

**POLA KOMUNIKASI DAKWAH KH. ANWAR ZAHID
PADA AKUN YOUTUBE @ANZA CHANNEL
KH. ANWAR ZAHID**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)
Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
Konsentrasi Televisi Dakwah

Oleh:

Muhammad Dani Majid

1801026164

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

SEMARANG

2024

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 1 bandel

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada. Yth.

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

Di Tempat

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah mempertimbangkan aspek Akademis dan Administratif dilanjutkan dengan membaca, mengadakan koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa Skripsi dari Mahasiswa :

Nama : Muhammad Dani Majid

NIM : 1801026164

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : Pola Komunikasi Dakwah KH. Anwar Zahid pada Akun Youtube @Anza Channel KH. Anwar Zahid

Dengan ini telah saya setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 29 Februari 2024

Dosen Pembimbing,



Asep Dadang Abdullah M. Ag

NIP : 19730114006041014

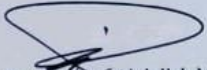
HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
POLA KOMUNIKASI DAKWAH KH. ANWAR ZAHID
PADA AKUN YOUTUBE @ANZA CHANNEL
KH. ANWAR ZAHID

Disusun Oleh:
Muhammad Dani Majid
1801026164

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 24 Desember 2024 dan dinyatakan telah lulus memenuhi syarat
Guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.)

Susunan Dewan Penguji,

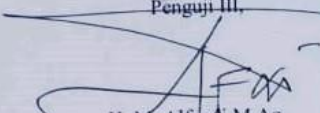
Ketua/Penguji I,


Asep Dadang Abdullah M.Ag.
NIP 197301 14200604 1 014

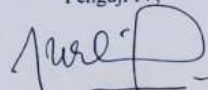
Sekretaris/Penguji II,


Maya Rini Handayani M.Kom.
NIP 197605 05201101 2 007

Penguji III,


H. M. Alfandi M.Ag.
NIP 197108 30199703 1 003

Penguji IV,


Dra. Amelia Rahmi M.Pd.
NIP 196602 09199303 2 003

Disahkan oleh,

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pada tanggal 24 Desember 2024



Prof. Dr. Moh. Fauzi, M.Ag.
NIP. 197205 17199803 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Dani Majid
NIM : 1801026164
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

“Pola Komunikasi Dakwah KH. Anwar Zahid pada akun Youtube @Anza Channel KH. Anwar Zahid”

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 15 Februari 2024
Pembuat Pernyataan,



Muhammad Dani Majid
Muhammad Dani Majid
NIM: 1801026164

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT tuhan penguasa alam yang menguasai hari pembalasan dan yang senantiasa melimpahkan rahmat, taufik dan juga hidayahnya dalam langkah-langkah kecil kehidupan penulis selama ini. Allah SWT yang senantiasa memberikan ketenangan, kemudahan dan kekuatan yang tidak terbatas, Sehingga dengan Ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pola Komunikasi Dakwah KH. Anwar Zahid pada akun Youtube @Anza Channel KH. Anwar Zahid. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasul Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari zaman jahiliyah menuju zaman islamiyah yang penuh kemuliaan.

Rasa syukur yang dalam teriring rasa terima kasih dan penghargaan yang tulus kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu peneliti selama proses penulisan skripsi ini. Karenanya, di dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih sebanyak- banyaknya kepada:

1. Yang terhormat, Prof. Dr. Nizar Ali, M.Ag. Selaku Rektor UIN Walisongo Semarang beserta staf dan jajarannya yang telah memberikan restu peneliti untuk menimba ilmu dan menyelesaikan karya ilmiah ini.
2. Prof. Dr. Moh. Fauzi, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, semua dosen dan staf di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang beserta jajarannya yang telah memberikan restu kepada peneliti dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.
3. Asep Dadang Abdulah, M.Ag. selaku Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam selain itu juga menjadi pembimbing yang memotivasi peneliti dalam menyelesaikan karya ilmiah ini yang

selalu dengan sabar memberikan arahan dan masukan dalam proses penyusunan skripsi ini.

4. Bapak Ibu Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang, yang telah mengarahkan, mengkritik, mendidik, membimbing, dan memberikan ilmunya kepada peneliti selama dalam bangku perkuliahan.
5. Ayahanda tercinta Bapak Kusnanto Ibunda tercinta ibu Misrofah dan seluruh saudara-saudaraku yang senantiasa, tulus dan tanpa henti memberikan kasih sayang, dukungan dan semangat.
6. Penghargaan dan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan karya ilmiah ini, Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan hidayahnya kepada kita semua. Amin

Kepada mereka semua tidak ada sesuatu yang dapat peneliti berikan sebagai imbalan, kecuali do'a semoga Allah selalu membimbing langkah hidupnya dan membalas kebbaikanya dengan balasan yang lebih banyak dan lebih baik.

Skripsi yang kecil ini dibuat dengan usaha maksimal dari keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan baik dari segi isi maupun tulisan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan di masa yang akan datang.

Akhirnya dengan segala kesadaran dan kerendahan hati penulis berharap semoga skripsi sederhana ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan pembaca pada umumnya. Kesempurnaan hanya milik Allah SWT, hanya kepadaMULah kami menyembah dan hanya kepadaMULah kami meminta pertolongan.

Semarang, 15 Februari 2024

Muhammad Dani Majid
NIM. 1801026164

PERSEMBAHAN

1. Skripsi ini adalah persembahan kecil untuk kedua orang tua saya. Ketika dunia menutup pintunya pada saya, ayah dan ibu membuka lengannya untuk saya. Ketika orang-orang menutup telinga mereka untuk saya, mereka berdua membuka hati untuk saya. Terima kasih karena selalu ada untuk saya.
2. Kini setelah masa perjuangan itu berlalu, saya bersyukur pernah menjadi salah satu anak bimbinganmu. Sekali lagi saya ucapkan terima kasih untuk semua kritikan, masukan dan tuntutan baik yang telah bapak berikan. Terima kasih dosen pembimbing terhebat Asep Dadang Abdulah M.Ag
3. Skripsi ini saya dedikasikan untuk orang-orang yang sangat saya sayangi, dan orang-orang yang menyayangi saya. Terkadang, ketika saya kehilangan kepercayaan pada diri saya sendiri, kalian di sini untuk percaya pada saya. Terkadang, ketika semuanya salah, kalian tampak dekat dan memperbaiki semuanya.
4. Terkhusus skripsi ini saya persembahkan untuk almamater tercinta saya UIN Walisongo Semarang khususnya jurusan Komunikasi dan

Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam. Terima kasih telah menjadi rumah belajar yang menghangatkan dan memberikan wawasan berharga untuk saya.

MOTTO

انظر ما قال ولا تنظر من قال

"Lihatlah apa yang dibicarakan, dan jangan melihat siapa yang berbicara."

ABSTRAK

Muhammad Dani Majid (1801026164), penelitian ini berjudul Pola Komunikasi Dakwah KH. Anwar Zahid pada akun Youtube @Anza Channel KH. Anwar Zahid. KH. Anwar Zahid adalah seorang penceramah kondang asal Jawa Timur. Saat ini video ceramahnya banyak diunggah ke youtube dan dilihat oleh ratusan ribu penonton. Dakwahnya dikenal dengan pola komunikasi yang menarik dan mudah dipahami oleh mad'u. sehingga materi dakwahnya mudah dipahami oleh mad'u baik kalangan bawah, kalangan atas, dewasa, remaja bahkan sampai anak-anak. KH. Anwar Zahid semakin dikenal lapisan masyarakat ketika memanfaatkan youtube dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Meskipun dakwah dilaksanakan secara jaringan, K.H. Anwar Zahid selalu menunjukkan khasnya yaitu menyusun kata-kata yang mengkombinasikan antara isi ceramah dengan lelucon sehingga pengajian tidak membosankan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi dakwah KH. Anwar Zahid yang terdapat di akun youtube @Anza Channel KH. Anwar Zahid. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini bersumber dari data primer. Data primer dalam penelitian ini adalah 10 video ceramah KH. Anwar Zahid yang di *upload* pada akun youtube @Anza Channel KH. Anwar Zahid. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode dokumentasi.

Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa pola komunikasi dakwah KH. Anwar zahid terbagi menjadi dua yaitu pola komunikasi dengan *mad'u offline* dan pola komunikasi dengan *mad'u online*. Dakwah dengan *mad'u offline* terdapat pola komunikasi dua arah dan satu arah. Sedangkan dakwah dengan *mad'u online* terdapat pola komunikasi satu arah. Hal ini disebabkan karena video ceramah yang diunggah dalam channel Anza Channel KH. Anwar Zahid adalah video hasil rekaman ceramah KH Anwar Zahid secara *offline*. Pola komunikasi satu arah diterapkan pada saat da'i menyampaikan pesan dakwah dalam bentuk informatif dan pesan dakwah dalam bentuk cerita. Pola komunikasi dua arah diterapkan dengan bentuk memberi salam, menyapa mad'u, menanyakan kabar, dan berdialog. Sedangkan pola komunikasi multi arah diterapkan dengan ciri keaktifan mad'u lebih tinggi, da'i dan mad'u bertindak sebagai komunikator dan aktivitas dakwah semakin bervariasi.

Kata Kunci: Youtube, Pola Komunikasi Dakwah,

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam disertasi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

A. Konsonan

No	Huruf Arab	Huruf Latin	No	Huruf Arab	Huruf Latin
1	ا		15	ض	Dl
2	ب	B	16	ط	Th
3	ت	T	17	ظ	Zh
4	ث	Ts	18	ع	„a, „l, „u
5	ج	J	19	غ	Gh
6	ح	H	20	ف	F
7	خ	Kh	21	ق	Q
8	د	D	22	ك	K
9	ذ	Dz	23	ل	L
11	ر	R	24	م	M
11	ز	Z	25	ن	N
12	س	S	26	و	W
13	ش	Sy	27	هـ	H
14	ص	Sh	28	ي	Y

B. Vokal

Tanda	Nama	Huruf Latin
أ	Fathah	A
إ	Kasrah	I
أ	Dhammah	U
أَي	Fathah dan Ya	Ai
أَو	Fathah dan Wa	Au

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR	vi
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
TRANSLITERASI	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Manfaat Penelitian	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Metode Penelitian	10
G. Sistematika Penulisan Skripsi	12
BAB II: POLA KOMUNIKASI DAKWAH DAN YOUTUBE	14
A. Pola Komunikasi Dakwah	14
1. Pengertian Pola Komunikasi Dakwah	14
2. Bentuk Pola Komunikasi Dakwah	17
3. Unsur-Unsur Komunikasi Dakwah	22
B. You Tube	30

1. Pengertian You Tube	30
2. Sejarah Perkembangan You Tube	31
3. Karakteristik You Tube	32
4. Manfaat You Tube.....	33
5. Komponen Youtube.....	35
6. Kelebihan dan Kekurangan You Tube	36
BAB III: GAMBARAN UMUM DAKWAH KH. ANWAR ZAHID DI YOUTUBE.....	38
A. Profil KH. Anwar Zahid.....	38
B. Pendidikan dan Organisasi KH.Anwar Zahid.....	39
C. Deskripsi Channel Youtube @Anza Channel KH. Anwar Zahid.....	40
D. Pola Komunikasi Dakwah KH. Anwar Zahid di channel youtub Anza Channel KH. Anwar Zahid	41
E. Ciri Khas Dakwah KH. Anwar Zahid.....	65
BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN ANALISIS POLA KOMUNIKASI DAKWAH KH. ANWAR ZAHID DI CHANNEL YOUTUBE ANZA CHANNEL KH. ANWAR ZAHID	70
A. Pola Komunikasi Satu Arah	70
B. Pola Komunikasi Dua Arah	72
C. Pola Komunikasi Multi Arah	74
D. Pembahasan.....	75
BAB V: PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	81
C. Penutup.....	782
DAFTAR PUSUTAKA	83
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pola roda komunikasi	19
Gambar 2.2 Pola rantai komunikasi	19
Gambar 2.3 Pola lingkaran	20
Gambar 2.4 Pola Y	20
Gambar 2.5 Pola komunikasi linier	21
Gambar 2.6 Pola komunikasi dua arah	21

Gambar 2.7 Pola komunikasi transaksional

.....

22

Gambar 3.1 Kanal youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid

.....

40

Gambar 3.2 Kolom komentar di kanal youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid

.....

64

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar belakang

Kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari komunikasi. Kehidupan manusia akan terasa hampa bahkan tidak ada kehidupan sama sekali apabila tidak ada komunikasi. Komunikasi akan menghantarkan manusia saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, di tempat kerja atau di manapun berada. Pentingnya komunikasi tidak dapat dipungkiri oleh manusia sebagai alat interaksi dengan individu-individu lainnya, untuk memenuhi kebutuhan informasi, baik informasi dari dalam maupun dari luar lingkungannya.

Komunikasi merupakan kegiatan kehidupan manusia yang dengan cara ini membentuk kegiatan bersama dengan lainnya dimana-mana yang mempunyai predikat *zoon politicon* (makhluk yang selalu hidup bersama) (Komaruddin & Yooke, 2000: 301). Berkaitan dengan komunikasi antar manusia di dalam masyarakat, manusia dalam mengarungi kehidupan di dunia bukan hanya sebagai makhluk individu saja, tetapi juga makhluk sosial.

Komunikasi adalah hubungan kontak langsung maupun tidak langsung antar manusia, baik itu individu maupun kelompok. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi adalah bagian dari kehidupan itu sendiri, karena manusia melakukan komunikasi dalam pergaulan dan kehidupannya (Wijaya, 2010: 26). Keberadaan manusia sebagai makhluk sosial dituntut untuk mempunyai kemampuan berkomunikasi yang baik.

Bagi umat Islam, komunikasi yang baik adalah komunikasi yang sesuai dengan kaidah agama, yang senantiasa diukur dengan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Quran dan Sunnah Nabi (Hadits). Dalam Islam, etika biasa disebut dengan akhlak. Karena itu, berkomunikasi harus memenuhi

tuntunan akhlak sebagaimana tercantum di dalam sumber ajaran Islam itu sendiri (Amir, 2015: 35).

Kemampuan berkomunikasi merupakan nikmat yang Allah berikan kepada hambanya. Kemampuan ini sebagai perantara manusia untuk mengungkapkan atau mengutarakan segala sesuatu yang terkandung dalam pikiran dan perasaannya. Hal ini merupakan salah satu penghargaan kepada manusia sebagai makhluk yang bermartabat lebih tinggi dari makhluk-makhluk lainnya di alam semesta (Rahim, 2011: 3).

Kemampuan berkomunikasi menjadi kemampuan yang sering digunakan dan sangat dibutuhkan manusia untuk menjalani kehidupan sehari-hari (Dahlan, 2014). Salah satu profesi yang banyak menggunakan kemampuan berkomunikasi adalah *da'i*. Kemampuan berkomunikasi menjadi kunci kesuksesan *da'i* dalam menjalankan aktivitas dakwahnya. Kemampuan berkomunikasi akan memudahkan *da'i* dapat memberikan materi sesuai dengan situasi dan kondisi *mad'u* (Asep, 2012).

Dakwah yang menyesuaikan situasi dan kondisi *mad'u* menjadi salah satu kunci kesuksesan dalam berdakwah. *Da'i* dapat menyampaikan pesan dakwah dengan mudah apabila didukung dengan kemampuan komunikasi *da'i* yang baik. Kemampuan komunikasi yang dimaksud adalah kemampuan atau kelincahan *da'i* dalam berdakwah agar menarik dan memahamkan *mad'u*. Maka dari itu, kemampuan berkomunikasi menjadi keahlian *da'i* dalam menjalankan aktivitas dakwahnya.

Aktivitas dakwah semakin hari semakin berkembang seiring dengan perkembangan teknologi. Dakwah bukan hanya dijadikan sebagai aktivitas kelompok, tapi aktivitas individu untuk mengajak berbuat baik kepada *mad'u*. Munir dan Ilahi menilai perwujudan dakwah bukan hanya sekedar usaha peningkatan pemahaman masyarakat dalam hal agama saja, namun dakwah memiliki sasaran yang lebih luas yaitu pelaksanaan ajaran Agama Islam yang bisa menyeluruh kepada segala aspek (Syamsudin, 2020: 4).

Proses berdakwah tidak bisa lepas dari sosok yang memberikan materi dakwah yaitu *da'i* (Bisri, 2014: 4).

Menyampaikan pesan dakwah membutuhkan pola komunikasi dakwah yang disesuaikan dengan keadaan *mad'unya*. tanpa penggunaan pola komunikasi dakwah yang tepat, aktifitas dakwah tidak akan mendapatkan hasil yang maksimal, bahkan dapat menghantar pemahaman yang kontradiktif. Pola komunikasi dakwah yang kurang tepat akan menyebabkan pesan dakwah tidak diterima bahkan dakwah tersebut tidak jarang malah menimbulkan perpecahan umat sendiri (Zulfikar, 2019).

Tidak sedikit orang berdakwah panjang lebar akan tetapi kurang memahami materi dakwah kepada *mad'u*. Hal ini dapat disebabkan oleh kurang lincahnya *da'i* dalam mengembangkan kemampuan berkomunikasi. Maka dari itu, pola komunikasi dakwah menjadi penting yang harus dimiliki oleh para *da'i*. Pola komunikasi dakwah akan membawa *da'i* untuk dapat menyampaikan pesan dakwah dengan baik, runtut dan mudah diterima oleh *mad'u*.

Pola komunikasi dakwah merupakan bentuk atau model komunikasi antara dua orang atau lebih dalam proses penyampaian pesan agama serta ajakan menyeru kepada kebaikan (Syamaun & Yuliyatika, 2019). *Da'i* yang mempunyai pola komunikasi dalam berdakwah akan lebih mudah mempengaruhi *mad'u* untuk melakukan perubahan sikap dan pemahaman (Rajiyem, 2005). Joseph menjelaskan dalam bukunya bahwa pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau struktur hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman atau penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Devito, 2011: 382). Pengertian ini merujuk pada kekuatan kata-kata yang dapat mempengaruhi psikologi berfikir dan bertambahnya pemahaman. Pola komunikasi dapat berbicara tentang pemilihan kata dan frasa, lalu disampaikan ke khalayak umum menjadi sebuah kalimat (Jaswadi, 2014: 11). *Da'i* yang mempunyai

pola komunikasi dalam berdakwah akan lebih mudah mempengaruhi *mad'u* untuk melakukan perubahan sikap dan pemahaman

Salah satu kemudahan aktivitas dakwah di zaman modern ini adalah dakwah melalui media sosial. Arum Wahyuni dalam penelitiannya menjelaskan bahwa media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*". (Purbohastuti, 2017). Maka setiap pengguna media sosial dapat berinteraksi satu sama lain, baik secara langsung atau tidak langsung. Salah satu media sosial populer adalah youtube. Youtube menjadi salah satu aplikasi media sosial terpopuler dan banyak diminati di Indonesia . *Riset hootsuite* dan *we are social* mencatat bahwa per januari 2021 pengguna internet rentang usia 16-24 tahun menghabiskan waktunya dengan menonton video online. CNN Indonesia mencatat bahwa youtube ditonton oleh 53 persen pengguna internet di Indonesia dan 57 persen masih menonton youtube. Setahun berikutnya, pengguna youtube dari tahun 2019 terus mengalami peningkatan hingga tahun 2021 yang mencapai 93,8% dari jumlah populasi sebanyak 7,83 milyar, dan pada 2022 menurut data yang dirangkum *We Are Social* berdasarkan penilaian Semrush bahwa website yang sering dikunjungi pengguna internet kedua setelah google adalah youtube (Nurdianty, 2022)

Melihat peluang dakwah yang semakin luas di media sosial, tidak sedikit *da'i* yang memanfaatkan youtube sebagai media berdakwah. Salah satu *da'i* yang memanfaatkan youtube sebagai media dakwah adalah KH. Anwar Zahid. KH. Anwar Zahid aktif berdakwah melalui youtube sebagaimana yang terunggah pada channel Anza Channel KH. Anwar Zahid. Dalam unggahan dakwah KH. Anwar Zahid pada akun tersebut, *mad'u* atau penonton mencapai ratusan ribu di setiap unggahannya.

