokasi Penelitian, Subjek dan Objek Penelitian, Jenis Data, Kredibilitas Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data.

1.5.4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian berupa data dari proses pengumpulan data dan berisi tentang uraian pembahasan yang mengaitkan latar belakang dan teori di Penelitian ini.

1.5.5 KESIMPULAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang ditujukan untuk pembaca dan peneliti terkait selanjutnya.

1.6 Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Strategi dakwah Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode 2015-2020 melalui *New media* (Website, Instagram, dan Youtube), sudah banyak dilakukan penelitian. Diantaranya :

- 1.6.1 Skripsi dari Malik Saefudin (2015), mahasiswa program studi komunikasi penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatulloh yang berjudul *Strategi Dakwah Klinik Abu Albani Center dalam terapi Ruqyah di Duren Sawit Jakarta Timur*, memiliki sebuah tujuan untuk menggambarkan strategi dakwah Klinik Abu Albani Center dengan menggunakan metode ruqyah mengatasi gangguan jin serta memaparkan faktor-faktor yang akan menjadi pendukung mengmbat jaln dakwah. Dan hasil dari penelitian ini adalah Strategi dakwah yang dilakukan oleh Klinik Abu Albani Center memiliki 3 tahapan yaitu menghidupkan sunnah nabi *Shallallahu'alaihi Wasallam* dalam hal penjagaan dan perlindungan diri serta terapi pengobatan penyakit jiwa, membentengi diri pasien dari segala hal dengan wirid wirid dan dzikir syar'i, serta meluruskan aqidah umat dari segala penyakit *syirik, bid'ah, khurafat* dan *tahayul*.
- 1.6.2 Penelitian Achmad Slamet dan Aida Farichatul Laila (2018), Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UNISNU Jepara yang berjudul *Strategi Dakwah Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah di Kabupaten Jepara dalam Perspektif Pemanfaatan Media Massa*. Memiliki tujuan untuk menganalisis strategi pemanfaatan media massa dalam dakwah oleh dua organisasi ; Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah di Kabupaten Jepara. Dan hasil dari penelitian Achmad Slamet dan Aida Darichatul Laila adalah pemanfaatan media massa yang di gunakan organisasi Islam oleh Nahdlatul Ulama dalam dakwah paling efektif adalah media online, sedangkan pada organisasi Muhammadiyah penggunaan

media massa paling efektif lewat media cetak berupa majalah / bulletin. Sedangkan persamaan dan perbedaan. Persamaan kedua organisasi ini dalam memanfaatkan media massa terletak pada system pemanfaatan; system pengelolaan media massa sendiri dan system kerja sama dengan media massa lain. Sedangkan perbedaannya terletak pada produk media massa yang dihasilkan dua organisasi tersebut.

- 1.6.3 Penelitian Muklis Nizar (2018), Kementerian Agama Kota Semarang yang berjudul *Strategi Dakwah Al Bayanuni (Analisis Strategi Muhammad Al Bayanuni dalam kitab Al Madkhal ila Ilmi Dakwah*. Memiliki tujuan untuk menganalisis strategi Muhammad Abu Fatah Al-Bayanuni dalam kitab Al Madkhal ila Ilmi Dakwah. Dan hasil dari penelitian Muklis (2018) adalah Kompleksitas masalah yang berkembang goyah. Dakwah selalu menghadapi tantangan yang berbeda sesuai dengan kondisi kehidupan masyarakat. Dakwah harus dikemas sedemikian rupa agar diterima dan dipahami oleh masyarakat sebagai madunya. Karena itu dakwah tidak bisa dilakukan dengan asal saja tetapi harus dengan perencanaan dan persiapan yang matang memahami langkah-langkah strategis yang perlu dipertimbangkan. Penggunaan strategi atau cara yang benar adalah tolok ukur keberhasilan dari dakwah itu sendiri. Tetapi jika strategi yang digunakan tidak tepat, akan mengarah pada hal yang tidak terduga.
- 1.6.4 Penelitian Zakiyyah dan Arif Abdul Haqq (2018), Dosen Jurusan Pendidikan IPA Universitas Muhammadiyah Cirebon dan Dosen Jurusan Tadris Matematika IAIN Syekh Nur Jati Cirebon yang memiliki judul *Strategi Dakwah Bil Hal dalam Program POSDAYA berbasis Masjid*. Memiliki tujuan untuk memberi gambaran secara menyeluruh tentang implementasi strategi dakwah

