



Strategi Dakwah Muhammadiyah Jawa Barat Era Pandemi Covid-19

Bambang Saiful Ma'arif^{1*}, Asep Ahmad Siddiq²

Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Unisba, Bandung

email: bambangmaarif79@gmail.com

ABSTRAK

This study aimed to find out the strategy of preaching Muhammadiyah in West Java in the era of the covid-19 pandemic. The research method uses a qualitative case study approach—data collection techniques through interviews, observations, and document studies. The results showed that Muhammadiyah's da'wah strategy was carried out through consolidation, intensive programs, and communication both internally and externally and using information and communication technology media. Muhammadiyah organizationally designed the message of da'wah to motivate the community to overcome Covid-19. Da'wah strategy is integral between spiritual, intellectual, and physical health, worship, and mu'amalah. Da'wah uses mass media, outdoor media, and social media. The impact of this research can encourage members of the association to get healthy to continue to do activities and work and worship properly.

Keywords: *The strategy of da'wah; Muhammadiyah; da'wah in the Covid-19 Era.*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi dakwah Muhammadiyah Jawa Barat era pandemi covid-19. Metode penelitian menggunakan kualitatif pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan, strategi dakwah Muhammadiyah dilakukan melalui konsolidasi, program dan komunikasi intensif baik internal maupun eksternal, serta menggunakan media teknologi informasi dan komunikasi. Muhammadiyah merancang pesan dakwah secara organisasional untuk memotivasi masyarakat mengatasi Covid-19. Strategi dakwah bersifat integral antara kesehatan rohani, akal, dan fisik, ibadah dan mu'amalah. Dakwah menggunakan media massa, media luar-ruang dan media sosial. Dampak penelitian ini dapat mendorong warga persyarikatan mendapat kesehatan, sehingga mereka tetap dapat beraktivitas dan bekerja, dan beribadah dengan baik.

Kata Kunci: *Strategi dakwah; Muhammadiyah; Dakwah Era Pandemi Covid-19.*

PENDAHULUAN

Organisasi sosial keagamaan di Indonesia melayani masyarakat sejak pra-kemerdekaan 1945. Muhammadiyah (pun pula Nahdlatul Ulama) merupakan organisasi sosial keagamaan yang telah menyejarah pada bangsa ini. Begitu pentingnya posisi mereka, sehingga Pemerintah mempertimbangkan masukan dari mereka. Misalnya, saat membuat suatu kebijakan dan menghadapi persoalan pandemi covid-19. Presiden saat membuka Munas MUI menyatakan agar NU, MUI dan Muhammadiyah untuk ikut menyosialisasikan vaksin covid-19 (*Republika*, 2020) ke masyarakat luas.

Beberapa kajian terdahulu menemukan bahwa komunikasi publik dari organisasi keagamaan (Muhammadiyah, Nahdlatul Ulama [NU] dan MUI) saat pandemi covid-19 tetap mereka lakukan guna melayani masyarakat (Kusumaningtyas, 2021). Langkah organisasi Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU) disesuaikan dengan perkembangan teknologi informasi. Begitu pula untuk dakwah banyak digunakan internet (Shadrina 2015). Meskipun strategi dakwah mereka di media sosial facebook masih menggunakan pola normatif (Suherdiana & Muhaemin, 2018). Organisasi keagamaan Islam merespon covid-19 secara baik dengan upaya preventif dan kuratif. Preventif agar jemaah tidak terkena covid-19 (Rahvy, 2012), dan kuratif agar masyarakat yang terkena covid-19 bisa sembuh dan bekerja seperti sediakala. Media online yang masif digunakan oleh masyarakat memiliki sisi positif dan negatif. Sisi positifnya adalah cepat mengantarkan informasi yang positif secara cepat dan meluas. Namun, sisi negatifnya adalah dampak hoax kepada masyarakat (Ferdiawan, Y.I., Nurjanah, P.A.Dian, E.P. Krisdayan, A. Hidayatullah, H.J.M Sirait, 2019) Warga banyak yang percaya kepada hoax (Juditha, 2018), sehingga enggan untuk divaksin, kecuali jika ada ada insentifnya.

Sebagian organisasi keagamaan luar negeri, khususnya Kristiani dan Yahudi menginisiasi digital religion (Campbell 2016) di saat pandemi ini (Brien 2020). Kondisi ini menunjukkan adanya kemampuan agama dalam beradaptasi. Digital religion terkait dengan media yang digunakan dan fitur-fitur tertentu. Rian Hadinata (Hardinata 2018) menyatakan bahwa pola penggunaan sosial media organisasi keagamaan menggunakan metode Word Frequency dan sentimen analisis. Sedangkan Gelfgren *et al.* (Gelfgren, Stefan, Fischer-Nielsen, Ess, 2012) mengingatkan perlu mempertimbangkan kaitan antara kultur dan media yang dipergunakan. Kultur komunikasi organisasi keagamaan di era kemerdekaan adalah bahwa mereka mendukung pemerintah Republik Indonesia (RI). Meskipun hal itu tidak berarti menghilangkan daya kritis mereka terhadap kemungkaran yang muncul, seperti korupsi, kesewenang-wenangan dan ketidakadilan. Demikian pula terhadap sebaran informasi terorisme (Gelfgren, Stefan, Fischer-Nielsen, Ess 2012) dan narkoba. Muhammadiyah sangat peka terhadap berbagai penyimpangan moral dan perilaku yang terjadi di anak bangsa dan negeri ini.

Ketika diumumkan oleh pemerintah RI pada 2 Maret 2020 terinfeksi 2 orang.

Sebaran angka positif covid-19 bulan Desember 2020 lebih dari 5.000 orang/hari. Memasuki Mei 2021 kondisinya sudah mulai mereda. Tetapi Juni 2021 terjadi gelombang kedua dengan angka kurban di atas 1.000/hari. Maka September 2021 yang terinfeksi covid-19 mencapai 50.000 orang/hari; angka peningkatan yang eksponensial. Sehingga diagendakan “Pembatasan Sosial Berskala Makro” (PSBM) 3-20 Juli 2021, bahkan diperpanjang lagi PSBM-nya sampai 5 hari lagi (hingga 25 Juli 2021). Pandemi Covid-19 menjadi peristiwa yang menakutkan karena siaran media massa dan media sosial. Sering disaksikan berita bahwa warga menghalang-halangi jenazah keluarganya yang akan dikuburkan dengan protocol covid, menggali kembali makam anggota keluarga yang sudah dikuburkan oleh tim satgas rumah sakit. Informasi media menjadi tidak proporsional sehingga tidak produktif dan masyarakat resisten terhadap stigma covid-19 untuk keluarga mereka.

Dari berbagai telaah atas kajian terdahulu penulis belum melihat bagaimana kajian tentang strategi dakwah Muhammadiyah saat menghadapi pandemi covid-19. Pandangan, kebijakan, dan langkah-langkahnya dalam interaksinya dengan ‘digital religion’.