Dalam ceramahnya KH. Anwar Zahid tidak hanya menguasai materi saja akan tetapi materi dakwah disampaikan dengan memberikan tutur kata

yang indah, mudah dipahami dan tutur kata yang menarik. Rangkaian kata dan susunan kalimat yang indah dan berirama merupakan salah satu bentuk dari pola komunikasi dakwah yang diterapkan. Hal ini akan menjadikan *Mad'u* lebih mudah mencerna dan memahami isi dari pengajian tersebut. Selain itu, KH. Anwar Zahid berdakwah dengan gaya dan ciri khas unik yang membedakan dengan *da'i* yang lainnya.

KH. Anwar Zahid adalah seorang penceramah kondang asal Jawa Timur. Saat ini video ceramahnya banyak diunggah ke youtube dan dilihat oleh ratusan hingga ribuan orang. KH. Anwar Zahid berdakwah dengan menggunakan bahasa yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari *mad'u* dan intonasi suara bersifat fleksibel dalam menyampaikan pesan dakwah kadang keras, kadang sedang dan kadang rendah. KH. Anwar Zahid dalam berdakwah menggunakan bahasa campuran antara bahasa Indonesia dan bahasa Jawa khas Jawa Timur.

KH. Anwar Zahid dalam dakwahnya menggunakan bahasa yang mudah dipahami *mad'u* baik *mad'u* kalangan bawah maupun *mad'u* kalangan atas. Selain itu, dakwahnya juga menggunakan bahasa nonverbal seperti gerakan tangan, kepala, mimik wajah yang dibuat secara spontan, suara yang kadang keras kadang rendah, dan perhatiannya yang selalu fokus kepada *mad'u*, sehingga materi dakwah yang disampaikan bisa menarik perhatian jamaah. Selain dengan masalah-masalah yang sederhana KH. Anwar Zahid juga paham betul dengan kondisi masyarakat kelas menengah ke bawah mulai dari permasalahan keuangan sampai urusan didalam rumah antar suami istri. Hal inilah yang menjadikan jamaah seperti menemukan kehidupannya yang telah lama jauh dari ruh Islam, semua itu berkat kepiawian dari K.H. Anwar Zahid.

KH. Anwar Zahid semakin dikenal lapisan masyarakat ketika memanfaatkan youtube dalam menyampaikan pesan dakwahnya. Meskipun dakwah dilaksanakan secara jaringan, K.H. Anwar Zahid selalu menunjukkan khasnya yaitu menggunakan bahasa yang mudah dan penuh

canda tawa tetapi tetap tidak mengurangi pesan yang disampaikan. Saat menjadi pembicara KH. Anwar Zahid dalam pengajiannya selalu menjadi magnet tersendiri bagi para jamaah. Hal ini karena kepiawaiannya KH. Anwar Zahid saat menyusun kata-kata dalam ceramahnya yang mengkombinasikan antara isi ceramah dengan lelucon sehingga pengajian tidak membosankan dan penuh dengan humor tetapi tidak mengubah isi dari pengajian. Sehingga tidak heran lagi jika melakukan ceramah KH. Anwar Zahid membuat *mad'u* tertawa karena pengajian lucunya.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis merasa tertarik untuk meneliti dan mengkaji tentang “Pola Komunikasi Dakwah KH. Anwar Zahid pada Akun Youtube @Anza Channel KH. Anwar Zahid”.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana pola komunikasi dakwah KH. Anwar Zahid yang terdapat di akun youtube @Anza Channel KH. Anwar Zahid.

3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi dakwah KH. Anwar Zahid yang terdapat di akun youtube @Anza Channel KH. Anwar Zahid.

4. Manfaat Penelitian

5. Manfaat teoretis

Penelitian ini memberikan manfaat teoretis untuk menambah wawasan khazanah keilmuan dakwah dan komunikasi khususnya keilmuan komunikasi dan penyiaran Islam.

6. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan akan menjadi sebuah bahan tambahan bagi para *da'i* untuk menyampaikan dakwah Islam dengan cara yang efektif, bijaksana dan efisien dalam menyikapi perkembangan dakwah di Indonesia khususnya yang berkenaan dengan pola komunikasi dakwah KH. Anwar Zahid

7. Tinjauan Pustaka

Melalui penyusunan karya ilmiah ini, sebelum penulis mengadakan penelitian lebih jauh dan kemudian menyusunnya menjadi karya ilmiah, maka langkah awal yang penulis tempuh adalah mengkaji terlebih dahulu karya ilmiah yang mempunyai judul hampir sama dengan yang akan penulis teliti. Adapun maksud dari tinjauan pustaka ini adalah untuk mengetahui bahwa permasalahan yang penulis teliti berbeda dengan yang diteliti sebelumnya. Setelah penulis mengadakan kajian pustaka, penulis akhirnya menemukan beberapa skripsi yang memiliki judul yang hampir sama dengan yang akan penulis teliti. Penelitian tersebut antara lain:

1. Penelitian Zulpikar pada tahun 2019 tentang pola komunikasi dakwah KH. M *Da'inawi* di Kecamatan Semende Darat Ulu penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi yang diterapkan KH. M *Da'inawi* dalam berdakwah di Kecamatan Semende Darat Ulu. Penelitian tersebut merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang menggunakan metode deskriptif kualitatif, informal dalam penelitian ini adalah sumber data yang di ambil yaitu data sekunder dan primer, tehnik pengumpulan data, menggunakan observasi, wawancara serta dokumentasi, teknik analisa menggunakan deduktif dan induktif. Hasil penelitian menjelaskan bahwa pola komunikasi dakwah KH. M *Da'inawi* di Kecamatan Semende Darat Ulu dengan menggunakan bahasa lokal serta menerapkan pendidikan dengan pola pakaian ala santri yaitu menggunakan sarung dan kupiah bulat. Penelitian tersebut mempunyai perbedaan dan persamaan terhadap

penelitian yang dilakukan penulis. Perbedaanya terletak pada obyeknya yaitu penelitian tersebut meneliti KH. M *Da'inawi* sedangkan penelitian yang dilakukan meneliti KH. Anwar Zahid. Persamaanya adalah sama-sama meneliti tentang pola komunikasi dakwah (Zulpikar, 2019).

2. Penelitian Bayudra pada tahun 2020 tentang Pola Komunikasi Dakwah Komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi dakwah Komunitas Aksi. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk melakukan wawancara mendalam kepada responden yang sudah ditentukan, pengumpulan data ini juga dibantu dengan melakukan wawancara kepada seluruh anggota Aksi (akademi sahur Indonesia). Adapun yang menjadi pokok permasalahan adalah bagaimana pola komunikasi komunitas Aksi (akademi sahur Indonesia). Penelitian ini mengadakan wawancara dan pengumpulan data serta dokumentasi. Peneliti ini menunjukkan bahwa pola komunikasi komunitas Aksi (akademi sahur Indonesia) merupakan model komunikasi yang berbeda antara berdakwah di televisi dan di khalayak masyarakat secara langsung yang bersifat humanistik, pendekatan terhadap jamaah. Sesuai dengan situasi dan kondisi audiens. Penelitian tersebut mempunyai perbedaan dan persamaan terhadap penelitian yang dilakukan penulis. Perbedaanya terletak pada obyeknya yaitu penelitian tersebut meneliti akademi Aksi indosiar sedangkan penelitian yang dilakukan meneliti KH. Anwar Zahid. Persamaanya adalah sama-sama meneliti tentang pola komunikasi dakwah (Bayudra, 2020).
3. Penelitian Syukri Syamaun dan Eka Yuliyastika pada tahun 2019 tentang pola komunikasi dakwah *da'i* dan *da'iyah* Kota Banda Aceh. Penelitian ini mengkaji tentang pola komunikasi yang digunakan *da'i* dan *da'iyah* Kota Banda Aceh dalam menyampaikan dakwah. Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pola komunikasi yang digunakan oleh *da'i* dan *da'iyah* dalam menyampaikan dakwah

di kota banda aceh. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data wawancara terhadap para *da'i* dan *da'iyah* Kota Banda Aceh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para *da'i* dan *da'iyah* Kota Banda Aceh menggunakan pola komunikasi bervariasi dalam melakukan dakwahnya, seperti komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik, dan komunikasi massa. Penelitian tersebut mempunyai perbedaan dan persamaan terhadap penelitian yang dilakukan penulis. Perbedaannya terletak pada obyeknya yaitu penelitian tersebut meneliti *da'i* dan *da'iyah* Kota Banda Aceh sedangkan penelitian yang dilakukan meneliti KH. Anwar Zahid. Persamaanya adalah sama-sama meneliti tentang pola komunikasi dakwah (Syamaun & Yuliyastika, 2019).

4. Penelitian Bambang Saiful Maarif pada tahun 2009 tentang pola komunikasi dakwah kh. Abdullah gymnastiar dan KH. Jalaluddin Rakhmat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan *interview* dan observasi sebagai teknik dalam mencari data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi dakwah keduanya memiliki pola yang ajek yang dilakukan oleh masing-masing *da'i*. Pola itu lahir dari aktivitas komunikasi dakwah yang berkelanjutan. Pola komunikasi dakwah Aa Gym adalah *semi delivering extemporaneously* dan *impromptu* yang cocok untuk membina hati dan perasaan, memotivasi diri. Sedangkan pola komunikasi KH. Jalal adalah *semi reading manuscript* dan *delivering extemporaneously* cocok untuk membentuk berfikir kritis. Komunikasi dakwah Aa Gym dalam masalah pelatihan dan magang. Dia tidak menanganinya sendiri, tetapi dioperkan kepada tim asatidz, sehingga terjadi *two step flow of communication*. Demikian pula pada kang jalal, pembinaan akhlak jamaah (jamaah dewasa dan remaja). Sikap inklusif disampaikan keduanya melalui bahasa verbal, nonverbal, dan behavioral. Penelitian tersebut mempunyai perbedaan dan persamaan terhadap penelitian yang dilakukan penulis. Perbedaannya terletak pada obyeknya yaitu penelitian

tersebut meneliti KH Abdullah Gymnastiar dan KH. Jalaluddin Rakhmat sedangkan penelitian yang dilakukan meneliti KH. Anwar Zahid. Persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang pola komunikasi dakwah (Maarif, 2009).

5. Penelitian Suriati pada tahun 2020 tentang pola komunikasi dakwah Wahdah Islamiyah di Kabupaten Sinjai. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pola komunikasi yang diterapkan oleh wahdah Islamiyah dalam menyampaikan pesan-pesan dakwahnya di Kabupaten Sinjai, sehingga mampu mengembangkan dakwah dan diterima oleh masyarakat sampai ke pelosok desa. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan metode pendekatan komunikasi-dakwah, dan sosiologis. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang terkumpul dianalisis dengan mereduksi data, kemudian menyajikannya dan terakhir menarik kesimpulan. Hasil penelitian menemukan pola komunikasi yang diterapkan wahdah Islamiyah kabupaten sinjai meliputi: pola gugus kendali Komunikasi Dimana *da'i* dan materi dakwah berada dalam kendali organisasi; pola komunikasi tarbiyah dimana pembelajaran menggunakan sistem kurikulum berjenjang; pola pengkaderan melalui pembimbingan kader; dan pola komunikasi jaringan yakni melakukan perekrutan anggota baru. Penelitian tersebut mempunyai perbedaan dan persamaan terhadap penelitian yang dilakukan penulis. Perbedaannya terletak pada obyeknya yaitu penelitian tersebut meneliti wahdah Islamiyah sedangkan penelitian yang dilakukan meneliti KH. Anwar Zahid. Persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang pola komunikasi dakwah (Suriati, 2020).
6. Penelitian Anggie Ariska pada tahun 2022 tentang pola komunikasi ustadzah dalam meningkatkan spritual jamaah pengajian marhamah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi dakwah meningkatkan spiritual pengajian marhamah, bagaimana citra Ustadzah Roni Rezqita Siregar menurut Jamaah. Penelitian ini

menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif. Data yang diperoleh berasal dari informan berjumlah 6 sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi dalam penelitian ini menggunakan analisis data yang tersedia dari beberapa sumber, yaitu pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan dan kemudian dokumentasi pribadi, gambar foto. Adapun tahapan dalam proses analisis data yaitu reduksi data penyajian data dan kesimpulan atau verifikasi. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa pola komunikasi dakwah yang dibawakan oleh Ustadzah dalam Pengajian Marhamah ini berjalan dengan baik dan lancar. Selama penyampaian materi dakwah yang disampaikan banyak jamaah dapat mengerti dan diterapkan oleh jamaah dalam kehidupan sehari-harinya. Ustadzah memiliki citra yang baik dan dikenal ramah kepada jamaahnya. Penelitian tersebut mempunyai perbedaan dan persamaan terhadap penelitian yang dilakukan penulis. Perbedaannya terletak pada obyeknya yaitu penelitian tersebut meneliti ustadzah di jamaah pengajian marhamah sedangkan penelitian yang dilakukan meneliti KH. Anwar Zahid. Persamaanya adalah sama-sama meneliti tentang pola komunikasi dakwah (Ariska, 2022)

8. Metode Penelitian

9. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Hal ini dikarenakan data yang akan dianalisis berupa data yang diperoleh dengan cara pendekatan kualitatif. Kualitatif adalah metode penelitian dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci dalam sebuah penelitian. Disebut juga metode penelitian kualitatif karena data yang dihasilkan merupakan analisis yang bersifat kualitatif atau kualitas dan bukan bersifat kuantitas atau jumlah. Data yang dihasilkanpun dalam penelitian kualitatif ini tidak memerlukan analisis statistika

(perhitungan) seperti yang ada dalam penelitian kuantitatif (Sugiyono, 2017: 70).

10. Definisi Konseptual

Definisi konseptual dalam penelitian ini akan menjelaskan pengertian secara konseptual tentang variabel yang akan diteliti. Adapun pengertian variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pola komunikasi dakwah adalah bentuk atau model serta gaya komunikasi antara dua orang atau lebih dalam proses penyampaian pesan agama serta ajakan menyeru kepada kebaikan. Pola komunikasi dakwah yang akan digunakan dalam penelitian ini dalam menganalisis dakwah KH Anwar Zahid adalah pola komunikasi satu arah, pola komunikasi dua arah dan pola komunikasi multi arah.
- b. Youtube adalah sebuah website yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak. Adapun channel youtube yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah akun youtube @Anza Channel KH. Anwar Zahid.

11. Sumber dan Jenis Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data itu dapat diperoleh (Arikunto, 2018: 129). Data-data penelitian dikumpulkan peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian (Sugiyono, 2017: 137).

Penelitian ini akan menggunakan satu sumber yaitu sumber data primer. Sumber data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian sebagai sumber informasi yang dicari (Azwar, 2013: 91). Berkaitan dengan hal itu, dalam penelitian ini sumber data primernya adalah 10 video ceramah KH. Anwar Zahid yang di *upload* pada akun youtube @Anza Channel KH. Anwar Zahid.

12. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Ahmad, 2009: 57). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode dokumentasi. Metode dokumentasi yaitu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain. Dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media (Herdiansyah, 2010: 143). Metode dokumentasi ini penulis gunakan untuk mengumpulkan data berupa video youtube yang di *upload* pada akun youtube @Anza Channel KH. Anwar Zahid.

13. Teknik Analisis Data

Penulis menggunakan metode analisis dari ahli yang bernama miles dan huberman keduanya mengajukan model analisis data yang disebutnya sebagai model interaktif. Model interaktif ini terdiri dari tiga hal utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Ketiga kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang saling berkaitan saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar untuk membangun wawasan umum yang disebut analisis (Miles & Huberman, 2009 : 50). Adapun tahap-tahap analisis data adalah sebagai berikut:

14. Mengumpulkan data yang telah diperoleh dari sumber data primer
15. Mengedit seluruh data yang masuk dan diperoleh melalui penelitian.
16. Menyusun seluruh data yang diperoleh sesuai dengan sistematika pembahasan yang telah direncanakan.
17. Melakukan analisa terhadap data yang telah tersusun untuk menjawab sebuah rumusan masalah (Moloeng, 2000: 156).

18.Sistematika Penulisan

Sistematikan penulisan ini bertujuan untuk memudahkan dalam memahami penelitian ini. Sistematika tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini akan menyajikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian dan sistematika penulisan

Bab II Pola Komunikasi dan You Tube

Bab ini akan menyajikan tentang pengertian pola komunikasi dakwah, macam-macam pola komunikasi dakwah, komponen komunikasi dakwah. Selain itu, bab ini akan menjelaskan pengertian youtube, sejarah perkembangan youtube, karakteristik youtube, manfaat youtube, kelebihan dan kekurangan youtube dan relevansi youtube sebagai media dakwah.

Bab III Profil KH. Anwar Zahid

Bab ini penulis akan menyajikan gambaran umum tentang KH. Anwar Zahid yang meliputi: profil KH. Anwar Zahid, pendidikan dan organisasi KH.Anwar Zahid, aktivitas dan deskripsif dakwah KH.Anwar Zahid @Anza Channel KH. Anwar Zahid

Bab IV Analisis Pola Komunikasi Dakwah KH. Anwar Zahid

Bab ini akan menyajikan tentang analisis pola komunikasi dakwah KH. Anwar Zahid pada akun youtube @Anza Channel KH. Anwar Zahid dan analisis gaya atau

ciri khas dakwah KH. Anwar Zahid pada akun youtube @Anza Channel KH. Anwar Zahid.

Bab V Penutup

Bab ini merupakan bab terakhir dari skripsi yang berisi kesimpulan, saran-saran, dan kata penutup.

BAB II

POLA KOMUNIKASI DAKWAH DAN YOUTUBE

19. Pola Komunikasi Dakwah

20. Pengertian Pola Komunikasi Dakwah

Pola komunikasi dakwah dibangun dari tiga suku kata yang berbeda yaitu pola, komunikasi dan dakwah. Pola menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dapat diartikan sebagai bentuk (struktur) yang tetap (KBBI, 1991). Sedangkan dalam kamus ilmiah populer pola diartikan sebagai model, contoh, pedoman (rancangan) (Partanto & Al-Barry, 1994: 165). Sejalan pendapat di atas, Maimun menjelaskan bahwa pola adalah suatu sistem, cara kerja, ataupun bentuk dari segi kegiatan (Maimun, 2017: 213). Pola dapat dikatakan juga dengan model, yaitu cara untuk menunjukkan sebuah obyek yang mengandung kompleksitas proses didalamnya dan hubungan antara unsur-unsur pendukungnya (Syaumana, 2019).

Komunikasi secara etimologis berasal dari bahasa latin *communication* atau dari kata *communis* yang berarti sama atau sama maknanya atau pengertian bersama, dengan maksud untuk mengubah pikiran, sikap, perilaku, penerima, dan melaksanakan apa yang diinginkan komunikator (Widjaja, 2008 : 8). Sedangkan secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain (Effendy, 2004 ; 4).

Komunikasi adalah interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi. Dalam ekspresi seni, komunikasi memiliki fungsi nilai estetika, yang diterapkan dalam praktik komunikasi seperti penulis berita, roman, novel, penyiaran untuk radio dan televisi, seni grafika (Zulfahmi, 2017)

Komunikasi secara sederhana dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu. Pengertian tersebut mengidentifikasi unsur komunikasi yakni: komunikator, pesan, media, komunikan dan efek. Agar jalannya komunikasi berkualitas, maka diperlukan pendekatan komunikasi yaitu pendekatan secara aksiologis (bagaimana berlangsungnya komunikasi yang efektif) dan secara epistemologis (untuk apa komunikasi itu dilaksanakan) (Nasution, 2017).

Komunikasi adalah suatu kebutuhan pokok bagi setiap manusia. Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial dapat mengisyaratkan bahwa komunikasi itu sangat penting untuk membangun konsep dalam diri, untuk mengaktualisasikan diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, dan terhindar dari ketegangan dan tekanan antara lain dengan melalui komunikasi yang menghibur, dan juga untuk memupuk hubungan luas dengan orang lain (Mulyana, 2014 : 21)

Berdasarkan pemaparan tentang pengertian komunikasi di atas penulis menyimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu hubungan antar sesama manusia baik itu secara langsung ataupun tidak langsung yang mempunyai tujuan yang sama serta menjadi kebutuhan pokok dalam kehidupan.