bil hal dalam program POSDAYA berbasis masjid dan mendeskripsikan permasalahan yang terjadi di masyarakat dan penanggulangannya melalui program lima pilar bidang POSDAYA. Dan hasil penelitian Zakiyyah dan Arif Abdul Haq adalah pelaksanaan Dakwah posdaya berbasis masjid dilaksanakan sejak tahun 2017 di Desa Sumurkondang Kecamatan Karangwareng Kabupaten Cirebon dengan mengoptimalkan perang masjid sebagai tempat sentra kegiatan, faktor pendukung dakwah posdaya berbasis masjid adalah asanya lingkaran-lingkaran kecil lima pilar yang bersinergi dalam mengelola masjid sebagai tempat segala kegiatan serta dukungan dari pemerintah, tokoh masyarakat, tokoh agama, dan tokoh pemuda termasuk majlis taklim.

- 1.6.5 Penelitian Tesis Muklis (2018), Program Magister Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Wali Songo Semarang yang memiliki judul *Strategi Dakwah bagi Narapidana Narkoba di Lembaga Pemasarakatan Perempuan Kelas II A Semarang 2017-2018*. Memiliki tujuan untuk menggambarkan strategi dakwah dan aplikasinya bagi narapidana narkoba di lapas perempuan kelas II A Semarang. Dan hasil penelitian tesis Muklis adalah *pertama*, Dakwah terhadap narapidana narkoba di Lembaga Pemasarakatan Perempuan Kelas IIA Semarang diarahkan pada proses pembentukan mental dan spiritual menuju pribadi yang memahami dan meyakini nilai-nilai agama yang dianutnya kemudian mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari. Menurut al Bayanuni ada tiga strategi dakwah yaitu Manhaj al-athifi (strategi sentimentil) adalah dakwah yang memfokuskan aspek hati, Manhaj al-aqli (strategi rasional) adalah dakwah yang memfokuskan pada aspek akal pikiran, Manhaj al-h}issi (strategi indrawi). *Kedua*, Strategi dakwah al Bayanuni terhadap narapidana narkoba di Lembaga Pemasarakatan Perempuan Kelas IIA Semarang memberi implikasi

positif bagi narapidana narkoba yaitu tertanamnya nilai-nilai dasar ajaran Islam bagi narapidana narkoba dan adanya perubahan perilaku yang lebih baik. Semakin tingginya kesadaran narapidana narkoba dalam mengikuti kegiatan pembinaan keagamaan, dan menjalankan ajaran agama Islam serta menganggap bahwa Lembaga Pemasyarakatan bukanlah tempat bagi orang-orang yang salah melainkan menjadi tempat yang cukup membawa berkah bagi kehidupan dan bekal dimasyarakat. 119 Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari beberapa strategi yang diterapkan, strategi al athifi (sentimentil) , al aqli (rasional) dan al h}issi efektif untuk melakukan perubahan perilaku dan sikap bagi narapidana narkoba. Narapidana narkoba merasa lebih tenang, bisa menerima keadaan dan menyadari kesalahannya serta mau mengamalkan materi dakwah yang disampaikan oleh para da"i.