Isu penolakan vaksin oleh warga di era pandemi covid-19 memantik penulis untuk mengkaji dakwah organisasi di masa pandemi. Di Masa covid-19 pergerakan warga disekat dan dibatas melalui kebijakan Pembatasan dan Penyekatan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Kondisi ini perlu dicermati agar warga tetap sehat, produktif dan tetap beribadah.

Kondisi tersebut telah memicu pertanyaan: Sejauh mana dampak pandemi covid-19 terhadap aktivitas dakwah Muhammadiyah? Bagaimana Pelaksanaan dakwah Muhammadiyah selama Covid-19? Bagaimana strategi dakwah Muhammadiyah dalam menghadapi pandemi covid-19 sehingga dakwahnya dapat diterima oleh masyarakat? Atas dasar pertimbangan kondisi itu, maka peneliti meriset tentang “Strategi Dakwah Muhammadiyah Jawa Bbarat era Pandemi Covid-19”.

Kebedaan penelitian ini dengan penelitian lain adalah untuk mendapatkan data tentang strategi dakwah Muhammadiyah wilayah Jawa Barat menghadapi pandemi covid-19. Strategi dakwah organisasi berarti mendayagunakan semua potensi organisasi dalam melaksanakan dakwah pada konteks pandemi covid-19 agar dakwahnya terencana dan tepat sasaran. Dakwah melibatkan media, pesan dan sasaran dakwahnya.

Tulisan ini berasal dari penelitian yang menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, dan teknik pengumpulan datanya adalah wawancara, studi dokumen dan observasi ke situs PW Muhammadiyah Jawa Barat. Informan diambil dari pengurus PW Muhammadiyah yang dilaksanakan pada Pebruari-Juli 2021 di Bandung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Organisasi Keagamaan Utama di Indonesia berperan dalam mengimplementasikan al-Islam secara baik. Sebagai organisasi persyarikatan ia mengapresiasi karya warga. Ia bergerak didalam kehidupan masyarakat dan berupaya untuk membimbing masyarakat.

Muhammadiyah telah berkiprah didalam masyarakat dan telah berjasa untuk Indonesia. Bahkan sejak beberapa puluh tahun yang lalu telah mengembangkan sayapnya di luar negeri. Namun kita tidak melihat kepada kiprah Muhammadiyah di manca Negara, tetapi lebih fokus didalam negeri karena begitu banyak peran yang telah dimainkan. Dan pada kesempatan ini dilakukan studi atas strategi dakwah organisasi Muhammadiyah dalam menyintasi covid-19.

Beberapa orang peneliti telah mengkaji tentang organisasi keagamaan besar di Indonesia, sebelum masa pandemic covid-19. Penelitian terdahulu menginformasikan bahwa Pandemi covid-19 mengarahkan kajian bahwa pihak manajemen masjid untuk meningkatkan bukan hanya kesalehan ritual tetapi juga kesalehan sosial melalui protokol kesehatan dan literasi covid-19 (Prakoso, Beni, H. Anwar, 2017). Pun pula penelitian terdahulu itu menyangkut organisasi keagamaan Muslim terbesar, yaitu Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU). Para penulis menggunakan kriteria para cendekiawan Barat secara selektif dan juga intelektual Muslim, karena ada kecenderungan para pengamat, intelektual, dan pembuat kebijakan untuk mengajukan kriteria mereka sendiri. Survei umum pada kecenderungan-kecenderungan menunjukkan setidaknya ada 3 (tiga) kategori definisi moderat: ekstrem, Barat, dan kriteria Islam, masing-masing mengandung aspek yang dapat diterima dan tidak dapat diterima yang memerlukan seleksi lebih lanjut.

Dari kriteria yang dapat diterima inilah penulis mencoba untuk menilai moderasi Muslim Indonesia melalui visi dan misi organisasi massa, terutama Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama serta sistem pendidikan mereka. Studi-studi tersebut sampai pada kesimpulan bahwa berdasarkan kriteria Islam dan Barat, mayoritas Muslim Indonesia atau arus utama tetap moderat (Zarkasyi, 2018). Anarkisme dan bentuk-bentuk kekerasan lain yang dilakukan oleh kelompok agama dan organisasi massa masih sangat umum di Indonesia. Jelas bahwa telah terjadi pelanggaran hakasasi manusia, kebebasan beragama, dan kebebasan sipil yang merupakan pilar penting demokrasi. Indonesia, sebagai negara yang menganut kebebasan beragama, menganggap semua bentuk intoleransi adalah pelanggaran dalam demokrasi. Studi ini menggambarkan dan mengeksplorasi pandangan para kader muda Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU) di Malang, Jawa Timur, tentang demokrasi, pluralisme, dan toleransi. Sementara kader senior, seperti Pemuda Muhammadiyah, lebih cenderung tenang dalam menanggapi kehadiran dan organisasi radikal. Para kader senior Muhammadiyah memiliki kecenderungan untuk berpikiran

terbuka dengan organisasi masyarakat yang dianggap oleh publik sebagai organisasi massa radikal, dan mendasar dalam menyikapi keberadaan organisasi radikal. Pandangan ini ditunjukkan dengan tidak rasa genting atau situasi yang dianggap sangat mengancam kehidupan beragama dan nasional sementara masih dalam koridor keberagaman. Di sisi lain, generasi muda Nahdlatul Ulama menunjukkan pola yang berbeda, mengungkapkan bahwa senior mereka cenderung lebih keras dalam menanggapi organisasi radikal dan organisasi massa fundamental (Maksum, dan Febrianto, 2019).

Strategi organisasi yang dimainkan adalah bagaimana potensi organisasi diperankan secara optimal melalui berbagai lini organisasinya secara bagian yang tak terpisahkan dengan mengkonsolidasikan diri dengan baik dan komunikasi yang merupakan penyampaian pesan oleh suatu organisasi, baik itu kedalam maupun ke luar (DeVito, 1986). Kedalam berkomunikasi dengan staf dan karyawannya bersifat lebih spesifik (Rossengren, 2000) dan berkaitan dengan tugasnya. Sedangkan ke luar melayani publiknya atau pihak-pihak yang terkait dengan organisasinya. Hubungan-hubungan keorganisasian berjalan dengan intens, seperti relasi atasan-bawahan (*The superior-subordinate relationship*), yang merupakan jalur komunikasi yang paling penting. Peran komunikasi organisasi menggerakkan roda organisasi melalui kebijakan dan agendanya.

Banyak instrumen dirancang untuk mengumpulkan informasi mengenai cara di mana manager berkomunikasi dengan bawahan, yang penting di sini adalah pola (*style*) komunikasi dan kepemimpinannya (Rubin, Rebecca B., dan Palmgreen, Philip, 2009). Komunikasi didalam organisasi berupa verbal dan non-verbal. Wood (2004) menyatakan bahwa pada organisasi terjadi pula komunikasi interpersonal dari anggotanya, karena orang-orang yang ada di sana juga berkomunikasi di antara mereka (Verderber and Verderber, 1998). *Human relation corporate*. Humas atau Public Relation (PR) bukan ketua organisasi tetapi menjadi bagian dari tugas kepemimpinan organisasi. Praktek public relation telah menggunakan media untuk berkomunikasi dengan stakeholders-nya (Biaggi, 1992). Dampaknya dapat mengangkat cita organisasi, sehingga kian dipercaya oleh mitra dan publiknya. Tampilan merupakan hal yang terpenting, sedangkan isi merupakan yang sekunder (Whetmore, 1993), tak terkecuali untuk organisasi.