Konsep dakwah sangat beragam dimaknai oleh para ahli. Dakwah berasal dari bahasa arab yang merupakan bentuk masdar dari kata kerja *da'a*, *yad'u*, *da'watan*, yang artinya seperti menyeru, memanggil, atau mengajak. Secara istilah dakwah adalah mendorong manusia untuk mengikuti kebenaran dan petunjuk, meminta mereka untuk melakukan kebaikan, dilarang melakukan kemungkaran, dan untuk bahagia di dunia ini dan di masa depan (akhirat) (An-Nabiry, 2016 : 30)

Munir dan Illahi mengungkapkan bahwa istilah dakwah dapat dimaknai beberapa pengertian yakni; dakwah adalah suatu kegiatan dengan cara mengajak orang untuk menjalankan ajaran islam. Dakwah juga dimaknai sebagai kegiatan dalam rangka menyampaikan ajaran Islam dengan sengaja dan sadar. Dalam pandangan Syafei dakwah bagian dari proses internalisasi, transmisi, difusi, institusionalisasi dan transformasi Islam yang melibatkan antara *da'i* (komunikator dakwah), *mad'u* (komunikasi dakwah), pesan, konteks dan respons guna menjadikan hidup lebih baik, selamat dunia dan akhirat (Munir, & Illahi, 2010, 29).

Dakwah adalah suatu proses mengajak, menyeru, dan membimbing umat manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk Allah dan rasul-Nya. Usaha tersebut dilakukan dengan sengaja dan perencanaan matang baik dilakukan individu atau organisasi dengan sasaran umat perorangan atau sekelompok orang (masyarakat) agar mereka mengetahui, mengimani dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan. Dakwah diupayakan dengan cara yang bijaksana, agar tercapai kehidupan yang sejahtera di dunia dan di akhirat (Suhandang, 2012: 10).

Dakwah adalah suatu proses mengajak, menyeru, dan membimbing manusia untuk berbuat baik dan mengikuti petunjuk Allah dan rasul-Nya. Usaha tersebut dilakukan dengan sengaja dan perencanaan matang baik dilakukan individu atau organisasi dengan sasaran umat perorangan atau sekelompok orang (masyarakat) agar mereka mengetahui, mengimani dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan (Saerozi, 2013: 11).

Dari beberapa pengertian dakwah tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa dakwah merupakan sebuah ajakan maupun seruan kepada orang lain untuk berjalan di jalan Allah SWT, dengan menjauhi larangan dan menjalankan segala perintah-Nya dengan cara yang bijak dan baik.

Dalam komunikasi dakwah untuk menciptakan kesadaran terhadap gagasan atau pemilik gagasan, mengubah persepsi, mengubah keyakinan, mengubah sikap dan memberikan dampak positif bagi pihaknya, komunikasi terpadu untuk memenuhi kebutuhan para aktivitas dakwah dalam menuntut ilmu Islam secara mendalam. (Aji & Rochimah, 2017)

Komunikasi dakwah dalam arti sempit merupakan segala sesuatu upaya dan cara, metode serta teknik penyampaian pesan dan keterampilan dakwah yang ditujukan kepada umat atau masyarakat luas. Kegiatan tersebut bertujuan agar masyarakat yang dituju dapat memahami, menerima dan melaksanakan pesan dakwah yang disampaikan oleh *da'i*.

Komunikasi dakwah pada dasarnya memiliki persamaan dengan bentuk kegiatan komunikasi yang lain yang sama-sama berlandaskan prinsip-prinsip yang diajarkan oleh teori komunikasi. Perbedaan yang ada dalam komunikasi dakwah hanyalah pesan yang disampaikan yaitu ajaran islam dan komunikator, dalam hal ini sebagai actor komunikasi diharuskan memiliki spesifikasi syarat dan kriteria sendiri (Wahyu, 2010: 76).

Tujuan dari komunikasi mengharapkan adanya partisipasi dari komunikan atas ide-ide atau pesan yang disampaikan sehingga dengan pesan-pesan tersebut terjadi perubahan sikap dan tingkah laku yang diharapkan. Dalam dakwah, seorang *da'i* sebagai komunikator, yang diharapkan partisipasinya dalam memengaruhi umat/komunikan dan kemudian berharap agar komunikan dapat bersikap dan berbuat sesuai isi pesan yang disampaikan oleh komunikator (Wahidin, 2012)

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi dakwah adalah bentuk atau model komunikasi antara dua orang atau lebih dalam proses penyampaian pesan agama serta ajakan menyeru kepada kebaikan. Hal ini sejalan dengan, yang disampaikan oleh Bayudra yang menjelaskan bahwa pola komunikasi dakwah

adalah pola dalam menyampaikan pesan dakwah yang akan menghantarkan komunikasi aktif antara *da'i* dan *mad'u* (Bayudra, 2020 : 7). Pola komunikasi dakwah dapat diartikan sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman (*da'i*) dan penerimaan pesan (*mad'u*) dengan cara yang tepat sehingga materi dakwah yang disampaikan dapat dipahami (Syamaun,& Yuliyastika, 2019)

21. Bentuk Pola Komunikasi Dakwah

Bentuk pola komunikasi dakwah yang digunakan dalam penelitian ini adalah bentuk pola komunikasi secara umum. Hal ini penulis berasumsi bahwa pola komunikasi secara umum dapat digunakan dalam semua komunikasi salah satunya komunikasi dakwah. Pola komunikasi menurut Suranto (2010:116) adalah suatu kecenderungan gejala umum yang menggambarkan cara berkomunikasi yang terjadi dalam kelompok sosial tertentu. Adapun pola komunikasi adalah sebagai berikut:

a. Pola Komunikasi Satu Arah

Komunikasi satu arah merupakan pola komunikasi yang hanya melihat bagaimana suatu pesan ditransmisikan dari seorang komunikator ke komunikan dengan tujuan tertentu tanpa mempedulikan umpan balik sehingga proses komunikasi bersifat linear. Konsep komunikasi satu arah menyoroti penyampaian pesan yang efektif dan mengisyaratkan bahwa semua kegiatan komunikasi bersifat instrumental dan persuasif.

b. Pola Komunikasi Dua Arah

Komunikasi dua arah merupakan komunikasi timbal balik yang terjadi dua arah. Seorang sumber tidak hanya menjadi komunikator tapi juga komunikan pada kondisi tertentu. Adanya umpan balik dari penerima pesan, membuat komunikator juga

berperan sebagai komunikan. Penerima pesan tidak dianggap pasif hanya dengan menerima informasi atau pesan namun juga melakukan reaksi terhadap pesan tersebut yang selanjutnya dinamakan umpan balik.

c. Pola Komunikasi Multi Arah

Pola komunikasi multi arah yaitu proses komunikasi terjadi dalam suatu kelompok yang lebih banyak dimana komunikator dan komunikan akan saling bertukar pikiran secara logis. (Pace dan Faules, 2002:171) Pola komunikasi terjadi dalam penyebaran pesan yang berurutan. Pace dan Faules mengemukakan bahwa penyampaian pesan berurutan merupakan bentuk komunikasi utama. Penyebaran informasi berurutan meliputi perluasan bentuk penyebaran diadik, jadi pesan disampaikan dari Si A kepada Si B kepada Si C kepada Si D kepada Si E dalam serangkaian transaksi dua-orang. Dalam hal ini setiap individu orang ke 1 (satu) (sumber pesan), mula-mula menginterpretasikan pesan yang diterimanya dan kemudian meneruskan hasil interpretasinya kepada orang berikutnya dalam rangkaian tersebut. (Pace dan Faules, 2002: 172)

Menurut Joseph A. Devito ada lima unsur struktur jaringan pada pola komunikasi kelompok, kelima pola tersebut yaitu pola roda, pola rantai, pola lingkaran, pola y, dan pola bintang (Joseph, 2011), yaitu:

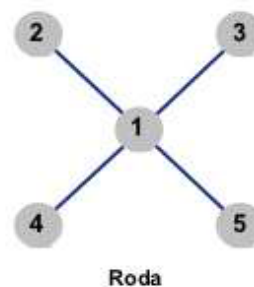
a. Pola Roda

Pola roda adalah pola yang mengarahkan seluruh informasi kepada individu yang menduduki posisi sentral. Orang dalam posisi sentral menerima kontak, informasi dan memecahkan masalah dengan sasaran/persetujuan anggota lainnya. Struktur roda memiliki pemimpin yang jelas, yaitu yang posisinya di pusat. Orang ini merupakan satu-satunya yang dapat mengirim

dan menerima pesan berkomunikasi dengan anggota lainnya, maka pesannya harus disampaikan melalui pemimpinnya dari semua anggota. Oleh karena itu, jika seorang anggota ingin berkomunikasi dengan anggota lainnya, maka pesannya harus disampaikan melalui pemimpinnya

Pola roda adalah jaringan yang paling tersentralisasi dengan satu orang berada di posisi tengahnya. Setiap anggota lainnya hanya berkomunikasi kepada orang tersebut dan tidak kepada anggota lain dari kelompok tersebut. 1 memegang posisi sentral sebagai sumbu roda dengan semua saluran yang menghubungkan ke 1 dan para anggota lainnya ditempatkan di lingkaran luar roda itu. Saluran itu lalu nampak sebagai jari-jari yang membentang keluar dari 1 ke 2, 1 ke 3, 1 ke 4, 1 ke 5, dan seterusnya (Baran, 2010).

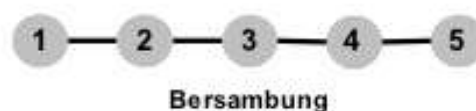
Gambar 2.1 Pola roda komunikasi



b. Pola Rantai

Pola rantai di mana seseorang 1 berkomunikasi kepada seseorang yang lain 2, dan seterusnya. Jalur komunikasi ini hampir sama dengan pola roda, hanya bersifat satu arah.

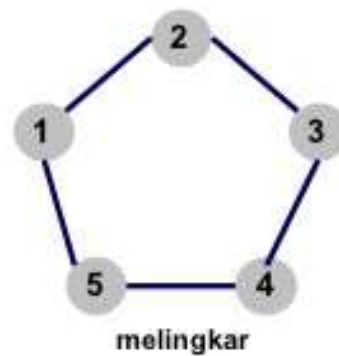
Gambar 2.2 Pola rantai komunikasi



c. Pola Lingkaran

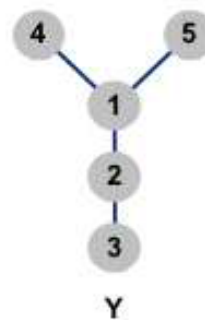
Pola ini sama dengan pola rantai, namun orang terakhir berkomunikasi dengan orang pertama.

Gambar 2.3 Pola lingkaran



d. Pola Y

Gambar 2.4 Pola Y



Dimana 3 berkomunikasi dengan 2, kemudian dari 2 ke 1, dan di sampaikan kepada 4 dan 5. Garis koordinasi yang terpusat pada satu titik 3, kemudian dari 1 langsung sampai ke 4 dan 5.

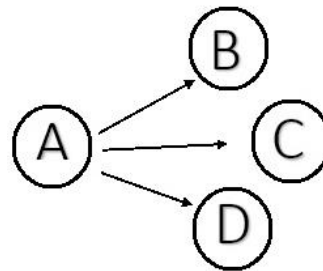
Menurut Sterwart L. Tubbs menerangkan bahwa pola komunikasi terdapat tiga bentuk yaitu pola komunikasi linier, pola komunikasi dau

arah (interaksional) dan pola komunikasi transaksional. Adapun ke tiga pola komunikasi tersebut adalah sebagai berikut (Bungin, 2006):

a. Pola Komunikasi Linier

Pola Komunikasi linier adalah pola komunikasi satu arah (one way view communication). Pola ini memposisikan komunikator memberikan stimulus dan komunikan memberikan respon atau tanggapan yang diharapkan tanpa seleksi dan interpretasi.

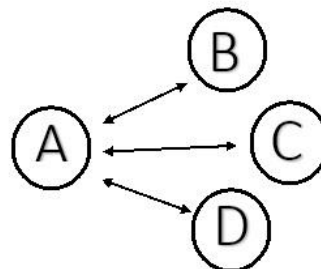
Gambar 2.5 Pola komunikasi linier



b. Pola Komunikasi Dua Arah

Pola komunikasi ini merupakan pola komunikasi lanjutan dari pendekatan linier. Pola ini terjadi komunikasi umpan balik antara komunikator dengan komunikan. Dengan demikian pola komunikasi ini berlangsung dua arah.

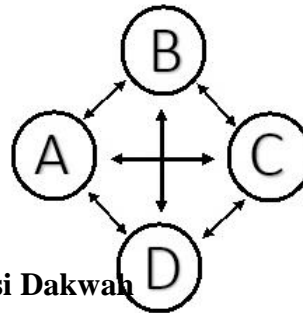
Gambar 2.6 Pola komunikasi dua arah



c. Pola komunikasi transaksional

Pola ini hanya dipahami dalam konteks hubungan dua orang atau lebih. Proses komunikasi ini menekankan bahwa semua perilaku adalah komunikatif dan masing-masing pihak yang terlibat dalam komunikasi memiliki konten pesan yang dibawanya dan saling bertukar dalam transaksi.

Gambar 2.7 Pola komunikasi transaksional



22. **Unsur-unsur Komunikasi Dakwah**

23. **Komunikator Dakwah (*Da'i*)**

Dalam konteks komunikasi dakwah, komunikator dakwah adalah individu yang menyampaikan pesan-pesan dakwah (materi dakwah). Seorang komunikator dakwah dituntut menjadi pribadi yang bersih, baik dalam lingkungan keluarga, pergaulan maupun pekerjaannya, yang mampu mencerminkan sikap dan perilaku yang dapat dijadikan panutan.

Da'i adalah orang yang melaksanakan dakwah baik secara lisan maupun tulisan ataupun perbuatan baik secara individu, kelompok atau berbentuk organisasi atau Lembaga. *Da'i* menjadi figur teladan yang dapat dijadikan rujukan dalam menyelesaikan berbagai persoalan hidup dan kehidupan. Jika komunikator dakwah mampu memberikan arah yang tepat, *da'i* sangat berpengaruh dalam dakwahnya (Amin, 2008 : 176). Seorang *da'i* dituntut untuk mengetahui segala unsur yang tercakup dalam pelaksanaan dakwah : isi dakwah, unsur manusia yang dihadapi, unsur kondisi (ruang dan waktu), unsur bentuk dan cara dakwah yang sesuai (Rubiyanah & Masturi, 2010: 71).

Dapat dipahami bahwa *da'i* adalah orang perorangan dan atau lembaga/badan yang bertugas membawa orang lain kepada jalan kebenaran dilakukan melalui hikmah, baik oleh pemimpin, pengarang/penulis ataupun oleh siapapun sesuai dengan profesinya berusaha meningkatkan, kalbu dan mengembangkan kesadaran orang perorangan dan masyarakat pada agama Islam dan bersedia mengamalkannya. Apa yang diuraikan di atas memberi isyarat bahwa setiap orang yang mengajak manusia kepada yang baik, dan mencegah dari perbuatan yang keji atau perbuatan mungkar adalah *da'i*. jadi hakikat *da'i* itu adalah setiap kegiatan perbuatan yang mencegah orang ataupun badan dari perbuatan munkar dan mengajak kepada yang makruf.

24. Komunikasikan Dakwah (*Mad'u/Persuade*)

Komunikasikan dakwah atau *mad'u* merupakan pihak yang diajak ke Jalan Islam. *mad'u* adalah obyek dan sekaligus subyek dalam dakwah yaitu seluruh manusia tanpa terkecuali. Siapapun mereka, laki-laki maupun perempuan, tua maupun muda, seorang bayi yang baru lahir ataupun orang tua menjelang ajalnya, semua adalah *mad'u* dalam dakwah Islam (Arifin, 2011 : 8).

Mad'u ialah orang yang menerima dakwah, baik sebagai individu maupun kelompok, yang beragama Islam (muslim) atau nonmuslim. Dakwah yang ditujukan kepada nonmuslim (yang belum beragama Islam) bertujuan untuk mengajak mereka agar mengikuti agama Islam. Sedangkan kepada orang-orang yang telah beragama Islam, dakwah bertujuan meningkatkan kualitas iman, Islam, dan ihsan (Syukir 2011: 176).

Masyarakat atau *mad'u* yang terdiri dari berbagai macam latar belakang tentu memiliki cara pandang yang berbeda-beda terhadap suatu pokok permasalahan sehingga tak jarang terjadi kasus peristiwa penolakan dakwah oleh masyarakat terhadap *da'i*

tertentu yang dianggap merusak tatanan masyarakat yang diyakini secara kultural memiliki manfaat baik di dunia maupun di akhirat. Penolakan tersebut tentu oleh aktivitas dakwah yang stagnan dan pesan dakwah tidak menyentuh sisi-sisi kehidupan masyarakat bahkan menyinggung kebiasaan masyarakat dengan anggapan yang negatif. Masyarakat yang terdiri dari berbagai latar belakang social keagamaan dan budaya yang kompleks terkadang sulit untuk menerima pesan-pesan dakwah. Salah satu penyebabnya karena para *da'i* sering menganggap objek dakwah sebagai masyarakat yang vakum. Padahal sekarang ini mereka berhadapan dengan seting masyarakat yang memiliki ragam corak keadaan dengan berbagai persoalannya, masyarakat yang ragam nilai serta majemuk dalam tata kehidupan, masyarakat yang sering mengalami perubahan secara cepat, yang mengarah pada masyarakat fungsional, masyarakat global, dan masyarakat terbuka. (Mohad et al., 2019).

Mad'u (mitra dakwah) terdiri dari berbagai macam golongan manusia. Oleh karena itu, golongan *mad'u* sama dengan menggolongkan manusia itu terdiri, profesi, ekonomi dan seterusnya. Muhammad Abduh membagi *mad'u* menjadi tiga golongan yaitu:

- 1) Golongan cerdas cendikiawan yang cinta kebenaran, dapat berpikir secara kritis, cepat menangkap persoalan.
- 2) Golongan awam, yaitu, kebanyakan orang yang belum dapat berpikir kritis dan mendalam, belum dapat menangkap pengertian-pengertian yang tinggi.
- 3) Golongan yang berbeda dengan golongan diatas mereka senang membahas sesuatu tetapi hanya dalam batas tertentu, tidak sanggup mendalam benar.

Jadi yang dikatakan *mad'u* adalah orang yang menjadi sasaran dakwah dimana *mad'u* terdiri dari berbagai macam

keadaan yang harus diasiasi oleh para pendakwah untuk sesuai memberikan dakwah sesuai dengan kemampuan *mad'unya*, maka seorang *da'i* harus tepat membaca *mad'unya*.

25. Materi dakwah (*maddah*)

Materi dakwah adalah isi yang disampaikan oleh *da'i* kepada *mad'u*. Pada dasarnya pesan dakwah itu adalah ajaran islam itu sendiri. Pesan dakwah merupakan piranti lunak yang disampaikan oleh komunikator dakwah melalui ceramah atau tabligh. Pesan komunikasi dakwah berupa nilai-nilai keagamaan yang bersumber dari ajaran Islam, baik diambil dari al-quran, maupun sunah. Ajaran Islam merupakan pemandu kehidupan umatnya yang autentik dan universal (Amin, 2008: 180).

Materi dakwah adalah pesan (*message*) yang dibawakan oleh subyek dakwah untuk diberikan atau disampaikan kepada obyek dakwah. Materi dakwah yang biasa disebut juga dengan ideologi dakwah, ialah ajaran Islam itu sendiri yang bersumber dari Al-Quran dan Al-Sunnah (Rofiah, 2010 : 26). Selain itu, materi dakwah juga berkaitan dengan keseluruhan ajaran Islam yang ada di kitabullah maupun sunnah rasulnya seperti yaitu aqidah, syariat, dan akhlak (Sakdiah, 2013: 70).

Materi dakwah adalah pesan-pesan atau segala sesuatu yang harus disampaikan oleh subyek kepada obyek dakwah, keseluruhan ajaran Islam, yang ada di dalam Kitabullah maupun sunnah RasulNya, yang pada pokoknya mengandung tiga prinsip, yaitu:

- 1) Aqidah, yang menyangkut sistem keimanan atau kepercayaan terhadap Allah SWT. dan ini menjadi landasan yang fundamental dalam keseluruhan aktifitas

seorang muslim, baik yang menyangkut sikap mental maupun sikap lakunya dan sifat-sifat yang dimiliki.