- 1.6.6 Penelitian Skripsi Muhammad Ridwan Maulana (2019), Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul *Strategi Dakwah Pustaka Ilmu Sunni Salafiyah kenapa takut bid'ah (PSS-KTB) Dalam Diskusi Seputar Agama Melalui New media*. Memiliki tujuan untuk menggambarkan strategi dakwah PISS-KTB dalam diskusi seputar agama melalui *New media*. Dan hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa PISS-KTB dakwah melalui *New media* dengan metode diskusi memenuhi semua asas dan tahapan strategi. Dan kegiatan dakwah dari Komunitas PISS-KTB yang berjalan dengan baik.
- 1.6.7 Penelitian Skripsi Haris Mauludin (2019) yang berjudul *Strategi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Mensosialisasikan Gerakan Pemuda Hijrah (Shift) Melalui Sosial Media Instagram*. Memiliki tujuan untuk menggambarkan strategi dakwah Ustadz Hanan Attaki melalui sosial media Instagram dan

menjelaskan faktor pendukung dan faktor penghambatnya. Dan hasilnya adalah Strategi dakwah Ustadz Hanan Attaki sangat erat dengan mobilitas lintasan media sosial yang dilakukan secara masif. Dakwah-dakwah tersebut memang banyak mengambil pesan-pesan yang mendorong para jamaah ataupun para penggunaan media sosial untuk lebih banyak introspeksi diri. Tema-tema yang banyak dipilih untuk dipublikasikan lebih dominan yakni persoalan Tauhid, jika dibandingkan dengan tema-tema Syariah dan Muammalah. Ustadz Hana Attaki juga melakukan pembaharuan pemaknaan ulang agama, dengan berusaha menyuguhkan makna spiritualisasi lebih hidup dan fleksibel yang relevan dengan permasalahan ummat. Dan dakwah media sosial memang memiliki keuntungan tersendiri karena pesan dakwah dapat mengendap dan dishare ataupun diproduksi ulang. Kekurangannya media sosial adalah tidak gampangya terverifikasi kebenarannya dikarenakan dengan mudahnya audiens atau oknum melakukan penambahan tafsiran makna lebih jauh tanpa harus menanyakan dahulu kepada Ustadz Hanan Attaki.

- 1.6.8 Penelitian Skripsi Indi Nur Puspitasari (2018), Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul *Strategi Dakwah Ustadz Abdul Somad Dalam Klarifikasi Penolakan Dakwah Melalui Media Sosial Youtube*. Memiliki tujuan untuk menggambarkan strategi dakwah melalui klarifikasi di media social youtube yang dilakukan oleh Ustadz Abdul Somad dalam menghadapi penolakan dakwah yang terjadi terhadap dirinya, Serta asas strategi dan metode dakwah apa yang digunakan Dan faktor-faktor penghambat dan pendukung dalam strategi dakwah pada klarifikasi yang dilakukan oleh Ustadz Abdul Somad. Dan hasilnya adalah Ustadz Abdul Somad menggunakan metode Maudzah al-Hasanah serta

Manhaj al-‘Aql (strategi rasional) dalam menghadapi penolakan penolakan yang dialaminya. Selain itu terdapat faktor pendukung berupa dukungan dari organisasi masyarakat maupun komunitas baik melakukan hubungan secara moral maupun melakukan tindakan hukum atas tindakan persekusi yang dialami oleh Ustadz Abdul Somad. Adapun faktor penghambatnya adalah tidak adanya *cyber law* yang menangani tindakan seperti memotong video yang berdampak pada kesalahpahaman di masyarakat.

- 1.6.9 Penelitian Muhammad Qadaruddin Abdullah dan Dinul Fitrah Mubarak (2019) yang berjudul *Strategi Dakwah dalam Merawat Pluralitas di Kalangan Remaja*. Memiliki tujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi dakwah di tengah pluralitas. Dan hasil penelitian ini adalah terdapat tiga strategi dakwah dalam merawat pluralitas di kalangan remaja: pertama, strategi struktural; strategi kultural; dan ketiga, strategi *New media*.
- 1.6.10 Penelitian Skripsi Hadyan Fikri al-Ghifari (2018), Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang berjudul *Strategi Dakwah di Lembaga Muallaf Center Yogyakarta*. Memiliki tujuan untuk mengetahui strategi Lembaga Muallaf Center Yogyakarta dalam menyampaikan dakwah kepada para muallaf. Dan untuk mengetahui pemetaan organisasi Islam didalam Lembaga Muallaf Center Yogyakarta. Dan hasil penelitian ini adalah Lembaga Muallaf Center Yogyakarta menggunakan strategi dakwah dengan tiga cara yaitu : strategi dengan lemah lembut, strategi dengan akal pikiran atau logika, strategi dengan menunjukkan suatu kesaksian. Serta pemetaan Organisasi Islam masuk didalam Lembaga Muallaf Center Yogyakarta.