Media komunikasi organisasi melayani kepentingan organisasi berupa media massa dan media social (media online). Ilham prisgunanto (Prisgunanto, 2004) mengisyaratkan problem tantangan dunia televisive menghadapi tatanan informasi baru. Karena televisive membahas berita-berita besar dan strategis, tetapi kurang meliputi kepentingan Jamaah. Perlu kajian komunikasi organisasi social keagamaan secara online atau bermedia secara intens yang belum. Hubungan antara media dan berbagai kelompok yang ada dapat diklasifikasikan menjadi 3 (tiga) hal, yaitu: *symmmetrically independent*, (2) *asymmetrically dependent*, dan (3) *interdependent* (Bivins, 2009).

Tugas media komunikasi organisasi convey informasi yang benar (*to tell the truth*) (Bivins, 2009). Media mainstream seperti media massa sangat ketat seleksi informasi, tetapi pada saat yang bersamaan tema-temanya seringkali bersifat nasional atau kebangsaan. Sehingga kurang mendekati kepada organisasi keagamaan dan jemaahnya. Sedangkan pada media online (media social) sangat longgar. Banyak informasi keliru namun diviralkan, semacam hoax dan disinformasi. (Heryanto, 2017) Karena itu diperlukan media komunikasi yang melayani organisasi secara baik. Generasi muda Muslim memegang peranan masa depan Islam (Janmohamed 2017). Komunikasi merupakan pusat tugas dari manajemen (Griffin, 1991). Abad 21 merupakan era digital yang mampu mengubah pola-pola komunikasi. Dari Media massa ke “media nirmassa.”

Agama menjadi stimulus emosional yang paling kuat (Harris, 2009) dalam masyarakat. Berbagai media dipergunakan untuk mengemban tugas yang satu yaitu memenuhi konsumsi mereka, dikenal sebagai media multi-tasking (Barran, 2012). Komunikasi dengan menggunakan internet ada syncronc dan asynchrone (Harris, 2009). Komunikasi melalui media social menjadikan seseorang dapat menilai kualitas suatu tulisan baik dari sisi kebahasaan maupun argumentasinya (Harris, 2009). Lussier (2001) menyatakan bahwa di zaman kontemporer organisasi mengalami *reengineering*, *downsizing* dan *HIGH-involvement Organization*.

Dampak Covid-19 terhadap Aktivitas Dakwah Muhammadiyah

Pandemi covid-19 telah melumpuhkan berbagai sendi kehidupan. Virus yang ganas ini telah membawa korban yang cukup banyak, sekitar 140 ribu jiwa (Nopember 2021). Aktivitas masyarakat dilakukan dengan pembatasan oleh pemerintah melalui kebijakan PPKM. Masyarakat dibatasi dan disekat secara ketat agar menghindari kerumunan masyarakat, sehingga dapat tetap sehat. Kondisi kesehatan menjadi prima dalam kehidupan. Sehingga masyarakat dapat menjalankan semua tugas dengan baik. Dengan PPKM angka penyebaran covid-19 bisa menurun. Pemerintah pun meminta Organisasi-organisasi keagamaan untuk mendukung berbagai kebijakan ini. Organisasi keagamaan tidak menolak hal itu, tetapi mengkajinya dengan cara yang saksama. Semua kebijakan dilakukan dengan penuh cermat.

Muhammadiyah memandang bahwa pandemi covid-19 merupakan virus yang mewabah yang dikirimkan Allah SWT kepada umat manusia untuk menggugah umat manusia. Virus ini dipandang sebagai fakta ilmiah yang mesti ditangani dengan serius. Kondisi ini perlu dilakukan dengan pengobatan dan tindakan yang tepat. Virus Covid-19 bisa berarti 3 hal, yaitu: *ujian*, *adzab* dan *peringatan*. Muslim yang melakukan dosa-dosa dan maksiat apakah dibinasakan ataukah dibiarkan dulu untuk sementara agar mereka dapat bertobat. Bila hamba-Nya bertaubat maka akan menjadi khusnul khatimah, namun bila tidak mau bertobat maka akan *su-u 'IKhatimah*.

Partisipasi masyarakat sangat besar dan luar biasa, dengan adaptasi kebiasaan baru (AKB). Demikian pula dana yang terkumpul melampaui bulan-bulan di luar covid-19. Kini sampai miliaran terkumpul untuk kepentingan yang ada. Sehingga bisa membuka warung-Mu (Muhammadiyah) yang gratis, terutama sembako untuk mahasiswa. Demikian pula covid-19 menguntungkan karena dalam satu hari bisa 4-5 kali pengajian. Dulu tidak seperti ini, misalnya, ketika mau pengajian ke Ciamis saja perlu waktu 9 jam, kemudian ke Cirebon 4 sekali perjalanan berarti juga bisa sampai 10 jam. Belum lagi ke Bekasi, Bogor dan kota-kota lain di Jawa Barat. Jadi seharian bisa habis di jalan untuk melakukan pengajian tatap muka itu. Sedangkan kini dapat melakukan pengajian sebanyak 4-5 jam seharusnya masih enteng saja. Jadi, covid-19 membawa berkah dan hikmah dari sisi frekuensi pengajian melalui zoom.

Jumatan di Muhammadiyah ditutup bulan Maret – Juni 2020, buka lagi setelah lebaran haji 1441 H. Covid-19 juga membawa kepada perenungan. Allah SWT tidak menciptakan sesuatu dengan sia-sia. Dengan merenungkan seperti ini maka dilakukan suatu kebajikan yang sangat mendalam. Masyarakat tidak boleh berputus asa dari rahmat Allah karena Allah SWT telah melimpahkan berbagai nikmat-Nya kepada kita semuadengan cara yang terbaik, dan kita memberikan semua yang ada kepada berbagai kebijakan tentang pencegahan pandemi covid-19.

Muhammadiyah dan jamaahnya, serta simpatisannya selalu berupaya untuk mengambil hikmah dan dijadikan pelajaran atas perjalanan selama ini oleh semua. Kita tidak boleh menyesalinya dan mengingkarinya. Ini merupakan suatu suratan taqdir yang mesti diterima dengan sabar dan tabah. Tetap berupaya untuk menanggulangnya secara bijak tanpa keluh kesah.

Pelaksanaan Program Dakwah Muhammadiyah

Media difungsikan untuk menjembatani problem ketersambungan antar-eksponen Muhammadiyah. Kurangnya komunikasi menjadikan hubungan agak longgar antara Jamaah dan para pemimpin organisasinya. Langkah-langkah Muhammadiyah terukur dan reflektif, dalam artian setelah diusahakan kemudian diserahkan hasil ikhtiarnya kepada Allah SWT. Apapun yang terjadi tidak lepas dari kehendak Allah SWT. Kesadaran akan peran organisasi itu dielaborasi secara cermat dalam komunikasi organisasi Muhammadiyah. Antara pesan-pesan keagamaan dan ke-Indonesiaan dirangkum dalam satu tarikan nafas.