- 2) Syariat, yaitu rangkaian ajaran yang menyangkut aktivitas manusia muslim di dalam semua aspek hidup dan kehidupannya, mana yang boleh dilakukan dan mana yang tidak boleh, mana yang halal dan haram, mana yang mubah dan sebagainya. Dan ini juga menyangkut hubungan manusia dengan sesamanya (*hablun minallah dan hablun minannas*).
- 3) Akhlaq, yaitu menyangkut tata cara berhubungan baik secara vertikal dengan Allah SWT. Maupun secara horizontal dengan sesama manusia dan seluruh makhluk-makhluk Allah (Anshari, 2010: 146).

Pesan yang dimaksud dalam komunikasi dakwah adalah yang disampaikan da'i kepada mad'u. Dalam istilah komunikasi pesan juga disebut dengan message, content, atau informasi. Berdasarkan cara penyampaiannya, pesan dakwah dapat disampaikan lewat tatap muka atau dengan menggunakan sarana media. Dalam merencanakan sebuah pesan atau materi dakwah da'i harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Pesan harus dirancang atau disampaikan sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian sasaran yang di maksud.
- 2) Pesan harus menggunakan tanda-tanda yang tertuju pada pengalaman yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama dapat dimengerti.
- 3) Pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi pihak komunikan, dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan itu.

Media berasal dari Bahasa Latin *median* yang merupakan bentuk jamak dari *medium* yang berarti perantara (Syukir, 2010 : 17). Media merupakan alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima. Saluran bisa merujuk pada cara penyajian pesan, apakah langsung tatap muka, media cetak (surat kabar, majalah), atau media elektronik. Semua itu dapat dikategorikan sebagai bagian dari saluran/media (Aziz, 2019: 404).

Media dari sudut pandang ilmu komunikasi adalah alat yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan/ penerima (Mulyana, 2007: 70). Sedangkan dakwah mempunyai arti ajakan untuk berbuat kebaikan dan menjauhi larangan. Sehingga dapat diartikan media dakwah adalah alat yang digunakan *da'i* untuk menyampaikan maddah (materi dakwah) yang berisikan beramar ma'ruf nahi mungkar kepada *mad'u*. Ditinjau dari segi sifatnya, media dakwah dibagi menjadi dua golongan (Aziz, 2004 : 149) yaitu :

- 1) Media tradisional, yaitu berbagai macam seni pertunjukan tradisional dipentaskan di depan umum (khalayak) terutama sebagai sarana hiburan yang memiliki sifat komunikatif, seperti wayang, drama, ludruk, dan sebagainya.
- 2) Media modern, yang diistilahkan juga dengan “media elektronik” yaitu media yang dilahirkan dari teknologi. Yang termasuk media ini antara lain Televisi, media masa, Radio, Surat Kabar, dan sebagainya.

Selain itu, Dalam ilmu komunikasi, media juga dapat diklasifikasikan menjadi tiga macam yaitu:

- 1) Media terucap (*the spoken words*) yaitu alat yang bisa mengeluarkan bunyi seperti, radio, telepon, dan sejenisnya.

- 2) Media tertulis (*the printed writing*) yaitu media berupa tulisan atau cetakan seperti, majalah, surat kabar, buku, pamflet, lukisan, gambar, dan sejenisnya.
- 3) Media dengar pandang (*the audio visual*) yaitu media yang berisi gambar hidup yang bisa dilihat dan didengar yaitu, film video, televisi dan sejenisnya

27. Metode Dakwah (*Thariqah*)

Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yaitu “meta” (melalui) dan “hodos” (jalan, cara). Dengan demikian, kita dapat artikan bahwa metode adalah cara atau jalan yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan. Sumber yang lain menyebutkan bahwa metode berasal dari bahasa Jerman *methodicay* artinya ajaran tentang metode. Dalam bahasa Yunani berasal dari kata *methodos* artinya jalan yang dalam bahasa Arab disebut *thariq*. Metode berarti cara yang telah diatur melalui proses pemikiran untuk mencapai suatu maksud (Saputra, 2011: 20)

Metode adalah jalan atau cara yang dipakai untuk menyampaikan dakwah Islam. Dalam menyampaikan suatu pesan dakwah, metode sangat penting peranannya, karena suatu pesan walaupun baik, tetapi jika disampaikan lewat metode yang tidak benar, maka pesan itu bisa saja ditolak oleh si penerima pesan. Secara garis besar ada tiga pokok metode dakwah (Munir, 2006 : 34), yaitu:

- 1) *Bi al-hikmah*, yaitu berdakwah dengan memperhatikan situasi dan kondisi sasaran dakwah dengan menitik beratkan pada kemampuan mereka, sehingga mudah dimengerti dan mereka tidak merasa bosan dengan apa yang *da'i* sampaikan.
- 2) *Mau'idzatul hasanah*, yaitu berdakwah dengan memberikan nasihat-nasihat atau menyampaikan ajaran Islam dengan rasa

kasih sayang (lemah lembut), sehingga apa yang disampaikan *da'i* tersebut bisa menyentuh hati si *mad'u*.

- 3) *Mujadalah billati hiya ahsan*, yaitu berdakwah dengan cara bertukar pikiran atau tanya jawab dengan cara sebaik-baiknya dengan tidak memberikan tekanan-tekanan yang memberatkan pada sasaran dakwah. Dengan ini *da'i* bisa mengetahui apa yang menjadi pertanyaan oleh sekelompok orang/individu tentang suatu masalah dalam kehidupan

Menurut Samsul Munir Amin, bahwa metode dakwah dapat dilakukan pada berbagai macam metode (Munir, 2006 : 101) yaitu sebagai berikut:

- 1) Metode Ceramah

Metode ini adalah yang dilakukan dengan maksud untuk menyampaikan keterangan, petunjuk, pengertian, dan penjelasan tentang sesuatu kepada pendengar dengan menggunakan lisan (Ma'arif, 2010; 44). Metode ceramah merupakan suatu teknik dakwah yang banyak diwarnai oleh ciri-ciri karakteristik bicara seseorang *da'i* pada suatu aktivitas dakwah. Metode ini harus diimbangi dengan kepandaian khusus tentang retorika, diskusi, dan faktor-faktor lain yang membuat pendengar merasa simpatik dengan ceramahnya (Munir, 2006 : 101).

- 2) Metode Tanya Jawab

Metode ini adalah yang dilakukan dengan menggunakan Tanya jawab untuk mengetahui sampai sejauh mana ingatan atau pikiran seseorang dalam memahami atau menguasai materi dakwah, di samping itu juga untuk merangsang perhatian penerima dakwah. (Muhtadi, 2012: 99). Metode tanya jawab sebagai suatu cara menyajikan

dakwah harus digunakan bersama-sama dengan metode lainnya, seperti metode ceramah. Metode tanya jawab ini sifatnya membantu kekurangan-kekurangan yang terdapat pada metode ceramah. Tanya jawab sebagai salah satu metode cukup dipandang efektif apabila ditempatkan dalam usaha dakwah, karena objek dakwah dapat mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang belum dikuasai oleh mad'u sehingga akan terjadi hubungan timbal balik antara subjek dakwah dengan objek dakwah (Munir, 2006 : 102).

3) Metode Diskusi

Metode ini sering dimaksudkan sebagai pertukaran pikiran, gagasan, pendapat, dan sebagainya. Antara sejumlah orang secara lisan membahas suatu masalah tertentu yang dilaksanakan dengan teratur dan bertujuan untuk memperoleh kebenaran (Illahi, 2010 : 32). Dakwah dengan menggunakan metode diskusi dapat memberikan peluang peserta diskusi untuk ikut memberi sumbangan pemikiran terhadap suatu masalah dalam materi dakwah. Melalui metode diskusi *da'i* dapat mengembangkan kualitas mental dan pengetahuan agama para peserta dan dapat memperluas pandangan tentang materi dakwah yang didiskusikan. Dakwah dengan menggunakan metode diskusi ini dapat menjadikan peserta terlatih menggunakan pendapat secara tepat dan benar tentang materi dakwah yang didiskusikan, dan mereka akan terlatih berpikir secara kreatif dan logis (analisis) dan objektif (Munir, 2006 : 102-103)

4) Metode Propaganda

Metode ini adalah suatu upaya untuk menyiarkan islam dengan cara mempengaruhi dan membujuk massa secara

massal, persuasive, dan bersifat otoritatif (paksaan). Propoganda dapat digunakan sebagai salah satu metode dakwah, metode ini dapat digunakan untuk menarik perhatian dan simpatik seseorang. Pelaksanaan dakwah dengan metode propoganda dapat digunakan melalui berbagai macam media, baik auditif, visual maupun audio visual. Kegiatannya dapat disalurkan melalui pengajian akbar, pertunjukan seni hiburan, pamphlet, dan lain-lain. Dakwah dengan menggunakan metode propoganda ini akan dapat menyadarkan orang dengan cara bujukan (persuasif), beramai-ramai (massal), luwes (fleksibel), cepat (agresif), dan retorik. Usaha tersebut dalam rangka menggerakkan emosi orang agar mereka mencintai, memeluk, membela, dan memperjuangkan agama islam dalam masyarakat (Munir, 2006 : 103).

5) Metode Keteladanan

Dakwah dengan menggunakan metode keteladanan atau demonstrasi berarti suatu cara penyajian dakwah dengan memberikan keteladanan langsung, sehingga mad'u akan tertarik untuk mengikuti kepada apa yang dicontohkannya. Dari segi dakwah metode demonstrasi ini memberikan kesan yang tebal karena panca indra (indra lahir), perasaan dan pikiran (indra batin) dapat dipekerjakan sekaligus. Metode dakwah dengan demonstrasi ini dapat dipergunakan untuk hal-hal yang berkaitan dengan akhlak, cara bergaul, cara beribadah, berumah tangga, dan segala aspek kehidupan manusia. Nabi SAW sendiri dalam kehidupannya merupakan teladan bagi setiap manusia. (Munir, 2006 : 104)

28. Youtube

29. Pengertian Youtube

Youtube merupakan sebuah laman yang memanfaatkan web untuk menjalankan *highlight*-nya. Youtube akan memudahkan seseorang untuk memposting atau menampilkan rekaman atau gerakannya sehingga dapat dilihat dan diapresiasi oleh banyak orang. Namun, banyaknya klien Youtube, tentu saja, akan memicu persaingan yang ketat, terutama dalam hal melakukan latihan khusus. Di sinilah kita membutuhkan sebuah media yang dapat menunjukkan keunikan dalam interaksi kemajuan (Putra, 2019; 260). Youtube merupakan video berbasis online dan alasan utama situs ini adalah mekanisme dalam mendapatkan, meninjau, dan berbagi rekaman unik ke seluruh pengguna melalui hal tersebut (Budiargo, 2015: 47)

Youtube menurut dr. Rulli Nasrullah adalah media sosial berbasis internet dengan konten video, dalam media tersebut seseorang dapat memberikan berbagai informasi dengan cara membuat channel (Fadlun, 2021). Youtube merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa “gambar bergerak” dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung, kita juga bisa berpartisipasi mengunggah (mengupload) video ke server youtube dan membaginya ke seluruh dunia.

Gede Lingga menegaskan bahwa pada dasarnya, youtube merupakan sebuah website yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak. Terdapat berbagai macam video yang dapat diunggah ke situs ini, seperti misalnya *video klip music* dari musisi tertentu, video tutorial berbagai macam aktivitas, dan masih banyak lagi (Putra, 2019).

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa youtube merupakan sebuah media online yang digunakan oleh seluruh masyarakat, baik itu di Indonesia maupun di luar negeri, mereka menggunakan youtube untuk mendapatkan informasi ataupun sebagai

hiburan bagi orang yang sering menonton youtube. Tidak hanya itu kebanyakan dari mereka memiliki akun youtube, yang digunakan sebagai media untuk berbagi pengalaman, dan pengetahuan mereka.

30. Sejarah Perkembangan Youtube

Youtube diciptakan oleh tiga orang mantan pegawai perusahaan paypal yaitu chad hurley, chen dan karim alumnus. Diaktifkan 05 Februari 2005. Perkantoran ini berpusat di san bruno, california, perusahaan ini mengumumkan bahwa lebih dari 65.000 video di unggah setiap hari dan situs ini menerima 100 juta kunjungan video perhari (Hajar, 2018).

Aplikasi youtube dapat digunakan dimanapun dan kapanpun dan oleh siapapun dengan menggunakan basis internet. Seiring perkembangan zaman yang semakin baru youtube dapat menjadi inovasi baru karena youtube disediakan untuk melakukan pencarian informasi video dan setiap orang dapat menontonnya secara langsung.

Perkembangan media youtube sangat pesat pada tahun 2006, pada tahun itu media youtube telah berhasil menjadi media terpopuler sehingga dapat memberikan banyak manfaat. Berawal hanya mengupload atau mengunggah video sederhana sekarang dapat di gunakan untuk live streaming, dan berkembang sebagai media untuk berdakwah dan masih banyak lagi manfaatnya (Faiqah, 2016).

Youtube pada tahun 2006 menyebutkan bahwa menjadi situs online video provider paling dominan di Amerika Serikat, bahkan dunia dengan menguasai 43% pasar. Diperkirakan 20 jam durasi video di *upload* ke Youtube setiap menitnya dengan 6 miliar *views* perhari. Youtube kini telah kebutuhan dari penggunaanya, fitur-fitur yang ditawarkan dengan kemajuan teknologi Youtube saat ini sangat membantu dari berbagai aspek kebutuhan yang dibutuhkan oleh sang pengguna.

Memiliki lebih dari satu miliar pengguna hampir sepertiga dari pengguna internet dan setiap hari orang menonton ratusan juta video di youtube dan menghasilkan miliaran kali penayangan. Youtube secara keseluruhan, telah menjangkau lebih banyak pemirsa yang berusia 18-24 dan 18-49 tahun, bahkan sekarang Youtube tidak hanya digunakan oleh orang-orang dewasa saja tetapi anak-anak berusia dini pun sudah menggunakannya.

Youtube sekarang ini juga digunakan oleh para tokoh da'i untuk menyebarkan pesan dakwah video berupa nasihat agama. Youtube berisi konten video yang diklasifikasikan sebagai media audio visual yang berupa gambar sekaligus suara. Sehingga informasi dakwah menjadi lebih efektif dan mudah diterima oleh khalayak (Ilahi, 2013 : 122).

31. Karakteristik Youtube

Terdapat karakteristik dari youtube yaitu adalah sebagai berikut (Faiqah, 2016):

32. Tidak ada batas durasi untuk mengunggah video. Hal ini yang membedakan youtube dengan beberapa aplikasi lain yang mempunyai batasan durasi minimal waktu semisal instagram, snapchat, dan sebagainya.
33. Sistem pengamanan yang mulai akurat. Youtube membatasi pengamanannya dengan tidak mengizinkan video yang mengandung sara, ilegal, dan akan memberikan pertanyaan konfirmasi sebelum mengunggah video.
34. Berbayar, saat ini seperti yang sedang viral dimana-mana, youtube memberikan penawaran bagi siapapun yang mengunggah videonya ke youtube dan mendapatkan minimal 1000 *viewers* atau penonton, maka akan diberikan honorarium.

35. Sistem *offline*, youtube mempunyai fitur baru bagi para pengguna untuk menonton videonya pada saat *offline* tetapi sebelumnya video tersebut harus di download terlebih dahulu.
36. Tersedia editor sederhana, pada menu awal mengunggah video, pengguna akan ditawarkan untuk mengedit terlebih dahulu. Menu yang ditawarkan adalah memotong video, memfilter warna, atau menambah efek perpindahan video.

37. Manfaat Youtube

Kemunculan youtube sangat mempengaruhi masyarakat, khususnya individu-individu yang memiliki energi pada bidang produksi rekaman, dapat berupa film pendek, narasi, sampai dengan website video, namun tidak memiliki ruang untuk mendistribusikan hasil karya. Youtube tidak sulit untuk digunakan, tidak membutuhkan biaya yang besar, dan bisa didapatkan dimana saja, tentunya dengan perangkat yang mumpuni. Ini memungkinkan produser video pemula untuk mentransfer konten video mereka tanpa hambatan untuk didistribusikan. Jika rekaman mereka diterima secara umum, jumlah perspektif akan meningkat. Banyak pengamat akan menyambut promotor untuk memasang iklan di rekaman mereka berikutnya. Sesuai dengan TV, substansi acara TV yang disukai masyarakat pada umumnya, untuk situasi ini penilaian yang tinggi, tentu akan menarik promotor.

Pada peluncuran Youtube telah mempermudah miliaran pengguna untuk menemukan, melihat, serta menawarkan rekaman. Youtube memberikan diskusi kepada individu untuk berinteraksi, memberikan data, dan memindahkan orang lain di seluruh planet ini. Tidak hanya itu, YouTube bahkan telah mengisi sebagai tahap apropriasi bagi pembuat dan promotor, baik dari segala bentuk dan ukuran.³ Youtube juga merupakan organisasi yang diklaim oleh Google. Awal mula YouTube dibuat oleh 3 perwakilan sebelumnya

yang pernah berurusan dengan situs bernama “PayPal” (situs bisnis online) yakni Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada Februari 2005. Kemasyhuran YouTube bahkan sudah terlihat sejak pertama kali diluncurkan. awal, khususnya memiliki pilihan untuk segera mendapatkan pertemuan yang layak secara lokal. Faiqah, mengatakan bahwa *youtube* juga memiliki manfaat (Faiqah, 2016), yaitu:

38. Sumber informasi

Youtube bisa menjadi sumber informasi bagi kebanyakan orang. Bisa kita lihat sendiri banyak sekali informasi-informasi tentang berbagai hal. Misalnya *review* sebuah barang, berita, yang lewat, *infotainment*, informasi tempat wisata dan masih banyak lagi.

39. Media promosi

Salah satu manfaat *youtube* bisa menjadi sebuah media promosi bagi orang yang mempunyai produk yang ingin dipromosikan. Kita juga bisa mempromosikan apa saja disini, mulai dari jasa, produk, tempat wisata dan sebagainya bahkan *trailer film* itu juga termasuk promosi.

40. Mengakses video *streaming*

Siaran yang ditayangkan di Televisi lokal, nasional bahkan internasional, bisa diakses melalui *youtube*, baik siaran itu tentang maupun telah disiarkan.

41. Memberikan layanan gratis

Secara umum, *youtube* menawarkan layanan gratis khususnya untuk menikmati dan mengakses video-video yang masuk dalam sistemnya.

42. Men-*download* (unduh) beberapa video tertentu

Youtube memungkinkan pengguna untuk mengunduh beberapa video-video tertentu. Video yang demikian yang biasanya berukuran hd atau *high definition* sehingga jika seorang pengguna ingin menonton sebuah video berkali-kali, ia hanya perlu mengunduhnya.

43. Mengakses video *informative*

Jika memperhatikan acara siaran tv belakangan, seringkali kita akan banyak bertemu dengan keterangan bertuliskan *courtesy: youtube* di bagian bawah layar Televisi. Hal tersebut menandakan bahwa tim kreatif acara tersebut banyak menggunakan *youtube* sebagai referensi dalam menyusun konten acak.

44. Mendukung industri hiburan

Youtube membantu pengguna untuk mengakses video yang mereka inginkan semisal video *klip* dari penyanyi atau band kesayangan, *film* dari aktor, aktris atau sutradara favorit, tayangan yang sedang in dan lain sebagainya. Sebagian dari video bergenre hiburan, termasuk streaming siaran hiburan yang mereka lewatkan, sehingga kehadiran *youtube* di sini sangat berperan penting dalam menyukseskan dan memajukan industri dunia hiburan.

45. Mengetahui respon dan komentar khalayak

Fitur suka dan komentar dalam *youtube* sangat memudahkan pengguna yang mengunduh dan membagi sebuah

video tertentu untuk mengetahui respon dan komentar konsumen terhadap kualitas maupun konten videonya.