Tabel 1.1 Tabel Penelitian Terdahulu

PENELITIAN TERDAHULU	PERBEDAAN
<p>Skripsi dari Malik Saefudin (2015), mahasiswa program studi komunikasi penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatulloh yang berjudul <i>Strategi Dakwah Klinik Abu Albani Center dalam terapi Ruqyah di Duren Sawit Jakarta Timur.</i></p>	<p>Penelitian ini berbeda dengan penelitian Malik Saefudin (2015), karena penelitian ini fokus pada Strategi dakwah Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode 2015-2020 melalui <i>New media</i> (Website, Instagram, dan Youtube).</p>
<p>Penelitian Achmad Slamet dan Aida Farichatul Laila (2018), Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UNISNU Jepara yang berjudul <i>Strategi Dakwah Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah di Kabupaten Jepara dalam Perspektif Pemanfaatan Media Massa.</i></p>	<p>Penelitian ini berbeda dengan penelitian Achmad Slamet dan Aida Farichatul Laila (2018), karena penelitian ini fokus pada Strategi dakwah Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode 2015-2020 melalui <i>New media</i> (Website, Instagram, dan Youtube). Sedangkan penelitian Achmad dan Aida (2018) lebih ke membandingkan strategi dakwah antara Nahdlatul Ulama dan Muhammadiyah di Jepara.</p>
<p>Penelitian Muklis Nizar (2018), Kementerian Agama Kota Semarang yang berjudul <i>Strategi Dakwah Al Bayanuni (Analisis Strategi Muhammad</i></p>	<p>Penelitian ini berbeda dengan penelitian Muklis Nizar (2018), karena penelitian ini fokus pada Strategi dakwah Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode</p>

<p><i>Al Bayanuni dalam kitab Al Madkhal ila Ilmi Dakwah).</i></p>	<p>2015-2020 melalui <i>New media</i> (Website, Instagram, dan Youtube) dengan menggunakan teori perencanaan media dan strategi dakwah oleh Asmuni Syukir. Sedangkan penelitian Muklis (2018) lebih kepada menggambarkan strategi dakwah Muhammad Albayanuni dalam kitabnya al Madkhal ila Ilmi Dakwah.</p>
<p>Penelitian Zakiyyah dan Arif Abdul Haqq (2018), Dosen Jurusan Pendidikan IPA Universitas Muhammadiyah Cirebon dan Dosen Jurusan Tadris Matematika IAIN Syekh Nur Jati Cirebon yang memilik judul <i>Strategi Dakwah Bil Hal dalam Program POSDAYA berbasis Masjid.</i></p>	<p>Penelitian ini berbeda dengan penelitian Zakiyyah dan Arif Abdul Haqq (2018), karena penelitian ini fokus pada Strategi dakwah Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode 2015-2020 melalui <i>New media</i> (Website, Instagram, dan Youtube) dengan menggunakan teori perencanaan media dan strategi dakwah oleh Asmuni Syukir. Sedangkan penelitian Zakiyyah dan Arif Abdul Haqq (2018) lebih kepada menggambarkan strategi dakwah Bil Hal dalam Program POSDAYA berbasis Masjid.</p>