Pesan-pesan organisasi Muhammadiyah merupakan pesan-pesan keagamaan dan keorganisasian yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari dan bersifat membangun keshalehan individual dan social. Untuk mendapatkan semua itu diperlukan suatu panduan. Karenanya, Muhammadiyah pada 2017 telah mengeluarkan buku “Tuntunan ibadah di Masa Covid-19” untuk menjadi panduan ibadah selama masa darurat, yang mesti diterima dengan tulus dan ikhlas. Yang merupakan hasil dari ijtihad di Majelis Tarjih Tidak adashalat tarawih berjamaah di

masjid Muhammadiyah, Shalat Idul Fitri di rumah, qurban dalam bentuk lain, bentuk uang yang disalurkan kepada para miskin baru.

Di masa pandemi banyak sekali informasi yang berseliweran baik melalui media mainstream maupun new media, maka diperlukan upaya menyeleksi informasi yang ada, sehingga informasi yang ada benar-benar dapat dipilih yang valid. Karenanya disusunlah buku "Panduan Anti Hoax". Dunia digital dipandang penting karena dapat mengantarkan informasi keagamaan, yang kemudian dipahami, dihayaati dan diamalkan. Pengamalannya dilakukan secara individual dan kelompok keluarga, bukan dalam jemaah besar yang mengundang kerumusan.

Sifat organisasi Muhammadiyah sangat ketat dan sadar-struktur organisasi. Pesan komunikasinya dapat dibagi menjadi 3, yaitu: *Komunikasi organisasi* (internal dan eksternal), *Komunikasi public*, dan *komunikasi massa*. Komunikasi organisasi (internal) menyampaikan pesan-pesan tugas keorganisasian, seperti tugas dan wewenang organisasi agar roda organisasi berjalan dengan baik. Sedangkan eksternal organisasi berkomunikasi dengan pesan-pesan menjalin hubungan positif dengan organisasi pemerintah dan mitra-mitra Muhammadiyah seperti MUI, NU, Persis dan organisasi keagamaan lainnya. Adapun *komunikasi public* memberikan pemahaman kepada Jamaah/anggotanya, baik yang bersifat keagamaan murni seperti masalah aqidah, ibadah dan mu'amalah maupun masalah social kemasyarakatan, seperti untuk ceramah/khutbah dengan berbagai topik dan tema-nya. Sedangkan *komunikasi massa* dipilhkan pesan-pesan yang temanya terkait dengan upaya untuk menjembatani berbagai agenda menuju kesehatan masyarakat dan Jamaah Muhammadiyah dari covid-19.

Muhammadiyah memaknai secara bijak berbagai peristiwa dengan pikiran dan perenungan. Karena tiada kejadian di muka bumi ini kecuali membawa keajikan. Kondisi ini perlu dilakukan tindakan untuk pengobatannya. Manusia telah banyak berdosa dan bangga akan dosa-dosanya. Muslim yang melakukan dosa-dosa dan maksiat apakah dibinasakan atukah dibiarkan dulu untuk sementara agar mereka dapat bertobat. Bila hamba-Nya bertaubat maka akan diberi akhiran yang baik, namun bila tidak mau bertobat maka akan menjadi *su-ul Khatimah*.

Banyak orang melakukan dosa yang terdiri dari orang-orang kafir dan zalim maka angka kematiannya tampak pada negara-negara yang non-Muslim, yang kebetulan adalah negara-negara Barat yang maju. Dari 10 negara yang terkena pandemi covid-19 kurban terbesar adalah AS, Brazil dan India. Adzab diturunkan di dunia, tetapi tidak bersifat permanen dan bila kini sudah diberi adzab maka akan mengurangi siksa akhirat, istilahnya bisa disebut sebagai pengurangan untuk menjadi bersih (*thabur*). Sedangkan dikategorikan peringatan agar manusia, khususnya kaum Muslimin, dapat mengevaluasi dan mengendalikan langkah-langkah manusia yang bertolak belakang dari Sunnatullah. Hal itu terdapat didalam al-Quran Surah al-

Rum (30: 41). Umat Islam harus merespon secara bijak berbagai perkembangan yang ada guna memberikan kepastian kebajikan oleh umat Islam. Gembira dan bahagia merupakan jalan utama bagi menyehatkan jiwa sehingga memperkuat imunitas diri. Semua upaya itu dilandasi oleh Etika manusia yang dilakukan secara bertanggungjawab. Makna era pandemi covid-19

Wabah semacam Tha'un telah menimpa kaum Muslimin di waktu yang lampau terdahulu dengan tulus ikhlas, dan Organisasi bergerak dengan landasan agama yang dihayati oleh hati dan akal pikiran. Begitu pula kini, dengan covid-19 kaum Muslimin menerimanya sebagai sebetuk kasih sayang Allah SWT yang perlu diambil hikmahnya. Misalnya, pada Nopember 2019 Muhammadiyah mengadakan rapat konsolidasi nasional, ingin membuat kampus online pada tahun 2030. Tetapi karena ada covid-19 maka dipercepatlah penyelenggaraannya, sehingga kini telah berjalan dengan SDM yang ada. Covid-19 bukan main-main, tetapi dipandang serius karena memakan banyak korban.

Partisipasi masyarakat ternyata sangat besar dan luar biasa, dengan adaptasi kebiasaan baru (AKB). Demikian pula dana yang terkumpul melampaui bulan-bulan di luar covid-19. Kini sampai miliaran terkumpul untuk kepentingan yang ada. Sehingga bisa membuka warung-Mu (Muhammadiyah) gratis karena bantuan pemerintah terbatas, terutama sembako untuk mahasiswa. Demikian pula covid-19 menguntungkan karena dalam satu hari bisa 4-5 kali pengajian. Dulu tidak seperti ini, misalnya, ketika mau pengajian ke Ciamis saja perlu waktu 9 jam, kemudian ke Cirebon 4 sekali perjalanan berarti juga bisa sampai 10 jam. Belum lagi ke Bekasi, Bogor dan kota-kota lain di Jawa Barat. Jadi seharian bisa habis di jalan untuk melakukan pengajian tatap muka itu. Sedangkan kini dapat melakukan pengajian sebanyak 4-5 jam seharusnya masih enteng saja. Jadi, covid-19 ini menguntungkan dari sisi frekuensi pengajian melalui zoom. Jadi hikmahnya mengandung manfaat yang sangat besar; peluang berbuat kebaikan.

Memang saat itu Jumatan ditutup bulan Maret – Juni 2020, buka lagi setelah lebaran haji 1441 H. Demikian pula bila disimak secara benar maka covid ini membawa kepada perenungan yang sangat mendalam. Karena Allah SWT tidak menciptakan sesuatu dengan sia-sia.