46. Komponen Media Youtube

Populer dan favoritnya media YouTube di kalangan pengguna internet menunjukkan bahwa ada hal-hal tertentu yang ditawarkan oleh YouTube. Adapun komponen yang menjadi ciri khusus dalam media youtube adalah sebagai berikut (Helianthusonfri, 2014: 29):

- a. **Subscribe:** membantu kita untuk dengan mudah mengikuti informasi terbaru dari chanel favorit
- b. **Streaming:** proses mengalirkan atau mentransfer data dari server kepada host dimana data tersebut merepresentasikan informasi yang harus disampaikan secara langsung (real time)
- c. **Buffering:** jeda waktu yang kita rasakan pada saat kita ingin mengakses sesuatu di internet, terutama file video semisal di YouTube, dimana kita melihat tanda seperti jam pasir, melingkar lingkaran beberapa saat sampai akhirnya file yang ingin kita akses pun berhasil keluar.
- d. **VLOG (Video Blog):** Sebuah konten kreatif yang dibuat oleh seseorang atau YouTubers untung membagikan diary kehidupannya dalam bentuk video yang sengaja di tayangkan kepada banyak orang secara gratis.
- e. **YouTubers:** Adalah Sebuah istilah yang ditujukan bagi mereka yang sering berbagi video melalui kanal YouTube. Profesi ini memang bisa mendatangkan keuntungan. YouTubers biasanya membuat sebuah video lucu, menarik, unik, kreatif, ataupun video tentang kesehariaanya (VLOG). Dan merupakan hobinya di waktu luang. Kalau videonya cukup ramai subscribarnya pun akan bertambah setiap harinya tapi itu tergantung dengan video yang dibuatnya.

47. Kelebihan dan Kekurangan Youtube

Adapun kelebihan dan kelemahan *youtube* secara spesifik adalah sebagai berikut (Helianthusonfri, 2014: 55):

48. Kelebihan

49. Dengan *youtube* kita bisa melihat dan mengambil berbagai video yang belum kita lihat di tv sebelumnya, sehingga kita tidak melewatkan informasi maupun *infotainment*.
50. Di dalam *youtube* terdapat menu “*search*” sehingga apabila kita masukkan nama atau jenis video yang ingin diambil maka akan secara otomatis dan cepat akan muncul video yang kita inginkan.
51. *Youtube* terdapat berbagai jenis format video yang bisa kita pilih sesuai dengan aplikasi pemutar video yang kita punya.
52. Gambar video di *youtube* sudah bagus sehingga kita nyaman dan jelas apabila menontonnya.
53. Edukatif, karena YouTube dapat memberikan data yang identik dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan inovasi.
54. Cerdas secara finansial, karena YouTube dapat diperoleh secara free.
55. Praktis, youtube dapat dimanfaatkan secara efektif oleh semua kalangan dan ada juga kantor pengubah video.
56. Dapat dibagikan, karena koneksi YouTube dapat dibagikan di berbagai tujuan.

57. Kekurangan

58. Apabila koneksi *internet* kita lama atau lambat *loading*, maka mengambil video di *youtube* pun akan terganggu dan mungkin kita akan menunggu sampai pulih kembali.
59. Video di dalam *youtube* umumnya memiliki ukuran atau kapasitas sangat besar.

60. *Youtube* tidak menyediakan aplikasi pengambilan video di *website*, sehingga kita harus mencari aplikasi lain seperti *keepvid* dan *youtube downloader*.
61. *Youtube* menyediakan fasilitas *upload* video bagi siapa saja, sehingga disini dapat disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab. Contohnya saja *upload* video porno dan video tentang penghinaan terhadap golongan tertentu.

BAB III

GAMBARAN UMUM DAKWAH KH. ANWAR ZAHID DI YOUTUBE

A. Profil KH. Anwar Zahid

KH. Anwar Zahid lahir pada tahun 1974 di Dusun Patoman, Desa Simorejo, Kecamatan Kanor, Kabupaten Bojonegoro. *Da'i* kondang tersebut juga menjadi pengasuh pondok pesantren Attarbiyah Islamiyah Assyafi'iyah. K.H. Anwar zahid merupakan Kyai fenomenal dan terkenal di kalangan masyarakat. Hal ini disebabkan karena gaya bicaranya yang sangat lugas, lugu, apa adanya, dan berdasarkan kaidah kehidupan sehari - hari, sehingga memudahkan pendengar ceramah untuk memahami dari isi ceramah. Meskipun dianggap lucu dan apa adanya, materi dakwahnya tetap memperhatikan kajian Islam yang disampaikan kepada *mad'u*, agar apa yang disampaikan bisa mengena di hati audience.

Masyarakat banyak yang suka dengan gaya bicaranya pada saat berdakwah. Dakwahnya seringkali terdapat celetukan seperti "*Qul hu wae lek kesuwen*" dari istilah kata-kata inilah nama kyai Anwar Zahid Panggilan akrabnya, langsung booming di permukaan dunia. Isi ceramah yang disampaikan berisi tentang banyak hal, diantaranya adalah tentang agama, yaitu berkenaan dengan masalah ubudiyah, amaliyah dan syari'ah. Semua itu disajikan dalam bentuk guyonan. Sehingga ceramah itu menjadi lebih menarik dan sanggup merangkul berbagai lapisan masyarakat dari anak-anak, remaja sampai orang tua. Amiliya dalam penelitian menjelaskan bahwa KH. Anwar Zahid adalah salah satu pendakwah yang lucu, penuh simpatik dan mudah dipahami dalam menjelaskan materi dakwahnya (Amiliya, 2022)

KH. Anwar Zahid mengemas materi dakwah dengan penuh dengan humoris dan menyenangkan, meskipun demikian tidak mengesampingkan kualitas dari isi ceramahnya. Dengan seperti itu,

dakwahnya mampu membuat banyak orang mengidolakan dan mengoleksi begitu banyak rekaman ceramahnya, baik dalam bentuk MP3 maupun video. Berdasarkan kenyataan kehidupan sehari – hari, KH. Anwar Zahid sering menjadi imam dalam segala majelis dan berusaha memahami kondisi masyarakat yang sedang dihadapi, sehingga memahami bagaimana karakteristik *mad'u* yang akan dihadapi. Hal itu akan memudahkan dalam berdakwah dan pendengar akan lebih mudah pula dalam memahami isi ceramah yang disampaikannya. *Mad'u* mendengar isi ceramahnya dengan gaya yang unik, masyarakat sampai menginginkan mendatangkan KH Anwar Zahid ceramah di tempatnya

Ceramah KH. Anwar Zahid disukai banyak kalangan dari mulai anak-anak, dewasa sampai lansia dengan berbagai profesi. Awal mulanya KH Anwar Zahid hanya terkenal di pulau Jawa saja, terutama di wilayah Jawa Timur dan Jawa Tengah. Akan tetapi seiring berjalannya waktu, menjadi *da'i* terkenal di berbagai tempat seperti pulau Jawa, Sumatera bahkan sampai ke luar negeri yaitu di Hongkong.

Hal itu disebabkan karena dalam penyampaian isi kajian Islam, KH Anwar Zahid memasukkan sentilan-sentilannya dalam mengingatkan umat untuk bisa berlaku bijak dan mendekatkan diri pada Allah SWT, semua itu disampaikannya dengan lugas, tegas dan tidak lupa dengan gaya humor yang fantastis atau penuh hiburan. Dakwah disampaikan dengan Bahasa yang tidak kaku, tidak terlalu menggurui, friendly atau bersahabat dan gaul serta mampu memahami kondisi masyarakat. Pada dasarnya masyarakat terdiri dari beberapa karakter, ada yang senang serius ada yang senang humoris sehingga seorang *da'i* harus mampu memahami kondisi *mad'u* nya. K.H. Anwar Zahid berusaha menggunakan kemampuannya untuk menarik hati *mad'u*.

B. Pendidikan dan Organisasi KH. Anwar Zahid

Masa kecil KH. Anwar Zahid digunakan untuk bermain dengan teman sebayanya. KH. Anwar Zahid belajar ilmu agama sejak kecil bersama ayahnya dan ibunya sampai usia sekolah dasar. Tahun 1988, KH. Anwar Zahid mulai menimba ilmu di pondok pesantren terkenal di Jawa Timur yaitu di Pondok Pesantren Langitan, Tuban asuhan Romo Kyai Abdullah Faqih. Di pondok langitan tersebut, KH. Anwar Zahid belajar berbagai ilmu agama seperti ilmu fiqih, Ilmu Aqudah, Ilmu Akhlak, ilmu tasawuf, dan Ilmu Al-Qur'an.

Menginjak usia remaja, KH Anwar Zahid mulai tertarik menekuni ilmu agama di bidang Al-Qu'ran. Ketertarikan tersebut menjadikan orang tuanya silaturahmi ke Pondok Pesantren Langitan untuk mengutarakan maksud tujuan untuk melanjutkan di Pondok Pesantren Al-qur'an Gresik. Restu pengasuh yang diperoleh, menjadikan KH. Anwar Zahid muda semakin yakin untuk melangkah kakinya untuk belajar di Pondok "APTQ" Sampurnan Bungah, Gresik. Pendidikan pesantren tersebut menjadikan KH. Anwar Zahid memahami ilmu agama yang lebih mendalam sebagai dasar dalam ceramahnya.

C. Deskripsi Channel Youtube @Anza Channel KH. Anwar Zahid

Kanal Youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid mempunyai beberapa unsur seperti nama, jumlah subscriber, jumlah video, dan jumlah penayangan. Gambar profil yang digunakan kanal Anza Channel KH. Anwar Zahid adalah foto KH. Anwar Zahid setengah badan. Dalam foto profil tersebut KH. Anwar Zahid menggunakan songkok berwarna hitam, baju putih dan seragam jas warna abu-abu. Sedangkan gambar sampulnya, menggunakan tulisan Anza media group Anza Media media dakwah Ponpes Sabilunnajah. Adapun gambar kanal You tube Anza Channel KH. Anwar Zahid adalah sebagai berikut;

Gambar 3.1 Kanal Youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid



Akun youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid merupakan akun resmi youtube KH. Anwar Zahid yang dibuat pada tanggal 24 Oktober 2018 dan saat ini mempunyai 1,98 juta subscribers dengan postingan berisi tentang kajian dakwah. Sejak 2018 channel ini aktif dalam mengunggah video ceramah dari KH. Anwar Zahid. Saat ini terdapat 865 video yang sudah diunggah dalam kanal youtube dan ditonton oleh *mad'u* sebanyak 289.009.275 kali.

Akun youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid mempunyai deskripsi channel yang tertera pada akun youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid. Adapun deskripsi Akun youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid adalah Anza Media Group Media Dakwah Ponpes Sabilun Najah di larang keras untuk reupload seluruh video tanpa seizin kami Anza Channel majalah an najah anza media publishing house masas-syafiiyah.sch.id merupakan sarana publikasi Pondok Pesantren Sabilun Najah Simorejo yang di asuh oleh K.H Anwar Zahid, yang bersekretariat di MA Salafiyah As - Syafiiyah Jl. Masjid Baitul Abidin Rt. 03 Rw. 04 Dsn. Simo Ds. Simorejo Kec. Kanor Kab.

Bojonegoro Jawa Timur. Kanal youtube Kang Said Official memiliki tayangan video yang terus bertambah. Hal ini dikarenakan channel tersebut secara rutin menggunggah kegiatan dakwah KH. Anwar Zahid.

D. Pola Komunikasi Dakwah KH. Anwar Zahid di channel youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid

Pola memiliki makna sebagai bentuk atau struktur yang tetap, menunjukkan adanya pengulangan yang konsisten dan ajeg sehingga terbentuklah suatu pola yang bisa diidentifikasi berdasarkan pada pengulangan-pengulangan yang terjadi. Pola bisa ditemukan dimana saja, termasuk dalam komunikasi dakwah. Pola komunikasi dakwah memiliki makna bahwa ada bentuk atau struktur yang tetap dalam komunikasi dakwah. Bentuk atau struktur dalam komunikasi dakwah bisa berupa topik atau gagasan yang disampaikan, metode komunikasi dakwah yang dipilih, hingga pesan nonverbal seperti ekspresi dan gerak tubuh (Effendy, 2017)

Pola komunikasi dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Pola komunikasi sering juga disebut dengan istilah konteks komunikasi, tingkat atau level komunikasi, bentuk komunikasi, situasi, keadaan, arena atau jenis, cara, dan katagori.

Berdasarkan analisis terhadap video ceramah KH. Anwar Zahid di youtube, peneliti menemukan pola komunikasi dakwah KH. Anwar Zahid terbagi menjadi dua yaitu pola komunikasi dengan *mad'u offline* dan pola komunikasi dengan *mad'u online*.

1. Pola Komunikasi dakwah dengan *mad'u offline*

Pola komunikasi dakwah dengan *mad'u offline* adalah pola komunikasi yang diterapkan KH. Anwar Zahid kepada jamaah yang hadir langsung mengikuti pengajiannya. Hal ini terjadi karena video yang diupload oleh channel youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid adalah rekaman video ceramah KH. Anwar Zahid. Sehingga dalam video yang di unggah pada channel tersebut terlihat dengan jelas terdapat pola komunikasi dakwah dengan *mad'u offline*. Adapun pola komunikasi dakwah yang diterapkan oleh KH. Anwar Zahid dengan *mad'u offline* adalah sebagai berikut:

a. Pola Komunikasi Satu Arah

Pola Komunikasi linier adalah pola komunikasi satu arah (*one way view communication*). Pola ini memposisikan komunikator memberikan stimulus dan komunikan tidak memberikan respon balik (diam) . Pola komunikasi ini menunjukkan bahwa *da'i* dalam menyampaikan pesan dakwah baik menggunakan media atau tidak tanpa ada umpan balik dari *mad'u* yang menjadi sasaran dakwah. KH. Anwar Zahid kerap kali menggunakan pola tersebut dalam berdakwah. Adapun contoh penerapan pola komunikasi satu arah dalam dakwah KH. Anwar Zahid adalah sebagai berikut:

- 1) Dakwah dengan judul KH. Anwar Zahid terbaru 2023 | ketika anak anak bersuara emas duet dadakan dipublikasikan pada tanggal 13 Okt 2023 pada menit 37.25 – 43.36.

Ayo saiki angen-angen tak ajak ngaji, diantaranya noto ati mergo akhlak panggonane neng ati. Mergo kanjeng nabi SAW Dawuh *addunya latsyku lil mumin*.

Dunia iki ngga bisa bening kanggone wong mukmin. Dunyo iki kanggone wong mukmin butek sebab dunyo iki panggonane masalah. Kulo sampean urip teng dunyo niki hidup di dalam masalah karena memang dunia ini tempatnya masalah. Maka siapapun yang hidup di dunia pasti selalu punya masalah. Sopo wae sing manggon teng dunia iki pasti duweni masalah. Makane kulo nggih sadar malam ini yang saya hadapi adalah orang-orang bermasalah.

Hidup di dunia ini tidak bisa terlepas dari masalah, lepas dari satu masalah pasti akan datang masalah baru, keluar dari satu masalah pasti masuk ke masalah yang lain. Makane kalau ada orang aku pengen lari dari masalah ngga mungkin bisa. Lari dari suatu masalah pasti mereka akan ketemu dengan masalah yang lain.

Allahumma solli ala Muhammad

Pancen dunyo niki panggonane masalah. Ada orang cari kerja pasti di cari masalahnya. Ada orang membangun rumah itu berarti membangun masalah. Heh ana wong rebutan kepala desa ngono iku yo rebutan masalah, malam ini sampean hadir pengajian sama saja anda menghadirkan masalah.

Sepurane-sepurane ono wong golek bojo yo iku golek masalah. Ncen bojone niku panggonane masalah. Karena hidup ini penuh dengan masalah, maka jangan pernah lari dari masalah. Jangan menghindari masalah tapi hadapilah masalah agar bisa menikmati masalah. Aku ngerti kok wong deso Tambak sawah karepe urip moh masalah, karepe pengen enak, ora kesusahan, urusane lancar, sembarang-mbarang lancar hemmm ngga enak sampean. Asline wong deso Tambaksawah iki sering

merindukan masalah, karena nikmat kenapa karena semua orang pengen nikmat dan pengen bahagia

Kenikmatan dan kebahagiaan akan diberikan dari Allah jika hambanya bisa menghadapi masalah. Kebahagiaan sebagai anugerah dari Allah, hanya akan datang kepada manusia setelah dia mampu melalui masalah. Kebahagiaan pasti datang terlambat setelah kita melewati sebuah masalah dengan baik. Fainnama'al usri yusri innamalaal usri yusro. Eh ono angel ono gampang, ono soro ono enak. Sampean ne pengen gampang kudu angel disik. La ngga gelem angel sampean ora kiro njenengan nemu kenikmatan.

- 2) Dakwah dengan judul KH. Anwar Zahid terbaru 2023 (Dapat Curhatan dari Akbar) dipublikasikan pada tanggal pada menit ke 37.21

Inilah Indonesia, makanya Indonesia diirikan oleh seluruh dunia. Indonesia ini terdiri dari wah ribuan budaya, tradisi, adat, suku, bahasa, etnis, bahkan agama banyak banget. Akan tetapi bisa guyup rukun berdampingan dalam beragaman. Coba kita diikat dengan semangat nasionlisme Bhinneka Tunggal Ika.

Allahumma Solli Ala Sayyidina Muhammad

Loh wong semene akehe bisa guyup rukun kaya gini, coba pikir ya. Negara Arab yang satu suku, satu bangsa, satu bahasa satu agama tapi ribut terus, berantem perang saudara, sesama Islam saling membunuh. Kita Indonesia ini *subhanallah* hidup di Indonesia ini, indah nikmat kalau digambarkan sama dengan bintang-bintang yang mengitari rembulan. Rembulannya adalah Rasul Muhammad SAW. Lah kita ini bintang-bintang walaupun

dirimu burek-burek. Walaupun bertebaran dimajelis-majelis. Loh kalau ngga di Indonesia tidak ada loh seperti ini,

Sampean mencari di luar negeri membuat acara majelis seperti ini, tidak bakal bisa, sampai di Negeri Arab sekalipun. Kalau mau membikin acara seperti ini tidak bisa. Kehidupan tidak tenang dan tidak aman. Coba anak-anak sekolah juga tidak tenang senjata dimana-dimana. Lagi belajar banyak suara peluru, lagi ngaji banyak suara tembakan, adam bom door. Ya bubar ngajinya belajarnya.

Lah di Indonesia membuat majelis seperti ini sampai subuh juga kelakon. Ini tak sampaikan lagi tapi kulo minta tolong ya, kalau ingsun minta infaq untuk jamaahnya ingsun. Alhamdulillah dulu saya di Desa Martadabaru ini mungkin santri sekitar 200-300an, sekarang 2000an masih tetap gratis alhamdulillah. Bapak ibu saya ngga usah ngomong, sebagian besar santri ingsun yatim dan semua gratis belajar dan mondok. Mengetuk hati panjenengan ini kalau saya suruh nambah ngaji lagi ngga papa tapi syaratnya njenengan harus memberi jaryah untuk anak yatim piatu saya oke.

Mohon bantuanya para panitia dan beberapa orang, boleh panitia dibantu atau santri-santri pagar nusa. Jangan pulang dulu toh infaq kok malah mulih, ooo medit. Wayah infaq pulang ini saya belum selesai menyampaikan kerukunan dan kekompakan persatuan ini. Ngga papa Wis kadung kok nglembur. Lipa tadi saya. Kita shalawatan bareng-bareng. Ngga sah ditabuhi. Tabuhanmu ngga enak kaya becak gembos. Ayo bisa baca shalawat Jibril dan terimakasih santri-santri pagar nusa dan panitia. Dan panjenengan berikan infaq terbaik jangan hanya dua ribu

yo yo. Kalau ngga bawa duwit boleh kalungnya di lepas. InsyaAllah ini akan menjadi jariyah untuk panjenengan semua yang pahalanya mengalir *ila yaumul qiyamah*.

- 3) Dakwah dengan judul KH Anwar Zahid Dan Habib Ali Zainal Abidin Az-Zahir dipublikasikan pada tanggal 05 Oktober 2023 pada menit ke 35.06

Malam ini abah ngga bakal ngasih tausiyah, ngga bakal ceramah tidak. Kita full shalawatan. Beberapa nasyid. Kemudian nanti kita makom *mahalul qiyam*. Anak-anak mohon yang hidmad yang ikhlas karena barokahnya Rosulillah Muhammad SAW. Dijadikan Allah sebagai *khoirul ambiya wal mursalin*. Maka kita umatnya juga diwisuda oleh Allah menjadi *khoirul umam*. *Kuntum khoir ummatin*, kalian adalah umat terbaik.