<p>Penelitian Tesis Muklis (2018), Program Magister Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Wali Songo Semarang yang memiliki judul <i>Strategi Dakwah bagi Narapidana Narkoba di Lembaga Pemasarakatan Perempuan Kelas II A Semarang 2017-2018</i>.</p>	<p>Penelitian ini berbeda dengan penelitian Tesis Muklis (2018), karena penelitian ini fokus pada Strategi dakwah Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode 2015-2020 melalui <i>New media</i> (Website, Instagram, dan Youtube). Sedangkan penelitian Tesis Muklis (2018) lebih kepada strategi dakwah bagi Narapidana Narkoba di Lembaga Pemasarakatan Perempuan kelas II A Semarang 2017-2018.</p>
<p>Penelitian Skripsi Muhammad Ridwan Maulana (2019), Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul <i>Strategi Dakwah Pustaka Ilmu Sunni Salafiyah kenapa takut bid'ah (PSS-KTB) Dalam Diskusi Seputar Agama Melalui New media</i>.</p>	<p>Penelitian ini berbeda dengan penelitian Skripsi Muhammad Ridwan (2019), karena penelitian ini fokus pada Strategi dakwah Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode 2015-2020 melalui <i>New media</i> (Website, Instagram, dan Youtube). Sedangkan penelitian Skripsi Muhammad Ridwan (2019) lebih kepada strategi dakwah melalui <i>New media</i> di Pustaka Ilmu Sunni Salafiyah Kenapa Takut Bid'ah (PSS-KTB).</p>
<p>Penelitian Skripsi Haris Mauludin (2019) yang berjudul <i>Strategi Dakwah</i></p>	<p>Penelitian ini berbeda dengan penelitian Skripsi Haris Mauludin (2019), karena</p>

<p><i>Ustadz Hanan Attaki Dalam Mensosialisasikan Gerakan Pemuda Hijrah (Shift) Melalui Sosial Media Instagram.</i></p>	<p>penelitian ini fokus pada Strategi dakwah Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode 2015-2020 melalui <i>New media</i> (Website, Instagram, dan Youtube). Sedangkan penelitian Skripsi Haris Mauludin (2019) lebih kepada strategi dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Mensosialisasikan Gerakan Pemuda Hijrah (Shift) Melalui Sosial Media Instagram.</p>
<p>Penelitian Skripsi Indi Nur Puspitasari (2018), Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul <i>Strategi Dakwah Ustadz Abdul Somad Dalam Klarifikasi Penolakan Dakwah Melalui Media Sosial Youtube.</i></p>	<p>Penelitian ini berbeda dengan penelitian Skripsi Indi Nur Puspitasari (2018), karena penelitian ini fokus pada Strategi dakwah Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode 2015-2020 melalui <i>New media</i> (Website, Instagram, dan Youtube). Sedangkan penelitian Skripsi Indi Nur Puspitasari (2018) lebih kepada strategi dakwah Ustadz Abdul Somad Dalam Klarifikasi Penolakan Dakwah Melalui Media Sosial Youtube.</p>
<p>Penelitian Muhammad Qadaruddin Abdullah dan Dinul Fitrah Mubarak (2019) yang berjudul <i>Strategi Dakwah</i></p>	<p>Penelitian ini berbeda dengan penelitian Muhammad Qadaruddin Abdullah dan Dinul Fitrah Mubarak (2019), karena</p>

<p><i>dalam Merawat Pluralitas di Kalangan Remaja</i></p>	<p>penelitian ini fokus pada Strategi dakwah Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode 2015-2020 melalui <i>New media</i> (Website, Instagram, dan Youtube). Sedangkan penelitian Muhammad Qadaruddin Abdullah dan Dinul Fitrah Mubarak (2019) lebih kepada strategi dakwah dalam Merawat Pluralitas di Kalangan Remaja.</p>
<p>Penelitian Skripsi Hadyan Fikri al-Ghifari (2018), Mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang berjudul <i>Strategi Dakwah di Lembaga Muallaf Center Yogyakarta</i>.</p>	<p>Penelitian ini berbeda dengan penelitian Skripsi Hadyan Fikri al-Ghifari (2018), karena penelitian ini fokus pada Strategi dakwah Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah periode 2015-2020 melalui <i>New media</i> (Website, Instagram, dan Youtube). Sedangkan penelitian Skripsi Hadyan Fikri al-Ghifari (2018) lebih kepada strategi dakwah di Lembaga Muallaf Center Yogyakarta.</p>