Muhammadiyah dan jamaahnya, (baik yang bersifat aktif maupun simpatisannya) selalu berupaya untuk mengambil hikmah dan dijadikan pelajaran atas perjalanan selama ini oleh semua. Kita tidak boleh menyesalinya dan mengingkarinya. Ini merupakan suatu surat taqdir yang mesti diterima dengan penuh kesabaran dan ketabahan. Kita harus berupaya untuk menanggulangnya secara bijak. Tanpa keluh kesah. Langkah-langkah Muhammadiyah terukur dan reflektif, dalam artian setelah diusahakan kemudian diserahkan hasil ikhtiarnya kepada Allah SWT sehingga tidak kecewa. Apapun yang terjadi tidak lepas dari kehendak Allah SWT.

Strategi Dakwah Muhammadiyah Masa Pandemi

Pesan Yang disampaikan. Muhammadiyah merupakan organisasi modern dan konsen dengan „Islam yang berkemajuan“, yaitu Islam Madani yang membawa anggotanya kepada pelaksanaan hak-hal kewajibannya sebagai warga negara yang memiliki hak-hak dan kewajiban yang egaliter dan elegan. Kesadaran akan peran organisasi itu dielaborasi secara cermat dalam komunikasi Muhammadiyah. Antara pesan-pesan keagamaan dank e-Indonesiaandirangkum dalam satu tarikan nafas.

Pesan-pesan organisasi Muhammadiyah merupakan pesan-pesan keagamaan dan keorganisasian yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari dan bersifat membangun keshalehan individual dan social. Untuk mendapatkan semua itu diperlukan suatu panduan. Karenanya, Muhammadiyah pada 2017 telah mengeluarkan buku “Tuntunan ibadah di MasaCovid-19” untuk menjadi panduan ibadah selama masa darurat, yang mesti diterima dengantulus dan ikhlas. Yang merupakan hasil dari ijtihad di Majelis Tarjih Di samping itu, tidak adashalat tarawih berjamaah di masjid Muhammadiyah, Shalat Idul Fitri di rumah, qurban dalam bentuk lain, bentuk uang yang disalurkan kepada para miskin baru. Di samping itu, di masa pandemi ini banyak sekali informasi yang berseliweran baik melalui media mainstream maupun new media, maka diperlukan upaya menyeleksi informasi yang ada, sehingga informasi yang adabenar-benar dapat dipilih yang valid. Karenanya disusunlah buku “Panduan Anti Hoax”. Sedangkan NU memandang bahwa kebahagiaan dan nestapa merupakan suatu dinamika perjalanan umat manusia yang mesti diterima dengan penuh pasrah.

Adapun setelah informasi itu sampai kepada masyarakat atau Jamaahnya diharapkanada kekuatan persuasif yang menjadi masyarakat melaksanakannya. Di sini kekuatan persuasi didasarkan kepada kekuatan intelektual dan nalar. Maka pesan-pesan mesti dipahami dengan kemampuan akal pikiran. Kesempatan dialog dan diskusi selalu terbuka di lingkungan organisasi. Urun rembuk pun terbuka perluangnya, namun bila telah menjadi satu keputusan PP Muhammadiyah maka diharapkan semuanya dilaksanakan dengan baik. Diharapkan suatu pesan dan informasi membawa tindakan lebih lanjut.

Muhammadiyah mengkaitkan Milad ke-112 dengan penangkalan covid-19 melalui ikhtiar. Ikhtiar merupakan sebetuk ibadah ghairu makhdlah dalam memelihara kesehatan umat manusia. Sehingga masyarakat dapat melakukan pekerjaan dengan baik. Dalam kehidupan ini tidak semua dapat dicapai; pekerjaan dapat dilakukan dengan kondisi sehat. Tanpa kesehatan masyarakat menjadi tidak produktif.

Media yang dipergunakan. Media komunikasi organisasi yang Muhammadiyah pergunakan sangat beragam, dan hampir semua media modern dipergunakan dengan intens. Media dipergunakan sesuai dengan tujuan dan efek yang

diharapkan. Untuk komunikasi organisasi internal dipergunakan media surat, Hp dan katebelece, misalnya dalam bentuk surat pemberitahuan, rekomendasi dan keputusan sesuai dengan bentuk perilaku yang diinginkan. Media yang dipergunakan mulai dari *media interpersonal* seperti surat, katebelece, selebaran (leaflet) dan hp, *media luar ruang* seperti: poster, baligo, backdrop, spanduk, dan *media komunikasi massa*, seperti buku, televisi, media public seperti pengajian, ceramah, dan tabligh akbar. Satu lagi yaitu *media internet* seperti teks khutbah Idul Fitri dan khutbah Jum'at dikirimkan ke WA atau email pengurus dan Jamaah yang ada untuk bisa disampaikan kepada pihak lain. Bentuk media internet adalah website dan link-link.

Adapun setelah informasi itu sampai kepada masyarakat atau Jamaahnya diharapkan adakekuatan persuasif yang menjadi masyarakat melaksanakannya. Di sini kekuatan persuasi didasarkan kepada kekuatan intelektual dan nalar. Maka pesan-pesan mesti dipahami dengan kemampuan akal pikiran. Kesempatan dialog dan diskusi selalu terbuka di lingkungan organisasi. Urun rembuk pun terbuka perluangnya, namun bila telah menjadi satu keputusan PP Muhammadiyah maka diharapkan semuanya dilaksanakan dengan baik.

Muhammadiyah sebagai organisasi dakwah tidak bergerak sendiri, atau hanya para pengurus intinya. Tetapi mereka bermusyawarah dan bertindak secara bersamaa dalam organisasi. Baik yang ada dalam struktur organisasinya, maupun di luar struktur organisasinya. Kesimpulan itu mereka ambil dengan mencermati kondisi realitasnya. Realitas menjadi landasan pandangan organisasi tentang pandemi covid-19. Kondisi empirik direspon dan dicarikan solusinya.

Virus yang telah menyerang masyarakat Indonesia, terutama di daerah perkotaan di mana banyak warga persyarikatan Muhammadiyah berada. Banyak pula yang terkena covid-19, dan telah banyak pulakurban meninggal, meski mereka itu memiliki penyakit bawaan sebelumnya (comorbiditas). Karenanya, persyarikatan tidak tinggal diam menghadapi semua ini. Pandangan organisasi Muhammadiyah terhadap Covid-19 kemudian disampaikan ke pengurus organisasi dan Jemaahnya. Warga persyarikatan Muhammadiyah mengikuti kebijakan pemerintah dengan protokol kesehatannya. Pandangan ini menjadi kebijakan yang digariskan oleh Organisasi Muhammadiyah untuk dilaksanakan.

Pandemi Covid-19 tidak bisa diabaikan, tetapi harus diatasi dengan cara ilmu pengetahuan dan doa; iman dan imun. Secara ilmu pengetahuan berarti menguatkan imunitas dengan protein dan makanan yang bergizi, istirahat yang memadai, olahraga, bahagia dan tidak stress oleh beritacovid-19 yang menerpa mereka. Memperbanyak doa berarti membawa diri untuk beribadah dengan khusyu' disertai dengan doa. Warga Muhammadiyah diajak untuk memiliki pandangan yang real sebagaimana telah diprakarsai oleh organisasinya.