Kita langsung diwisuda oleh Allah SWT sebagai umat yang terbaik bukan karena apa-apa akan tetapi keistimewaan Rosulullah Muhammad SAW. Bahkan kita ini dijadikan sebagai *ummatan wasaton*. Umat yang tengah-tengah. Wasaton artinya tengah-tengah makanya ada kata wasat wasit ngga boleh memihak harus ditengah-tengah

Lah kita ini sebagai umat *wasaton* umat yang tengah-tengah yang bahasa sekarang dikenal dengan istilah moderat. Jadi tidak ekstrim dan juga tidak terlalu lunak. Tapi kita adalah umat yang moderat umat yang tengah-tengah. Umat yang sangat istimewa. Ini sangat cocok dengan karakter kita bangsa Indonesia yang cocoknya memang di tengah-tengah.

Kita pernah dibawa ke kanan oleh masyumi oleh diti mau dibawa menjadi negara islam akan tetapi gagal.

Tidak berhasil karena tidak cocok dengan karakter bangsa Indonesia. Pernah juga mau dibawah ke kiri oleh PKI, mau dijadikan negara komunis, ngga cocok, ngga bisa karena memang tidak sesuai dengan karakter bangsa Indonesia. Karakternya bangsa Indonesia ya *ummatan wasathon* umat yang tengah-tengah.

Allaumma solli aya sayyidina Muhammad

Saya kasih contoh ya sebentar. Kalau umatnya Nabi Isa As itu ekstrim. Kalau umatnya Nabi Musa sangat lunak. Lah, kita umatnya Nabi Muhammad tengah-tengah. Contoh umatnya Nabi Isa urusan nikah ukurannya hanya boleh satu kali dalam seumur hidup. Ekstrim banget ini umatnya Nabi Isa. Jadi apalagi perempuan dinikah kok sorenya suaminya meninggal dunia. Ini perempuannya wajib menjanda seumur hidup, sampai mati wajib dadi rondo ora oleh rabi meneh. Ini kalau umatnya Nabi Isa. Laki-laki perempuannya paginya nikah kok siangya perempuan mati, ini laki-lakinya wajib menduda seumur hidup. Sampai mati tidak boleh nikah lagi. Ini umatnya Nabi Isa sangat estrim.

Kalau umatnya Nabi Musa menikah semampunya sekuatnya. Mampu 50 boleh nikah 50. Kuat 100 rabi 100. Tapi kalau kita umatnya Nabi Muhammad SAW pertengahan siji oleh, lebih dari siji oleh, tapi maksimal empat. Loh tengah-tengah toh, umatnya Nabi Isa menikah hanya satu kali dalam seumur hidup, sampai mati. Kalau umatya Nabi Musa los sakuate. Kuat 200 rabi 200. Ne umate Nabi Muhammad SAW ditengah-tengah. Siji entok lebih dari siji entok tapi dibatesi maksimal papat. Habib arid lagi oleh siji.

Contoh meneh umatnya Nabi Isa itu ekstrim. Sowan gene kyai ora entok gowo duit, ra entok gowo jajan, ra entok gowo parsel, ra entok gowo gula teh, ra entok goro amplopan haram. Itu umatnya Nabi Isa, ketemu kyai ngga ntok salaman amplopan haram. Mulo kyai zamane Nabi Isa itu mlarat-mlarat miskin-miskin. Mergo umat ketemu kyaine ora keno salaman aplopan. Iki aku ngga setuju. Ngga setuju blas. Kyai zaman Nabi Isa itu mlarat-mlarat. Sampai Nabi Isa itu dijuluki nabi yang paling fakir. Umah ora due bojo ra duwe. Pakainya hanya yang dikenakan itu saja. Yang dimakan ya tanam-tanaman, tumbuh-tumbuhan, buah-buahan. Sampai besok diakhirat Allah bikin *hujjah* dengan Nabi Isa untuk orang-orang fakir.

Kok ana wong mlarat dablek, eh kenapa kamu ngga kerja, eh kenapa kamu tidak shalat dan eh kenapa kamu tidak dzikir kenapa ngga ikut majelis shalawat. Aku ini mlarat aku ini miskin. Soalnya saya kerja. Allah bikin *hujjah* kepada Nabi Isa, heh mlaratan endi karo Nabi Isa. Nabi Isa mlarate koyo ngono wae yo shalat yo dzikir yo ngibadah yo ngaji yo shalawatan, malaikat jeguki ndase wong iku.

Kalau umatnya Nabi Musa ketemu ngga ngaplopi duso. Bupati ketemu kyai ora ngei opo-opo duso pak. Kalau umatnya nabi Muhammad SAW tengah-tengah. Ketemu kyai ngetoke duwit olih ora ngetoke duwit yo olih. Tapi seng apik ngei. Soan gene kyai gowo oleh-oleh boleh ora gowo oleh-oleh juga boleh tapi apike gowo oleh-oleh. Kita tuh umat tengah-tengah. *Umat wasathon*.

b. Pola Komunikasi Dua Arah

Komunikasi dua arah, artinya komunikasi berlangsung dua arah yakni diantara komunikator dan komunikan saling memberikan umpan balik atas pesan yang diterima. Jadi dalam jenis komunikasi dua arah komunikan tidak hanya menerima pesan dari komunikator, namun juga secara aktif ikut menganalisis dan memberikan tanggapan atas pesan yang diberikan oleh komunikator. Melihat pada aktifitas komunikasi antara komunikator dan komunikan, maka komunikasi dua arah bersifat aktif.

Dari segi interaksinya, komunikasi dua arah dipandang lebih interaktif dari pada komunikasi satu arah. Hal tersebut dinyatakan dengan alasan bahwa pada komunikasi dua arah menempatkan komunikan lebih aktif dalam memandang pesan yang disampaikan oleh komunikator. Sehingga pesan akan diterima lebih jelas, lebih mantap bila dibandingkan dengan komunikasi yang satu arah.

Komunikasi yang dilakukan dalam kelompok menuntut terjadinya komunikasi dua arah, dimana antara komunikan dan komunikator berinteraksi secara aktif dalam pemberian umpan balik atas pesan yang ada dalam proses komunikasinya. Demikian pula dalam kelompok orang tua dan guru, komunikasi yang efektif terbangun dari interaksi anggota kelompoknya. Sehingga komunikasi yang efektif dalam kelompok orang tua dan guru adalah komunikasi interaktif. KH. Anwar Zahid kerap kali menggunakan pola tersebut dalam berdakwah. Adapun contoh penerapan pola komunikasi dua arah dalam dakwah KH. Anwar Zahid adalah sebagai berikut:

- 1) KH Anwar Zahid Terbaru 2023 | Kata Kata Sholat Jum'at Yang Lagi Viral dipublikasikan pada tanggal 18 November 2023 pada menit 02.15. Video tersebut terdapat

komunikasi dua arah yang ditunjukkan dengan adanya umpan balik atas pertanyaan yang diberikan oleh *da'i* kepada *mad'u*. Adapun komunikasinya adalah sebagai berikut:

- Da'i* ; Namamu sinten
Mad'u : Putra ragil
Da'i ; Wis ngerti aku awakmu ragil/ lanang. Aku ora tekok jenis kelamin. Aku tekok nami. Namine sampean sinten
Mad'u : Putra ragil xixxi
Da'i ; Ohh namamu putra ragil xixixix
Mad'u : Mpun dredeg nki
Da'i : Mboten usah dredeg. Sampean neng mburi bengok-bengok neng kene dredeg kyo krupuk kempes
Mad'u : Isin didelok wong akeh
Da'i : Daleme pundi mas
Mad'u : Ngadirjo
Da'i : Mriki kalih sinten
Mad'u : Kalih rencang tigo
Da'i : Nitih nopo
Mad'u : Nitih motor
Da'i : Motor tumpaki wong telu
Mad'u : Nggih
Da'i : Gowo helm mboten
Mad'u : Mboten
Da'i : Njenengan kok ngertos teng mriki enten pengajian
Mad'u : Lah niku teng pampfelt enten kalih teng you tube

- Da'i* : Lah namane youtube Anwar Zahid sinten
- Mad'u* : Mboten ngertos
- Da'i* : Lah ora ngerti ra sido tak kei sarung.
Mengko di subcreb ya. Sekolahmu tekan endi
mas
- Mad'u* : SD yi
- Da'i* : Kok ora diteruske tekan SMP
- Mad'u* : Mboten wonten sangune
- Da'i* : Halah halah sekolah gratis kok golet sangu,
Mondok
mboten
- Mad'u* : Nggih ngaos sekedik
- Da'i* : Teng pundi
- Mad'u* : Teng grio.
- Da'i* : Seng mulang sinten
- Mad'u* : Pak ustadze
- Da'i* : Ki kalau kamu shalat jumatan budal apa ora
- Mad'u* : nggih
- Da'i* : Arang -arang
- Mad'u* : Nggih karena seminggu pisan
- Da'i* : Koe tak sampluk salon malah
- Mad'u* : Ngampunten
- Da'i* : Rutin berarti jumatan mu
- Mad'u* : Nggih alhamdulillah rutin
- Da'i* : Tau budal menyang terus
- Mad'u* : Mpun nate mboten menyang
- Da'i* : Shalat pas sujud moco opo
- Mad'u* : *Astaghfirullah hal adzim*
- Da'i* : Pas nyengongok maca opo
- Mad'u* : *Alhamdulillah*
- Da'i* : Sampean NU ora

Mad'u : Mboten
Da'i : Kok bisa mboten NU toh
Mad'u : Nunut urip
Da'i : Wis rene tak kei sarung

2) KH Anwar Zahid Terbaru 2023 | Tukang Sound Bersuara Emas. Dipublikasikan pada tanggal 30 Oktober 2023 pada menit 01:02:04 . Video tersebut terdapat komunikasi dua arah yang ditunjukkan dengan adanya umpan balik atau pertanyaan yang diberikan oleh *da'i* kepada *mad'u*. Adapun komunikasinya adalah sebagai berikut:

Da'i : Namanya siapa
Mad'u : Aisyah
Da'i : Rumahnya mana dek
Mad'u : Ambalan
Da'i : Desanya apa
Mad'u : Ambal resmi
Da'i : Adek sekolahnya kelas berapa
Mad'u : Kelas empat
Da'i : Ke sini bareng siapa
Mad'u : Bareng mama
Da'i : Kamu kok bawa poster, yang bikin poster siapa
Mad'u : Mamah
Da'i : Yang suka abah anza adek apa mamah
Mad'u : Mamah
Da'i : Berarti adek tidak suka sama abah anza
Mad'u : Suka juga
Da'i : Pernah lihat abah anza dimana
Mad'u : Di youtube dan titok

Da'i : Adek lihat abah anza di youtube dan tiktok,
pas abah anza lagi ngapain

Mad'u : Ceramah

Da'i : Yang paling suka pas abah anza lagi
ceramah apa lagi apa, pas lagi nonton
youtube atau tiktok

Mad'u : Pas bagi bagin duit

Da'i : Itukan biasanya yang dibagi-bagi duit anak-
anak ditanya dulu dan harus bisa menjawab

Da'i : Coba ibunya nabi Muhammad Namanya
siapa

Mad'u : Siti Soimah

Da'i : Kok Siti Soimah, Siti Aminah. Kan kalau
adek biasanya ikut shalawatan ada Abdullah
nama ayahnya, Aminah ibundanya

Mad'u : Jarang

Da'i : Yo pantes wae ora ngerti mergo jarang.
Harus tau. Istrinya Nabi Muhammad siapa
namanya:

Mad'u : Aminah

Da'i : Aminah itu ibundanya.. Khodijah, Asiyah,
ya. Nanti tanya ke mama yaya. Rukun islam
ada berapa

Mad'u : Ada Lima (syahadat, shalat, zakat, puasa &
haji)

Da'i : Kalau rukun iman ada berapa

Mad'u : Enam.

Da'i : Kamu bisa shalawatan apa

Mad'u : Nabi putra Abdullah

Da'i : Ayoooo

Mad'u : Menyanyikan nabi putra Abdullah

- 3) KH Anwar Zahid Terbaru 2023 | Abah Anza Ketemu Bocil Namanya Sama Kh Anwar Zahid dipublikasikan pada tanggal 17 November 2023 pada menit 23.34. Video tersebut terdapat komunikasi dua arah yang ditunjukkan dengan adanya umpan balik atau pertanyaan yang diberikan oleh *da'i* kepada *mad'u*. Adapun komunikasinya adalah sebagai berikut:

Da'i : Nami sampean sopo

Mad'u : Ahmad Anwar Zahid Al Akbar sami kalih njenengan

Da'i : Mosoo

Mad'u : Mboten percoyo toh njenengan,

Da'i : Coba mana buktinya, Ya ya ya bener

Mad'u : Wah cair iki

Da'i : Iki kartu opo, Weh berarti ibukmu wis ngefens aku ket

biyen nggih ket zamane qulhu wae le

Da'i : Karepe ibumu dijenengi kayo aku iku ben awakmu dadi koyo aku, Ahmad Anwar Zahid

Mad'u : Tiru-tiru wae

Da'i : Njenengan podo mung ditambahi Al-Akbar, Heh apa bapakmu dari dulu sering mendengarkan ceramahnya saya

Mad'u : Nggih ibu kulo

Da'i : Teko ibuke sampean

Mad'u : Dugi

Da'i : Pundi

Mad'u : Niko

Da'i : Ndi wonge

- Mad'u* : Niko klambi kuning,
Da'i : Mriki buk mriki buk
Da'i : Njenengan ibuke akbar niki
Mad'u : Nggih
Da'i : Larene njenengan kok pinter, mangke viral video niki, emang namine bener Ahmad Anwar Zahid al akbar
Mad'u : Nggih leres
Da'i : Sing maringi jenengan, ngopo kok dijenengi Ahmad Zahid Al Akbar
Mad'u : Nggih waktu hamil ngefens njenengan banget, Shalawat saben dinten
Da'i : Eling mboten shalawat kulo ket riyin nopo
Mad'u : Mboten
Da'i : Berarti pak kulo ngaji daerah mriki njenengan selalu hadir ketriyin, njenengan mulai mirengke ceramah kulo mulai tahun pinten
Mad'u : Mulai tahun 2011-2012
Da'i : Brarti sengaja di jenengke sami jeneng kulo
Mad'u : Nggih
Da'i : Seng maringi jeneng njenengan apa bapaknya
Mad'u : Kulo piyambek
Da'i : Bapake gelem nrimo mboten protes kok bisa dijenengke
Anwar Zahid, njenengan matur bapak pripon
Mad'u : Pak niki larene jaler, kulo paring nami Ahmad Anwar Zahid Al Akbar nggih kersane sami KH. Anwar Zahid

Da'i : Karepe kan ben koyo aku, Krungu po rak nang

Mad'u : Nggih mireng, ben koyo KH. Anwar Zahid seng ganteng dewe.

Da'i : Ora sah mbok tambah-tambahi paling ganteng dewe, Yo wes percoyo aku tibake jenengan Ahmad Anwar Zahid Al-Akbar. Kamu punya tanggung jawab besar membawa nama Anwar Zahid jangan malu-maluin Anwar Zahid, awas kamu kalau malu-maluin. Ibukmu memberi nama seperti mempunyai harapan besar apalagi ditambah Al-Akbar. Itu biar kamu bisa seperti saya ceramahe, ne bagus bagus kamu, ganteng kamu. Tapi jangan glebek-glebek. Makane kok pinter dijenengi podo aku

c. Pola Komunikasi Multi Arah

Pola komunikasi multi arah merupakan proses komunikasi yang terjadi dalam satu kelompok yang lebih banyak dimana komunikator dan komunikan akan saling bertukar pikiran secara dialogis. Komunikasi multi arah ini menekankan dinamika komunikasi antarpribadi dan peran ganda orang yang terlibat dalam proses tersebut. Dalam model komunikasi multi arah ini tidak hanya melibatkan interaksi dinamis antara *da'i* dengan *mad'u*. Proses belajar mengarah pada proses pembelajaran yang mengembangkan kegiatan siswa yang optimal, sehingga mendorong *mad'u* aktif. Model multi arah ini juga menjelaskan bahwa komunikasi terjadi dalam sistem yang mempengaruhi apa dan bagaimana orang

berkomunikasi dan apa makna yang diciptakan. KH. Anwar Zahid kerap kali menggunakan pola tersebut dalam berdakwah. Adapun contoh penerapan pola komunikasi multi arah dalam dakwah KH. Anwar Zahid adalah sebagai berikut:

1) KH Anwar Zahid Terbaru 2023, Bahasa arab paling nyleneh yang dipublikasikan pada tanggal 05 Maret 2024 pada menit 01.20. Video tersebut terdapat komunikasi multi arah yang ditunjukkan dengan adanya komunikasi yang melibatkan banyak orang dan dilaksanakan secara bergantian oleh *da'i* kepada *mad'u*. Adapun komunikasinya adalah sebagai berikut:

Da'i : Ayo siapa yang bisa, lah iku yang perlu dilestarikan shalawat. Suara sing apik bisa dadi modal bekal shalawatan. Ayo ada ngga. Ne mboten wonten nggih sampun. Shalawatan kudu apik. Ne trimo sunan Gresik aku moh. Ndo kamu mau tampil apa

Mad'u 1 :Shalawatan

Da'i : Shalawat nopo

Mad'u 1 : Ro'sun sirah, saron rambut, sodkun piringan, jabatun batuk, hajibun alis, udunun kuping, sakun wetis, anfun irung, ainun mripat, yadun tangan, katibun walikan, sinun untu, khodun pipi, sodrun dodo, bakorun sapi, safatun lambe, zutrun kuku, rijlun sikil, nasiyun melaku, batnun weteng, sadayun susu, fahmun cangkem, bukun bisu, idrun ati-ati,

Da'i : Mpun cekap, Shalawatan nopo

Mad'u 1 : Rosun sirah

- Da'i* :Ra'sun sirah, iku ora shalwatan ndoo.iku jenenge muhafadoh. Hafalan ngajine dekne.risun sirah, kupingun kuping, mripatun mripat, ilatun ilat, . ya ws ngga popo mudah-mudah manfaat barokah. ayo meneh. Shalawatan ngga popo tapi kudu penak. Ne ngga penak akum oh
- Da'i* : Namamu siapa ndo
- Mad'u 1* : Dita
- Da'i* : Dita Leni Rafiah, Dita sinten lengkape ndo
- Mad'u 1* :Umi Latifah anindita
- Da'i* : Loh apike jenenge, sampun sekola nopo dereng
- Mad'u 1* :Mpun
- Da'i* : Sekolane teng pundi kelas pinten
- Mad'u 1* :Teng prak RKB,
- Da'i* : Sampean kok munggah mriki sing ngaken munggah sinten
- Mad'u 1* :Ibuuu
- Da'i* :Ya rene munggah kabeh papat dek, Mangke ne sampean munggah sedanten, ne sae di paring hadiah ne kurang sae sampean harus belajar lagi, belum dapat hadiah, okeee
- Da'i* : Dita pengen jadi apa
- Mad'u 1* : Dokter
- Da'i* : Kalau jadi dokter ada orang suntik bayar atau tidak
- Mad'u 1* :Mbayar
- Da'i* : Murah nopo larang
- Mad'u 1* :Murah.
- Da'i* : Ne murah ora payu ndo. Yo wis meh tampil nopo
- Mad'u 1* :Ngaji
- Da'i* : Njih monggo yon dang mulai

- Mad'u 1* : Mulai ngaji
- Da'i* : Heh Jare meh tampil rosun.
- Mad'u 1* : Ro'sun sirah, saron rambut, sodkun piringan, jabatun batuk, hajibun alis, udunun kuping, sakun wetis, anfun irung, ainun mripat, yadun tangan, katibun walikan, sinun untu, khodun pipi, sodrun dodo, bakorun sapi, safatun lambe, zutrun kuku, rijlun sikil, nasiyun melaku, batnun weteng, sadayun susu, fahmun cangkem, bukun bisu, idrun ati-ati,
- Da'i* : Mpun cekap, heh kamu Namanya siapa
- Mad'u 2* : Hanin
- Da'i* : Rumahnya mana
- Mad'u 2* : sari gede
- Da'i* : ohh ngono pinggire sari cilik, mriki kalih sinten
ibuke pundi
- Mad'u 2* : niku
- Da'i* : seng ngaken munggah sinten,
- Mad'u 2* : ibu
- Da'i* : pie ngongkone ken ngongkon munggah ben
entok sangu hem mem. Sampean sekolahe kelas
pinten
- Mad'u* : empat
- Da'i* : MI atau SD.
- Mad'u 2* : SD
- Da'i* : MI Nki bade tampil npo. Shalawatan
- Mad'u 2* : Shalawatan
- Da'i* : Shalawatan nopo?
- Mad'u 2* : Alamate anak shaleh. Ngga oleh, ya wis lungguh
rene sik. Shalawat viral anak-anak tua-tua bisa
kabeh

Da'i : Heh kamu Namanya siapa
Mad'u 2 :Najwa,
Da'i : MI Rumahnya mana
Mad'u 2 :Bekoso jati rogo
Da'i : MI Kok tutuk kene, sama siapa sayung
Mad'u 2 :Sama ibu
Da'i : Kae Gantian
Mad'u 3 :Kelas 3
Da'i : Mau tampil apa
Mad'u 3 :Shalawatan
Da'i :Shalawatan apa
Mad'u 3 :to hirul
Da'i : ayo coba mulai shalawat.