Kebanyakan warga Muhammadiyah tinggal di kota, profesional, terdidik dengan baik dan wirausaha mandiri. Kepada mereka PW Muhammadiyah menyerukan

melalui berbagai organ-organ Persyarikatan. Anggota persyarikatan menyimak hal ini dengan baik dan mengikutinya serta mentaati pemerintah sebagai *ulil amri* karena sudah ada hukum kehalalan vaksin (Sinovac dan AstraZenica) dari MUI, dan izin edarnya dari BPOM. Sehingga vaksin yang dipergunakan dipandang sebagai vaksin yang aman dengan tingkat efikasi 65% untuk mencapai *herd immunity*. Kini mencapai 50 juta yang sudah divaksin (Presiden RI, TVone, 19/7/2021).

Pada Konteks sosial mereka bergaul dengan masyarakat luas sedangkan dalam konteks organisasional mereka bergerak di instansi atau departemen induk mereka, sebagiannya beraktivitas di Muhammadiyah sebagai bentuk khidmah sambil menemukan usaha sampingan. Bila bukan ASN, mereka dapat menjadi wiraswasta. Ketika pandemi maka jalanyang muncul adalah menjadikan organisasi sosial keagamaan sebagai jangkar kehidupan masyarakat. Pada Nopember 2019 Muhammadiyah mengadakan rapat konsolidasi nasional, ingin membuat kampus online untuk tahun 2030. Tetapi karena ada covid-19 maka penyelenggaraannya dipercepat, sehingga kini telah berjalan dengan SDM yang ada.

Partisipasi masyarakat ternyata sangat besar dan luar biasa, dengan adaptasi kebiasaan baru (AKB). Demikian pula dana yang terkumpul kini jumlahnya melampaui bulan-bulan di luar covid-19. Kini sampai miliaran terkumpul untuk kepentingan organisasi Muhammadiyah melayani publiknya. Sehingga bisa membuka warung-Mu (Muhammadiyah) gratis karena bantuan pemerintah terbatas, terutama sembako untuk mahasiswa. Demikian pula covid-19 menguntungkan karena dalam satu hari bisa 4-5 kali pengajian.

Dulu tidak seperti ini, misalnya, ketika mau pengajian ke Ciamis saja perlu waktu 9 jam, kemudian ke Cirebon 4 sekali perjalanan berarti juga bisa sampai 10 jam. Belum lagi ke Bekasi, Bogor dan kota-kota lain di Jawa Barat. Jadi seharian bisa habis di jalan untuk pengajian tatap muka itu.

Sedangkan kini dapat melakukan pengajian sebanyak 4-5 kali dalam sehari masih enteng saja. Jadi, covid-19 ini menguntungkan dari sisi frekuensi pengajian melalui zoom meeting. Jadi hikmahnya mengandung manfaat yang sangat besar; peluang berbuat kebaikan. Saat itu PWM menutup Jumatan di masjid Mujahidin di Jalan Sancang antara Maret – Juni 2020, buka lagi setelah lebaran haji 1441 H/Juni 2020. Allah SWT menciptakan segala yang ada di alam raya memiliki kegunaan. Terkandung hikmah yang mesti digali oleh manusia. Dengan cara merenungkan seperti ini maka dilakukan suatu kebajikan yang sangat mendalam. Masyarakat tidak boleh berputus asa dari rahmat Allah karena Allah SWT telah melimpahkan berbagai nikmat-Nya dengan berbagai kebijakan tentang pencegahan pandemi covid-19. Tampak bahwa Muhammadiyah menggunakan media digital, tetapi ia tidak menjadi digital religion yang hanya bersifat kognitif.

Organisasi kawakan tentu telah berpengalaman dalam alur sejarahnya. Ia

tidak reaktif dan tidak pula mengemis kepada berbagai pihak lain, baik itu pemerintah maupun lembaga swadaya masyarakat. Muhammadiyah menemukan makna yang terkandung didalam suatu peristiwa. Semua perlu dilakukan dengan baik dengan melayani masyarakat.

Covid-19 tidak bias diabaikan, tetapi harus diatasi dengan cara ilmu pengetahuan dan doa; iman dan imun. Secara ilmu pengetahuan berarti menguatkan imunitas dengan protein dan makanan yang berkualitas, istirahat yang memadai, olahraga, gembira dan tidak stress oleh berita covid-19 yang menerpa mereka. Sedangkan memperbanyak doa berarti membawa diri untuk beribadah dengan khusyuk dan berdoa dengan baik.

Kebanyakan warga Muhammadiyah tinggal di kota, profesional, terdidik dengan baik dan wirausaha mandiri. Kepada mereka PWM menyerukan melalui organ-organ Persyarikatan. Anggota persyarikatan menyimak itu dengan baik dan mengikutinya serta mentaati pemerintah untuk mentaati „ulil amri“ karena sudah ada hukum kehalalan vaksin (Sinovac dan Astrazenica) dari MUI, dan izin edarnya dari BPOM sehingga ia dipandang sebagai vaksin yang aman dengan efikasi 65% untuk mencapai *herd immunity*. Hingga ini yang telah mengikuti vaksinasi baru mencapai 21 juta dari target 180 juta. Kini mencapai 50 juta yang sudah divaksin (Presiden RI, TVone, 19/7/2021).

Muhammadiyah memandang bahwa setiap peristiwa memiliki makna tertentu yang mesti diselami secara saksama. Secara teologis, tidak semua orang bias menemukan hikmah yang terkandung didalam suatu peristiwa. Diperlukan taqorrub, munajat dan wirid kepada Allah akan makna peristiwa covid-19 yang begitu mencekam dan menjadi malapetaka bagi umat manusia. Dari sisi Teori Budaya Organisasi kita mengetahui bahwa budaya organisasi memberikan warna sekaligus kontribusi bagi ditemukannya makna. Ketika pemimpin dua organisasi ini melakukan suatu kegiatan dalam altar kegiatan mereka maka akan melibatkan konteks social dan organisasional.

Partisipasi masyarakat ternyata sangat besar dan luar biasa, dengan adaptasi kebiasaan baru (AKB). Demikian pula dana yang terkumpul melampaui bulan-bulan di luar covid-19. Kini sampai miliaran terkumpul untuk kepentingan yang ada. Sehingga bisa membuka warung-Mu (Muhammadiyah) gratis karena bantuan pemerintah terbatas, terutama sembako untuk mahasiswa. Covid-19 menguntungkan karena dalam satu hari bisa 4-5 kali pengajian. Dulu tidak seperti ini, misalnya, ketika mau pengajian ke Ciamis saja perlu waktu 9 jam, kemudian ke Cirebon 4 sekali perjalanan berarti juga bisa sampai 10 jam. Belum lagi ke Bekasi, Bogor dan kota-kota lain di Jawa Barat. Jadi seharian bisa habis di jalan untuk melakukan pengajian tatap muka itu. Bahkan kini dapat melakukan pengajian sebanyak 4-5 jam perharinya. Jadi, covid-19 ini menguntungkan dari sisi frekuensi pengajian melalui zoom. Jadi hikmahnya mengandung manfaat yang sangat besar; peluang berbuat

kebaikan.