- 2) KH Anwar Zahid Terbaru, Abah Anza Kena Roasting Bocah Koclak yang dipublikasikan pada tanggal 21 Ferbruari 2024 pada menit 01.00. Video tersebut terdapat komunikasi multi arah yang ditunjukkan dengan adanya komunikasi yang melibatkan banyak orang dan dilaksanakan secara bergantian oleh *da'i* kepada *mad'u*. Adapun komunikasinya adalah sebagai berikut:

Da'i :Sampean tenan bisa, awas kalau ngga bisa tak jongkroke. Jal salam sik
Mad'u 1 :Assalamualaikum Wr Wb
Da'i :Suarane ora menyakinkan blas, ngene kok meh nembang nganggo lagu lir ilir. Dadine pie. Abah kan sanjang tantange sing bisa nembang lagu lir ilir nada lawas. Lir ilir versi asli. Ayo jajal

- Mad'u 1* :Lirr ilir lir ilir
- Da'i* :Kyo pitik gulune kejepit lawang, lungguh-lungguh. Iku nembang iku koyo pitik gulune kejepit lawang. Kwi jenenge kepedeen. Ayo sopo meneh seng saged. Ayo sampean jal. Podo sisan tak jongkroke sisan. Iki ne apik tenan kalau bisa, vocal-vokal ini kena mental semu. Mengko ne enak sampean dari pada vocal hadroh kae, tak usir gon mudun kabeh vokale . ayo kene ndang. Nggih. Namanya siapa
- Mad'u 2* :Muhammad Rizki
- Da'i* :Panggilanya siapa
- Mad'u 2* :Rizki Bah
- Da'i* :Ayo dalem pundi mas rizki
- Mad'u 2* :Kertoharjo
- Da'i* :Kertoharjo nderek kecamatan pundi
- Mad'u 2* :Ndereke kuripan
- Da'i* :Lah kok tebih. Njenengan kok pireng ono pengajian iki bersama abah.
- Mad'u 2* :Nggih niko ningali pamflet
- Da'i* :Oh ning pamflet. Sing ning pamflet fotone sinten
- Mad'u 2* :Njenengan
- Da'i* :Moso
- Mad'u 2* :Nggih

- Da'i* :Sudah berapakali mendatangi majlisnya
Abah Anza
- Mad'u 2* :Kemarin di rowo picang nggih dugi
- Da'i* :Wingi yo teko
- Mad'u 2* :Nggih
- Da'i* :Saiki kok tekan kene meneh
- Mad'u 2* :Sarunge njenengan taksih niku
- Da'i* :Ncen aku ora ganti ket wingi niku. Tapi
kan klambine kan ganti. Wekk
- Mad'u 2* :Wingi biru
- Da'i* :Ne saiki ganti. Ngene jenenge ngirit
- Mad'u 2* : Bakul sarung ko kora dwe sarung
- Da'i* :Iki ngirit, sing liane tak bagi-bagi. Koe
buka rahasia. Aku ki pancen ora ganti.
Gantine rencanane kanggo sesuk . ki jatahe
tekan dino iki. Ayo pengumuman. Abah
anza sarunge ora ganti sing banti
- Mad'u 2* : Pengumuman abah anza sarunge rong
dino ora dikubah ora diganti
- Da'i* :Pisan meneh tak sampluk lambemu, Rizki
taksih sekolah
- Mad'u 2* : Mboten sampun kerja
- Da'i* :Kerja opo sampean
- Mad'u 2* : Percetakan label kalih ndamel niku loh.

Da'i :Yo ws nggih seneng aku. Ne ngono kan sampean seneng ngaji seneng shalawat. Ws nikah dereng

Mad'u 2 : Dereng

Da'i :Wis nduwe cewe dereng

Mad'u 2 :Sampun

Da'i :Pengumuman ceweke rizki ati-ati nggih. Soale bocah iki lambene leceh mug-mugi sampean sabar nggih. Ki nggo calone rizki. Mugi-mugi kuat wekk.

- 3) KH Anwar Zahid Terbaru, Ardan dan dua bocil keren di bidangnya masing-masing yang dipublikasikan pada tanggal 7 Ferbruari 2024 pada menit 38.00. Video tersebut terdapat komunikasi multi arah yang ditunjukkan dengan adanya komunikasi yang melibatkan banyak orang dan dilaksanakan secara bergantian oleh *da'i* kepada *mad'u*. Adapun komunikasinya adalah sebagai berikut:

Da'i : Ayo anak-anak yang bisa menirukan hp kayak di hp-hp itu. Di tv-tv itu. Ayo yang bisa menirukan adzan seperti Mekah Madinah. Ayo nanti tak kasih hadiah. Ayo yang mana dulu. Oh kamu dulu. Ayo coba kamu salam dulu

Mad'u 1 : Assalamualaikum Wr Wb

Da'i : Waalaikumsalam wr wb. Yang keras nak. Namanya siapa.

- Mad'u 1* : Alfa
- Da'i* : Sekolahnya kelas berapa
- Mad'u 1* : Kelas lima
- Da'i* : Kelas lima, bener. Kamu masih kecil masa sudah kelas lima.
- Mad'u 1* : Nggih bener
- Da'i* : Alfa kalau sudah kelas enam mau melanjutkan ke mana
- Mad'u 1* : Mondok
- Da'i* : Bener. Alfa pengen mondok. Cita-citanya jadi apa
- Mad'u 1* : Jadi kyai
- Da'i* : Ngopo kok pengen jadi kyai
- Mad'u 1* : Pengin
- Da'i* : Oh yaudah. Ini kamu di suruh adzan. Kamu bisa adzan seperti Mekah Madinah. ayo coba
- Mad'u 1* : (Mulai Adzan)
- Da'i* : Weh bagus banget. Tepuk tangan. Kalau ngga hujan nambah syahdu denger adzannya alfa. Alhamdulillah mau tak kasih hadian tidak.
- Mad'u 1* :Mau
- Da'i* : Ini sarung cap mangga
- Mad'u 1* :Nggih matur nuwun

- Da'i* : Kamu sini dulu alfa. Ini satunya Namanya siapa. Ayo salam dulu
- Mad'u 2* :Assalamualaikum wr wb
- Da'i* : Kamu Namanya siapa
- Mad'u 2* :Ardan.
- Da'i* : Loh ardan kae. Rumahmu ndi nak. Kok tekan kene
- Mad'u 2* :Banyu urip
- Da'i* : Banyu urip tekan kene ko kora adoh.
- Mad'u 2* :Mboten
- Da'i* : Mboten tebih. Lah iki ardan seng viral sama abah ki. Yang mbok de. Mbok de melu teko ora
- Mad'u 2* :Mboten siweg teng bandara metuk bude
- Da'i* : Ardan ngertos mboten ne ardan viral bareng abah
- Mad'u 2* :Ngertos
- Da'i* : Hemm viral pool tekan ngendi-ngendi. Ardan meh pidato nopo adzan
- Mad'u 2* :Pidato
- Da'i* : Sing ngiki arep apa iki
- Mad'u 3* :Shalawat
- Da'i* : Kene sik dan. Mengko malah ngantuk. Kan kamu ngantuk pas mau pidato. Kamu mau shalawat. Namanya siapa

- Mad'u 3* :Gibran
- Da'i* : Wis sunat apa durung
- Mad'u 3* :Durung sih cilik
- Da'i* : Seng cilice opone, manuke
- Mad'u 3* :Gibrane
- Da'i* : Apa cita-citamu
- Mad'u 3* :Tentara
- Da'i* : Kenapa kamu pengen jadi tantara
- Mad'u 3* :Pengen perang.
- Da'i* : Pengen po perang musuh sopo. Ayo ws ngene wai. Shalawatan Jibril
- Mad'u 3* (Shalawatan)

2. Pola komunikasi dakwah dengan mad'u online

Pola komunikasi dakwah dengan mad'u online adalah pola komunikasi yang diterapkan KH. Anwar Zahid kepada jamaah yang menonton video dakwah yang diupload oleh channel youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid. Adapun pola komunikasi dakwah yang diterapkan oleh KH. Anwar Zahid dengan mad'u online adalah dengan pola komunikasi satu arah.

Pola Komunikasi linier adalah pola komunikasi satu arah (*one way view communication*). Pola ini memosisikan komunikator memberikan stimulus dan komunikan tidak memberikan respon balik (diam) . Pola komunikasi ini menunjukkan bahwa *da'i* dalam menyampaikan pesan dakwah baik menggunakan media atau tidak tanpa ada umpan balik dari *mad'u* yang menjadi sasaran dakwah. KH. Anwar Zahid kerap kali

menggunakan pola tersebut dalam berdakwah. Pola komunikasi dakwah satu arah yang diterapkan KH. Anwar Zahid di channel youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid ditandai dengan ciri-ciri sebagai berikut:

1) Tidak adanya komunikasi yang aktif

Dakwah KH. Anwar Zahid melalui channel youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid dilakukan secara satu arah dari da'i kepada mad'u. Dakwah yang disampaikan tanpa adanya *feedback* atau komunikasi yang aktif dengan mad'u secara online. sehingga mad'u secara online hanya bisa mendengarkan materi dakwah yang di sampaikan KH. Anwar Zahid tanpa bisa bertanya secara langsung.

2) Mad'u hanya berkomentar

Mad'u secara online yang melihat di channel youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid hanya bisa berkomentar melalui kolom komentar. Komentar-komentar yang ditulis dikolom komentar juga tidak ditanggapi oleh da'i. hal ini menunjukkan bahwa pola dakwah yang dilakukan KH. Anwar Zahid di channel youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid menggunakan satu arah. Adapun contoh komentar dari mad'u adalah sebagai berikut:

The image shows a screenshot of a YouTube video's comment section. At the top, the video title is "KH ANWAR ZAHID TERBARU 2023 | KETIKA ANAK ANAK BERSUARA EMAS DUET DADAKAN". The channel name is "Anza Channel KH. An..." with 2,05 jt subscribers. The video has 12 rb likes and 933 rb x ditonton (933 million views) in the last 4 weeks. The comment section shows 569 comments. Three comments are visible:

- Comment 1: User @srisusiyati6756, posted 1 jam yang lalu. Text: "Subhanallah merinding dan gemetar mendengas suara anak sholeh semoga apa yng di niathajatkan tercapai yaa Aallah".
- Comment 2: User @user-yo2vh2lv9j, posted 3 minggu yang lalu. Text: "Masyaallah generasi yg sholeh sholihah.. betapa bangganya org tua mereka".
- Comment 3: User @deadeo5901, posted 3 minggu yang lalu. Text: "Subhanaallahhhh,ya allah merinding hati ini mendengar suara emas mereka...semoga menjadi anak sholeh dan sholeha dunia akhirat".

E. Ciri Khas Dakwah KH. Anwar Zahid

1. Penggunaan Bahasa Yang Sederhana

Dalam kehidupan sosial manusia, bahasa sangat penting. Jika manusia tidak memiliki bahasa sebagai alat untuk berkomunikasi dalam semua aspek kehidupan mereka, sulit untuk dibayangkan nasib mereka. Karena memiliki bahasa, manusia dianggap berpikir dan berbudaya. Bahasa adalah cara manusia berpikir dan berkomunikasi.

Salah satu hal yang membuat Kiai Panggung begitu populer adalah kemampuannya menggunakan bahasa sehari-hari yang mudah dipahami oleh masyarakat awam. Ia tidak menggunakan bahasa tinggi atau klasik yang sulit dimengerti oleh banyak orang. Dengan bahasa yang sederhana, ia berhasil menyampaikan pesan-pesan agama Islam secara efektif kepada berbagai kalangan, dari anak-anak hingga lansia (Fauzi, 2018).

Salah satu ciri khas dakwah KH. Anwar Zahid adalah penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh masyarakat umum. Ia menyadari bahwa pesan dakwah akan lebih efektif jika disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh orang yang mendengarkannya. Dalam dakwah, menggunakan bahasa yang sederhana memiliki banyak keuntungan. Pertama dan terpenting, bahasa sederhana lebih mudah dipahami oleh orang-orang di segala usia, termasuk mereka yang kurang pendidikan. Hal ini memungkinkan dakwah mencapai lebih banyak orang dan memungkinkan mereka mendekatkan diri kepada prinsip agama (Abdullah, 2023).

Penulis menemukan bahwa KH. Anwar Zahid telah mempunyai ciri khusus untuk menggunakan bahasa sederhana dalam dakwahnya. Jika dai-dai lain ingin belajar cara berkomunikasi dengan masyarakat dengan baik, ciri khas ini dapat membantu. Bahasa sederhana juga membantu dalam berkomunikasi. Terlalu banyak istilah teknis atau bahasa yang rumit dapat membuat penonton kewalahan atau membuat agama terlihat rumit dan sulit dipahami. Dakwah menjadi lebih inklusif dan dapat diakses oleh siapa saja tanpa memandang latar belakang pendidikan.

2. Humor Dalam Dakwah

Salah satu daya tarik utama Kiai Panggung adalah kepiawaiannya dalam menggunakan humor dalam ceramahnya. Ia sering menyisipkan humor yang cerdas dan tidak kasar untuk menjelaskan konsep-konsep agama. Humor ini membuat pesan-pesan dakwahnya lebih mudah dicerna oleh pendengarnya (Abdullah, 2009). Salah satu ciri khas dari KH Anwar Zahid dalam melakukan dakwah adalah penggunaan humor yang khas. Beliau menggunakan bahasa yang sederhana dan lucu untuk menyampaikan pesan-pesan agama. Dengan gaya bicaranya yang menghibur, KH. Anwar Zahid mampu menarik perhatian banyak orang, terutama generasi muda, untuk mendengarkan pesan-pesan Islam. Humor yang digunakan oleh KH Anwar Zahid tidak hanya untuk membuat orang tertawa, tetapi juga untuk mengajarkan nilai-nilai keagamaan dengan cara yang menyenangkan (Kusumawati, 2017).

KH. Anwar Zahid memahami pentingnya berkomunikasi dengan bahasa yang sederhana agar pesan-pesannya dapat dimengerti oleh semua kalangan, termasuk mereka yang tidak memiliki latar belakang pendidikan agama yang tinggi. Beliau menghindari penggunaan bahasa-bahasa yang terlalu kaku atau rumit sehingga dapat menciptakan kedekatan emosional dengan audiensnya. Dengan berbicara dengan bahasa yang mudah dimengerti, KH Anwar Zahid berhasil menjadikan dakwah lebih inklusif dan relevan bagi masyarakat luas (Mahfudz, 2025).

Dalam dunia dakwah, pendekatan serius dan penuh khidmat seringkali menjadi pilihan umum. Namun, ada tokoh-tokoh seperti KH. Anwar Zahid yang memadukan pesan agama dengan humor dalam ceramahnya. Pendekatan ini tidak hanya memikat pendengar, tetapi juga menghadirkan cara yang inovatif untuk menyampaikan pesan dakwah dengan daya tarik yang luar biasa.

Pendekatan humor dalam dakwah KH. Anwar Zahid tidak lepas dari kritik. Beberapa pihak mungkin berpendapat bahwa humor bisa merusak kesakralan pesan agama. Namun, respons positif yang jauh lebih besar dari masyarakat menunjukkan bahwa pendekatan ini berhasil.

Banyak orang yang merasa lebih dekat dengan agama melalui dakwah yang menghibur dan menginspirasi dari KH.Anwar Zahid(Rofiq, 2023). Jadi, penggunaan humor dalam dakwah adalah contoh nyata bagaimana strategi yang kreatif dapat membantu menyebarkan pesan agama kepada audiens lebih banyak orang. KH. Anwar Zahid telah membuktikan bahwa dakwah tidak harus selalu serius dan kaku, tetapi dapat dibumbui dengan humor yang mendalam dan bermakna.

3. Berbasis Pengalaman Sehari-hari

Kiai Panggung sangat memahami konteks sosial dan budaya masyarakat di sekitarnya. Ia selalu berusaha menyampaikan pesan-pesan agama Islam dengan merujuk kepada situasi dan kondisi yang sedang dialami oleh masyarakat. Pendekatan ini membuat dakwahnya terasa relevan dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari (Kholis, 2020).

Penulis melihat bahwa KH.Anwar Zahid dalam dakwahnya sering kali mengambil contoh dari kehidupan sehari-hari masyarakat untuk menjelaskan prinsip-prinsip agama. Jadi, pesan dakwah menjadi lebih relevan dan mudah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, strategi dakwah yang mengaitkan ajaran Islam dengan pengalaman dan tantangan yang dihadapi oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari mereka. Pendekatan ini bertujuan untuk membuat pesan agama menjadi lebih relevan dan mudah dipahami oleh semua lapisan masyarakat.

Selanjutnya, KH.Anwar Zahid yang menerapkan dakwah berbasis pengalaman sehari-hari, ia mengerti bahwa pesan-pesan agama terkadang dapat terasa abstrak atau jauh dari realitas kehidupan sehari-hari. Dengan mengambil contoh-contoh konkret, seperti masalah dalam keluarga, pekerjaan, atau interaksi sosial, mereka membantu audiens untuk melihat bagaimana ajaran agama dapat diterapkan dalam konteks nyata. Contoh sederhana seperti bagaimana berlaku adil dalam keluarga atau cara berinteraksi dengan tetangga dapat membantu orang-orang untuk lebih mendekati ajaran Islam. Ini membuat pesan dakwah menjadi relevan

dengan perasaan, pengalaman, dan tantangan sehari-hari yang dihadapi oleh masyarakat.

Selain itu, KH. Anwar Zahid juga dikenal karena kemampuannya menyesuaikan pesan-pesan agama dengan konteks sosial yang ada. Beliau seringkali mengambil contoh-contoh dari kehidupan sehari-hari atau peristiwa aktual untuk mengilustrasikan pesan-pesan keagamaan. Hal ini membuat pesan-pesan agama menjadi lebih relevan dan mudah dipahami oleh audiensnya. Dengan cara ini, KH Anwar Zahid berhasil menghadirkan Islam sebagai solusi bagi berbagai masalah sosial yang dihadapi Masyarakat (Ali, 2019).

4. Keterlibatan Emosi

Dalam setiap pertunjukan dan ceramahnya, Kiai Panggung mampu menggugah emosi dan perasaan audiensnya. Ia mengaitkan pesan-pesan agama dengan nilai-nilai emosi seperti kasih sayang, kepedulian, dan belas kasihan (Ali, 2019). Dengan demikian, ia berhasil membawa perubahan positif dalam kehidupan banyak orang yang terinspirasi oleh dakwahnya

Emosi merujuk pada suatu perasaan dan pikiran-pikiran khasnya, suatu keadaan biologis dan psikologis, serangkaian kecenderungan untuk bertindak (Kurniawan, 2010). Emosi yang terjadi pada seseorang sesuai dengan keadaan perasaannya saat itu, sehingga dapat memberikan kekuatan pada seseorang untuk melakukan tindakan. Emosi pada dasarnya merupakan dorongan untuk bertindak. Biasanya emosi merupakan reaksi terhadap rangsangan dari luar dan dalam diri individu.