PW Muhammadiyah menutup Jumatan di Mujahidin jl. Sancang antara Maret – Juni 2020, buka lagi setelah lebaran haji 1441 H/Juni. Musibah covid-19 membawa Muhammadiyah kepada perenungan. Allah SWT menciptakan segala yang ada di alam raya memiliki kegunaan, termasuk di masa covid-19 kini. Perlu perenungan kaum Muslimin secara intens. Masyarakat tidak boleh berputus asa dari rahmat Allah karena Allah SWT telah melimpahkan berbagai nikmat-Nya kepada kita semua dengan cara yang terbaik, dan kini dakwah Muhammadiyah mengarah kepada penjagaan agama dan kesehatan.

PENUTUP

Covid-19 telah mengancam kesehatan manusia. Pemerintah hadir dengan mengambil kebijakan Pembatasan dan Penyekatan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang telah mempengaruhi dakwah Muhammadiyah. Semula Muhammadiyah dapat berdakwah dengan leluasa melalui tatap muka, namun selama pandemi covid-19 tidak bisa melakukannya. Tetapi Muhammadiyah berkiprah mencari teknik dan bentuk dakwahnya yang sesuai dengan kondisi pandemi covid-19. Penggunaan media digital secara optimal dan efektif untuk membina jemaahnya.

Muhammadiyah menggerakkan berbagai lini organisasi untuk kepentingan dakwahnya di masa covid-19. Potensi organisasi yang telah ada dioptimalkan, seperti sekolahan, rumah sakit, poliklinik, panti-panti asuhannya dan agenda dakwahnya. Kegiatan dakwah dilakukan secara intens oleh organisasi Muhammadiyah untuk mendorong masyarakat beribadah kepada Allah (*makhdalah*), beramal shaleh dan berkhidmat (*ghairu makhdalak*), sehingga berdaya dan mandiri didalam kehidupan masyarakat sebagai peran warganegara untuk meraih kejayaan.

Strategi dakwah Muhammadiyah Wilayah Jawa Barat bertitik tolak dari pandangan organisasinya bahwa pandemi covid-19 merupakan realitas empirik. Covid-19 ditanggulangi dengan intens agar warga masyarakat tetap sehat, sehingga dapat terus beribadah dan berkarya dengan baik. Spirit amar ma'ruf dan nahyi munkar diimplementasikan dalam bentuk dakwah *bil-Lisan* dan dakwah *bi lisan al-Hal* (*dakwah bil-hal*) secara serentak dan berkelanjutan. Media dakwah dipergunakan sesuai dengan sasaran komunikasinya; pesan dirancang sesuai dengan targetnya tanpa terpancing oleh para *hater* dengan berbagai ujaran kebenciannya. Informasi yang tak benar (disinformasi) dan hoax ditepis dengan indah, tidak dishare kepada warga persyarikatan. Meski Muhammadiyah menggunakan media digital tetapi ia tidak menjadi digital religion yang hanya berhenti pada pengetahuan kognitif. Ajaran agama tetap diamalkan dalam realitas keseharian.

Saran untuk penelitian mendatang adalah hendaknya dakwah dilaksanakan secara intens dengan media massa dan media sosial, dan pertemuan sosial secara

langsung. Agar Muhammadiyah mengevaluasi strategi dakwahnya agar anggota persyarikatan lebih berperan dalam bidang ekonomi dan bisnis dan menjaga kesehatan dengan prima di tengah pandemi covid-19 sehingga masyarakat tetap dapat beribadah dengan khusus dan berkarya secara produktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Maksum, Priyono Tri Febrianto, Esa Nur Wahyuni. 2019. "Intrrepretation of Democracy, Pluralism and Tolerance among the Young Activists Of Muhammadiyah and Nahdlatul Ulama (NU)." *Jurnal Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik* 32(3):275–89. doi: <http://dx.doi.org/10.20473/mkp.V32I32019.275-289>.
- Ali Maksum, Priyono Tri Febrianto, Esa Nur Wahyuni. 2019. "Intrrepretation of Democracy, Pluralism and Tolerance among the Young Activists Of Muhammadiyah and Nahdlatul Ulama (NU)." *Jurnal Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik* 32(3):275–89. doi: <http://dx.doi.org/10.20473/mkp.V32I32019.275-289>.
- Barran, J. Stanley. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media Dan Budaya*. 5th ed. Jakarta: Erlangga.
- Barran, J. Stanley. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media Dan Budaya*. 5th ed. Jakarta: Erlangga.
- Biaggi, Shirley (California State University, Sacramento). 1992. *Media/Impact An Introduction to Mass Media*. Belmont California: Wadsworth.
- Biaggi, Shirley (California State University, Sacramento). 1992. *Media/Impact An Introduction to Mass Media*. Belmont California: Wadsworth.
- Bivins, Thomas. 2009. *Mixed Media Moral Distinctions in Advertising, Public Relation and Journalism*. second. Madison Ave New York: Routledge.
- Bivins, Thomas. 2009. *Mixed Media Moral Distinctions in Advertising, Public Relation and Journalism*. second. Madison Ave New York: Routledge.
- Brien, Hazel O'. 2020. "What Does the Rise of Digital Religion during Covid-19 Tell Us about Religion's Capacity to Adapt?" *Iris Journal of Sociology* 28(2):242–2446. doi: 10.1177/079160350939819.
- Brien, Hazel O'. 2020. "What Does the Rise of Digital Religion during Covid-19 Tell Us about Religion's Capacity to Adapt?" *Iris Journal of Sociology* 28(2):242–2446. doi: 10.1177/079160350939819.
- Campbell, Heidi A. .. Ruth Tsuria. 2016. *Digital Religion Understanding Religious Practice in Digital Media*. Routledge.
- Campbell, Heidi A. .. Ruth Tsuria. 2016. *Digital Religion Understanding Religious Practice in Digital Media*. Routledge.
- DeVito, J. A. 1986. "Organizational Communication." P. 218 in *The Communication Handbook A Dictionary*. New York: Harper & Row Publisher.

- DeVito, J. A. 1986. "Organizational Communication." P. 218 in *The Communication Handbook A Dictionary*. New York: Harper & Row Publisher.
- Ferdiawan, Y.I., Nurjanah, P.A.Dian, E.P. Krisdayan, A. Hidayatullah, H.J.M Sirait, N. A. Rakhmawat. tika. 2019. "Hoax Impact to Community Through Social Media Indonesia." *Cakrawala Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika* 19(1):121–24. doi: <https://doi.org/10.31294/jc v19i1.4452>.
- Ferdiawan, Y.I., Nurjanah, P.A.Dian, E.P. Krisdayan, A. Hidayatullah, H.J.M Sirait, N. A. Rakhmawat. tika. 2019. "Hoax Impact to Community Through Social Media Indonesia." *Cakrawala Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika* 19(1):121–24. doi: <https://doi.org/10.31294/jc v19i1.4452>.
- Gelfgren, Stefan, Peter Fischer-Nielsen, Charles Ess, Pauline Hope Cheong. 2012. *Digital Religion, Social Media and Culture*. Jakarta: Bukukita - Gramedia.
- Gelfgren, Stefan, Peter Fischer-Nielsen, Charles Ess, Pauline Hope Cheong. 2012. *Digital Religion, Social Media and Culture*. Jakarta: Bukukita - Gramedia.
- Griffin, Em. 1991. *Communication A First Look at Communication Theory*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Griffin, Em. 1991. *Communication A First Look at Communication Theory*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Hardinata, Rian. 2018. "Ekstraksi Pola Penggunaan Social Media Organisasi Keagamaan Menggunakan Metode Word Frequency Dan Sentiment Analysis." *Jurnal ICT Akademi Telkom Jakarta* 10(1).
- Hardinata, Rian. 2018. "Ekstraksi Pola Penggunaan Social Media Organisasi Keagamaan Menggunakan Metode Word Frequency Dan Sentiment Analysis." *Jurnal ICT Akademi Telkom Jakarta* 10(1).
- Harris, Richard Jackson. 2009. *A Cognitive Psychology of Mass Communication*. New York: Routledge Taylor and Francis.
- Harris, Richard Jackson. 2009. *A Cognitive Psychology of Mass Communication*. New York: Routledge Taylor and Francis.
- Heryanto, Gun Gun, et al. 2017. *Melawan Hoax Di Media Sosial Dan Media Massa*. Yogyakarta: Trust Media.
- Heryanto, Gun Gun, et al. 2017. *Melawan Hoax Di Media Sosial Dan Media Massa*. Yogyakarta: Trust Media.
- Janmohamed, Shelina. 2017. *Generasi Muda Muslim Dan Cara Mereka Membentuk Dunia*. Yogyakarta: Bentang.
- Janmohamed, Shelina. 2017. *Generasi Muda Muslim Dan Cara Mereka Membentuk Dunia*. Yogyakarta: Bentang.
- Juditha, Christiany. 2018. "Interaksi Komunikasi Hoax Di Media Sosial Serta Antisipasinya." *Jurnal Pekomnas* 3(1):31–34. doi: <http://dx.doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030104>.

- Juditha, Christiany. 2018. "Interaksi Komunikasi Hoax Di Media Sosial Serta Antisipasinya." *Jurnal Pekomnas* 3(1):31–34. doi: <http://dx.doi.org/10.30818/jpkm.2018.2030104>.
- Kusumaningtyas, A. D. 2021. "Komunikasi Publik Ormas Keagamaan Islam Terkait Social Distancing Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Atas Sikap Resmi NU, Muhammadiyah Dan MUI)." *Muttaqien: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 2(1):21-47(42). doi: <https://doi.org/10.52593/mtq.02.1.02>.
- Kusumaningtyas, A. D. 2021. "Komunikasi Publik Ormas Keagamaan Islam Terkait Social Distancing Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Atas Sikap Resmi NU, Muhammadiyah Dan MUI)." *Muttaqien: Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies* 2(1):21-47(42). doi: <https://doi.org/10.52593/mtq.02.1.02>.
- Lussier, Robert N. 2001. *Human Relation in Organizations*. 5th ed. New York: McGraw Hill Higher Education.
- Lussier, Robert N. 2001. *Human Relation in Organizations*. 5th ed. New York: McGraw Hill Higher Education.
- Prakoso, Beni, H. Anwar, Mu'allimin. 2017. "Merespon Covid-19: Manajemen Dakwah Masjid Raya Darussalam Palangkaraya Masa Pandemi." *Anida* 21(1):1-20(1). doi: doi:10.21043/jcdjpmi.v21i1.3306.
- Prakoso, Beni, H. Anwar, Mu'allimin. 2017. "Merespon Covid-19: Manajemen Dakwah Masjid Raya Darussalam Palangkaraya Masa Pandemi." *Anida* 21(1):1-20(1). doi: doi:10.21043/jcdjpmi.v21i1.3306.
- Prisgunanto, Ilham. 2004. *Praktik Ilmu Komunikasi Dalam Kehidupan Sehari-Hari*. Bandung: Teraju (PT Mizan Publika).
- Prisgunanto, Ilham. 2004. *Praktik Ilmu Komunikasi Dalam Kehidupan Sehari-Hari*. Bandung: Teraju (PT Mizan Publika).
- Rahvy, Aisyah Putri & Ilham Ahsanu Ridlo. 2012. "How Does Islamic Organizations Respond to Covid-19 in Indonesia?" *Public Health and Preventive Medicine Archive (PHPMA)* 9(1):11–16. doi: 10.15562/phpma.v9i1.274.
- Rahvy, Aisyah Putri & Ilham Ahsanu Ridlo. 2012. "How Does Islamic Organizations Respond to Covid-19 in Indonesia?" *Public Health and Preventive Medicine Archive (PHPMA)* 9(1):11–16. doi: 10.15562/phpma.v9i1.274.
- Rossengren, Karl Erik. 2000. *Communication an Introduction*. London: Sage Publication.
- Rossengren, Karl Erik. 2000. *Communication an Introduction*. London: Sage Publication.
- Rubin, Rebecca B., Palmgreen, Philip, Sypher E., ed. 2009. *Communication Research*

- Measures A Sourcebook*. Madison Ave New York: Routledge.
- Rubin, Rebecca B., Palmgreen, Philip, Sypher E., ed. 2009. *Communication Research Measures A Sourcebook*. Madison Ave New York: Routledge.
- Shadrina, Elfara. 2015. "E-Dakwah NU Dan Muhammadiyah: Penggunaan Twitter Sebagai Media Dakwah Kontemporer." Universitas Airlangga Surabaya.
- Shadrina, Elfara. 2015. "E-Dakwah NU Dan Muhammadiyah: Penggunaan Twitter Sebagai Media Dakwah Kontemporer." Universitas Airlangga Surabaya.
- Suherdian, D., & Enjang Muhaimin. 2018. "The Da'wah of NU and Muhammadiyah in Social Media of Facebook." *Ilmu Dakwah Academic Journal for Homiletic Studies* 12(2):1-200 (178-200). doi: [org/10.15575/idajhs.v12i2.6176](http://dx.doi.org/10.15575/idajhs.v12i2.6176).
- Verderber, Rudolph and Verderber, Kathleen. 1998. *Inter-Act Using Interpersonal Communication Skills*. 8th ed. Wadsworth: International Thompson Publishing.
- Whetmore, Edward Jay. 1993. *Mediamerica, Mediaworld Form, Content, and Consequence of Mass Communication*. 5th ed. Belmont California: Wadsworth Publishing Company.
- Wood, J. T. 2004. *Communication Theories in Action*. Belmont California: Wadsworth.
- Zarkasyi, H. F. 2018. "Appraising the Moderation Indonesian Muslims with Special Reference." *Addin* 12(1):1-30. doi: <http://dx.doi.org/10.21043/addinv12i1.4179>.