Selain itu, penulis menemukan bahwa KH. Anwar Zahid merupakan salah satu tokoh dakwah yang menginspirasi banyak orang dengan strategi dakwahnya yang melibatkan emosi. Gaya dakwahnya yang unik dan menghibur mampu menarik perhatian audiens serta membantu menyebarkan ajaran Islam dengan lebih efektif. Strategi ini

tetap relevan dalam menyebarkan ajaran Islam di era modern yang penuh dengan tantangan dan distraksi ini.

5. Kesederhanaan dalam Penampilan

Salah satu ciri khas dari dakwah KH. Anwar Zahid adalah kesederhanaan dalam penampilan. Selain kemampuan berbicara yang baik, KH Anwar Zahid juga dikenal dengan kepribadiannya yang menarik. Ia adalah figur yang bersahaja, tulus, dan dekat dengan masyarakat. Sikap rendah hati dan kedekatannya dengan orang-orang membuatnya menjadi teladan bagi banyak orang. Dalam melakukan dakwah, KH Anwar Zahid tidak hanya mengandalkan kata-kata, tetapi juga dengan contoh nyata dari kehidupan sehari-hari (Dzuhri, 2018). Ia sering kali tampil dengan pakaian sehari-hari yang biasa digunakan oleh masyarakat umum. Tidak ada atribut khusus atau tandatanda kemewahan dalam penampilannya. Kesederhanaan ini mencakup berbagai aspek, seperti pakaian, gaya berbicara, dan sikap.

Selanjutnya, penulis menemukan bahwa kesederhanaan dalam penampilan yang ia tunjukkan menjadi teladan yang baik bagi umat Islam. Ini mengingatkan mereka bahwa agama Islam mengajarkan nilai-nilai kesederhanaan dan rendah hati. Dengan penampilan yang sederhana, audiens merasa lebih dekat dan terhubung dengan KH. Anwar Zahid. Mereka lebih mudah menerima pesan-pesan dakwah yang disampaikan karena tidak ada hambatan atau intimidasi dari penampilan yang mewah. Kesederhanaan dalam penampilan membantu menekankan pentingnya isi pesan daripada penampilan fisik. Hal ini sesuai dengan prinsip bahwa dakwah seharusnya lebih fokus pada penyampaian nilai-nilai agama daripada penampilan fisik. Dakwah yang mengedepankan kesederhanaan dalam penampilan seperti yang dilakukan oleh KH. Anwar Zahid tetap relevan dalam konteks dakwah Islam di zaman modern. Dalam era di

mana masyarakat sering terpaku pada penampilan dan materi, kesederhanaan dalam penampilan dapat menjadi alat yang efektif untuk menyampaikan ajaran agama Islam yang mendalam.

BAB IV

ANALISIS POLA KOMUNIKASI DAKWAH KH. ANWAR ZAHID DI CHANNEL YOUTUBE ANZA CHANNEL KH. ANWAR ZAHID

A. Pola Komunikasi Satu Arah (*Mad'u Online dan Offline*)

Pola komunikasi satu arah dakwah KH. Anwar Zahid selalu diterapkan dalam dakwahnya di channel youtube KH. Anwar Zahid. Sejalan dengan dakwah KH. Anwar Zahid, Rudi Hartono dalam penelitiannya menjelaskan bahwa komunikasi satu arah seringkali dilakukan seorang kiai, ustadz, dan santri pada saat acara-acara di media komunikasi (Rasda FM), mereka menyampaikan pesan kepada komunikan sementara pesan yang disampaikan tidak secara langsung ada umpan balik (Hartono, 2016).

Pola komunikasi satu arah yang diterapkan KH. Anwar Zahid pada channel youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid, KH Anwar Zahid mempunyai beberapa karakter materi dakwah yang disampaikan. Adapun beberapa karakter materi dakwah yang disampaikan menggunakan pola komunikasi satu arah adalah sebagai berikut:

1. Pesan Informatif

Pesan informatif adalah salah satu tema atau jenis pesan yang digunakan KH. Anwar Zahid dalam berdakwah. Ketika melakukan dan memberikan pesan informasi kepada *mad'u*, KH. Anwar Zahid tidak mengharapkan tanggapan kepada *mad'u*. Hal ini dapat dilihat ketika KH. Anwar Zahid memberikan pesan dakwah berbentuk informatif kepada *mad'u* dimana *mad'u* terlihat mendengarkan dengan seksama apa yang disampaikan *da'i*. Selain itu, KH. Anwar Zahid dalam memberikan pesan informatif tidak mengajak berkomunikasi dengan *mad'u*.

2. Bercerita

Salah satu cara komunikasi dalam ceramah KH. Anwar Zahid pada channel youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid adalah dalam bentuk cerita. KH. Anwar Zahid menceritakan kejadian masa lalu yang memberikan gambaran kepada *mad'u* tentang bagaimana hikmah yang bisa diambil dari cerita-cerita, baik cerita tentang Nabi Muhammad, kisah para nabi, kisah orang yang beriman maupun kisah bagi orang yang menentang perintah Allah SWT, sebagai wujud pembelajaran sebagaimana firman Allah dalam Al-Quran Surat Yusuf ayat 11

لَقَدْ كَانَ فِي قَصَصِهِمْ عِبْرَةٌ لِّأُولِي الْأَلْبَابِ ۗ مَا كَانَ
حَدِيثًا يُنْتَرَىٰ ۚ وَلَكِنَّ تَصْدِيقَ الَّذِي بَيْنَ يَدَيْهِ وَتَفْصِيلَ كُلِّ
شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً لِّقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ

Artinya: Sesungguhnya pada kisah-kisah mereka itu terdapat pengajaran bagi orang-orang yang mempunyai akal. Al Quran itu bukanlah cerita yang dibuat-buat, akan tetapi membenarkan (kitab-kitab) yang sebelumnya dan menjelaskan segala sesuatu, dan sebagai petunjuk dan rahmat bagi kaum yang beriman.(Q.S Yusuf:111)

Komunikasi satu arah yang dipraktikkan KH. Anwar Zahid biasanya berisi pesan informatif dan berisi cerita. Pesan dakwah yang berisi informatif, dan cerita tidak menuntut adanya tanggapan atau *feedback* dari *mad'u*. Hal ini dikarenakan *da'i* yang memberikan pesan yang satu arah dan tidak meminta tanggapan atau respon dari *mad'u* yang menerima pesan dakwah tersebut. Sehingga dalam hal ini *mad'u* terkesan lebih dan mendengarkan secara seksama apa yang disampaikan oleh *da'i*.

Komunikasi satu arah merupakan pola komunikasi yang hanya melihat bagaimana suatu pesan ditransmisikan dari seorang komunikator ke komunikan dengan tujuan tertentu tanpa mempedulikan umpan balik sehingga proses komunikasi bersifat linear. Konsep komunikasi satu arah menyoroti penyampaian pesan yang efektif dan mengisyaratkan bahwa semua kegiatan komunikasi bersifat instrumental dan persuasif (Suranto, 2010:116). Sejalan dengan penjelasan diatas hasil penelitian Hartawan menjelaskan bahwa pola komunikasi kyai dengan santri lebih banya menggunakan pola komunikasi satu arah, dimana kyai dalam menyampaikan pesan dakwah kepada para santri tanpa adanya umpan balik dari santri (Hartawan & Azka, 2022)

B. Pola Komunikasi Dua Arah (*Mad'u Offline*)

Pola Komunikasi dua arah merupakan komunikasi timbal balik yang terjadi dua arah. Seorang sumber tidak hanya menjadi komunikator tapi juga komunikan pada kondisi tertentu. Adanya umpan balik dari penerima pesan, membuat komunikator juga berperan sebagai komunikan. Penerima pesan tidak dianggap pasif hanya dengan menerima informasi atau pesan namun juga melakukan reaksi terhadap pesan tersebut yang selanjutnya dinamakan umpan balik (Suranto, 2010:116).

Berdasarkan temuan pada video ceramah dichannel youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid, KH Anwar Zahid berdakwah menggunakan pola komunikasi dua arah. KH. Anwar Zahid mempunyai beberapa cara dalam menunjukan pola komunikasi dua arahnya. Adapun beberapa cara komunikasi dua arah yang diterapkan KH. Anwar Zahid adalah sebagai berikut;

a. Menyapa *Mad'u* dan memberi salam

KH. Anwar Zahid ketika berinteraksi dengan *mad'u* membiasakan diri dengan mengucapkan salam, dan menyapa

terlebih dahulu. Mengucapkan salam dan menyapa kepada jamaah menjadi langkah pembukaan untuk memulai komunikasi dua arah yang beliau praktikan. Menyapa *mad'u* pada saat berdakwah merupakan salah satu cara *da'i* dalam mengajak berinteraksi dengan *mad'u*.

b. Menanyakan Kabar

Dalam berdakwah KH. Anwar Zahid berusaha untuk selalu membangun komunikasi yang baik dengan semua *mad'u*. Sehingga dalam dakwahnya sering kali *da'i* bertanya segala hal kepada *mad'u*. Salah satu yang ditanyakan adalah tentang kabar *mad'u* yang mengikuti dakwahnya. Menanyakan kabar ini sebagai stimulus atau pancingan kepada *mad'u* agar *mad'u* ikut aktif dalam kegiatan dakwahnya. Menanyakan kabar merupakan bagian dari cara komunikasi KH. Anwar Zahid agar masyarakat atau *mad'u* merasa diperhatikan dan menumbuhkan rasa lebih dekat, sehingga proses komunikasi bisa berjalan dengan lancar.

c. Berdialog

Berdialog adalah adanya komunikasi yang intensif antara komunikan dan komunikator. Dakwah KH. Anwar Zahid dalam dakwah sering menggunakan pola komunikasi berdialog. Komunikasi berdialog menjadi salah satu andalan KH. Anwar Zahid dalam berdakwah. Hal ini terlihat disetiap unggahan dakwah di channel youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid pasti terdapat pola komunikasi dua arah berbentuk dialog.

Dakwah dengan berdialog yang dipraktikan KH. Anwar Zahid merupakan salah satu cara *da'i* untuk membuat akrab dengan *mad'u*. Hal ini dapat dilihat ketika *da'i* menggunakan cara berdialog ini menjadikan warna yang berbeda dalam proses dakwahnya. Berdialog ini membuat KH. Anwar Zahid lebih

memahami dan mengenal jamaahnya, sehingga memudahkan untuk mempengaruhi jamaah dan membuat jamaah tidak bosan dalam mendengarkan ceramahnya.

Pola komunikasi dakwah dengan berdialog menumbuhkan sikap saling memahami antara *da'i* dan *mad'u*. sikap saling memahami dalam dakwah sangatlah penting. Dengan adanya sifat saling memahami *da'i* akan lebih mudah memberikan materi dakwah dan akan lebih mudah materi yang diterima oleh *mad'u*.

Pola Komunikasi dengan dialog ini menjadi sorotan semua *mad'u* yang hadir dalam pengajiannya. Sehingga dalam komunikasi berdialog ini sering sekali menjadi bahan lelucon KH. Anwar Zahid dalam berdakwah sehingga tidak heran ketika jamaah ikut antusias dengan pola komunikasi berdialog. *Da'i* menggunakan pola dialog dengan bahasa yang mudah dipahami, sehingga tidak heran jika *mad'u* ikut tertawa dengan pola komunikasi dakwah yang dipraktikkan KH. Anwar Zahid.

Pelaku komunikasi yang terlibat dalam bentuk dialog bisa menyampaikan beberapa pesan, baik kata, fakta, pemikiran, gagasan dan pendapat, dan saling berusaha mempertimbangkan, memahami dan menerima. Sesuai dengan pendapat morissan yang menyatakan bahwa ketika seseorang melakukan dialog maka berarti menghubungkan dirinya dengan orang lain yang menjadi lawan dialognya melalui empat cara yaitu: 1) hadir dan terhubung dengan apa yang dikatakan orang lain; 2) menjadi kongruen; 3) menunjukkan perhatian positif; dan 4) memiliki empati yaitu memahami orang yang sedang di hadapi (Morissan, 2013: 326).

C. Pola Komunikasi Multi Arah

Pola komunikasi multi arah merupakan proses komunikasi yang terjadi dalam satu kelompok yang lebih banyak dimana komunikator dan komunikan akan saling bertukar pikiran secara dialogis. Komunikasi multi arah ini menekankan dinamika komunikasi antarpribadi dan peran ganda orang yang terlibat dalam proses tersebut. Dalam model komunikasi multi arah ini tidak hanya melibatkan interaksi dinamis antara *da'i* dengan *mad'u*. Proses belajar mengarah pada proses pembelajaran yang mengembangkan kegiatan siswa yang optimal, sehingga mendorong *mad'u* aktif. Model multi arah ini juga menjelaskan bahwa komunikasi terjadi dalam sistem yang mempengaruhi apa dan bagaimana orang berkomunikasi dan apa makna yang diciptakan.

Berdasarkan temuan pada video ceramah di channel youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid, KH Anwar Zahid berdakwah menggunakan pola komunikasi multi arah. Pola komunikasi multi arah di terapkan KH. Anwar Zahid mempunyai beberapa ciri yaitu

1. Keaktifan *Mad'u* lebih tinggi

Aktifitas berdakwah diperlukan adanya komunikasi yang aktif antara *da'i* dan *mad'u*. hal ini bertujuan agar materi dakwah yang disampaikan oleh *md'u* lebih mudah diterima oleh *mad'u* yang terlibat komunikasi aktif. Keaktifan yang tinggi dari *mad'u* berdampak positif antara *da'i* dan *mad'u* dengan saling bertukar piker, berdiskusi, dan komunikasi yang aktif.

2. *Da'i* dan *Mad'u* bertindak sebagai komunikator

Komunikator adalah sumber atau pengirim pesan. Kredibilitas komunikator dakwah yang membuat komunikan

percaya terhadap isi pesan sangat berpengaruh terhadap keberhasilan komunikasi khususnya dalam komunikasi dakwah. Pada umumnya proses dakwah, da'i berperan sebagai komunikator, namun pada pola komunikasi multi arah mad'u disamping sebagai objek juga dapat berperan sebagai subyek atau komunikator. Da'i tetap menjadi komunikator, namun tidak selamanya bertindak sebagai komunikator utama dalam proses dakwah. Dengan demikian pola komunikasi multi arah menjadikan da'i dan mad'u saling bertukar informasi, saling berdiskusi dan bertukar pemikiran

3. Aktivitas dakwah semakin bervariasi

Metode dakwah yang digunakan tidak hanya menggunakan satu metode, tetapi beragam sehingga dalam proses dakwah mad'u senantiasa menunjukkan sikap antusias mengikuti proses dakwah, semangat dan penuh partisipasi dalam proses dakwah. Selain itu, pola komunikasi dua arah dapat menimbulkan dan meningkatkan perhatian mad'u terhadap materi dakwah yang sedang disampaikan. Selain itu dapat menimbulkan dan meningkatkan perhatian siswa kepada aspek belajar mengajar yang relevan, memberikan kesempatan berkembangnya bakat ingin mengetahui dan menyelidiki pada siswa tentang hal-hal yang baru, memberi kesempatan untuk memperoleh cara menerima pelajaran yang disenanginya.

D. Pembahasan

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada *da'i* lainnya yang bersumber dari Al-Quran dan Hadist dengan menggunakan lambing-lambang baik secara verbal maupun non verbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku

orang yang lebih baik sesuai ajaran islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media. Komunikasi dakwah sangatlah penting untuk kehidupan manusia khususnya umat beragama islam, karena dari situlah kita tahu bagaimana ajaran-ajaran atau pesan-pesan yang sesuai dengan Al-Qur`an dan Sunnah.

Pada perkembangan ilmu dakwah, bentuk dakwah dilakukan dengan cara menyampaikan atau menyebarluaskan ajaran Islam melalui media mimbar dan media massa (baik elektronik maupun cetak), dengan sasaran orang banyak atau khalayak. Selama ini kita biasa melihat proses dakwah ataupun pengajian di media televisi. Perkembangan media sosial YouTube memberikan arah baru bagi terciptanya model dakwah yang lain dengan format berbagi link atau video. Pengajian selama ini secara konvensional membutuhkan ruang dan waktu tertentu, maka dengan YouTube bisa memungkin jamaah untuk mendapatkan konten pengajian kapanpun dan dimanapun. Jamaah juga bisa memilih ustadz atau kyai yang disukai serta tema yang sesuai dengan kebutuhan. YouTube memiliki kemampuan menyebarkan kontendakwah atau pengajian keseluruh dunia dan bisa dilihat oleh banyak kalangan sesuai dengan kebutuhan masing-masing. YouTube juga mampu memberikan akses kepada penggunan dengan cara mendownload ataupun melihat secara online (Cahyono & Hassani, 2019).

Keberhasilan seorang *da'i* dalam menyampaikan pesan dakwah, bukan saja disebabkan kerena mahir dalam berkomunikasi, gaya bahasa juga dapat menentukan seorang *da'i* itu berhasil menyampaikan pesan dakwahnya. Asep Syamsul M. Romli (2013), menyebutkan setidaknya ada enam jenis gaya bicara (qaulan) yang dikategorikan sebagai kaidah, prinsip, pola atau etika komunikasi Islam (Muhtadi, 2012: 19).

Salah satu faktor yang menentukan keberhasilan *da'i* dalam menyampaikan materi dakwah adalah pola komunikasi dakwah.

Pola Komunikasi dakwah merupakan salah satu faktor yang dapat menentukan keberhasilan *da'i* dalam berdakwah. Pola komunikasi dakwah merupakan bentuk atau model serta gaya komunikasi antara dua orang atau lebih dalam proses penyampaian pesan agama serta ajakan menyeru kepada kebaikan (Syamaun & Yuliyatika, 2019). *Da'i* yang mempunyai pola komunikasi dalam berdakwah akan lebih mudah mempengaruhi *mad'u* untuk melakukan perubahan sikap dan pemahaman (Rajiyem, 2005). Joseph menjelaskan dalam bukunya bahwa pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau struktur hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman atau penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Devito, 2011: 382). Pengertian ini merujuk pada kekuatan kata-kata yang dapat mempengaruhi psikologi berfikir dan bertambahnya pemahaman. Pola komunikasi dapat berbicara tentang pemilihan kata dan frasa, lalu disampaikan ke khalayak umum menjadi sebuah kalimat (Jaswadi, 2014 : 11). *Da'i* yang mempunyai pola komunikasi dalam berdakwah akan lebih mudah mempengaruhi *mad'u* untuk melakukan perubahan sikap dan pemahaman.

Pola komunikasi dakwah yang diterapkan KH. Anwar Zahid pada channel youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid adalah pola komunikasi satu arah, pola komunikasi dua arah dan pola komunikasi multi arah. Pola komunikasi dakwah KH. Anwar Zahid selalu diterapkan dalam dakwahnya di channel youtube KH. Anwar Zahid. Sejalan dengan dakwah KH. Anwar Zahid, Rudi Hartono dalam penelitiannya menjelaskan bahwa Komunikasi satu arah seringkali dilakukan seorang kiai, ustadz, dan santri pada saat acara-acara di media komunikasi (Rasda FM), mereka menyampaikan pesan kepada komunikan sementara pesan yang disampaikan tidak secara langsung ada umpan balik (Hartono, 2016).

Komunikasi satu arah merupakan pola komunikasi yang hanya melihat bagaimana suatu pesan ditransmisikan dari seorang komunikator ke komunikan dengan tujuan tertentu tanpa mempedulikan umpan balik sehingga proses komunikasi bersifat linear. Konsep komunikasi satu arah menyoroti penyampaian pesan yang efektif dan mengisyaratkan bahwa semua kegiatan komunikasi bersifat instrumental dan persuasif (Suranto, 2010:116).

Komunikasi satu arah hanya berlangsung dari satu pihak saja, yaitu hanya dari pihak komunikator dengan tidak memberi kesempatan kepada komunikan untuk memberikan respon atau tanggapan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Mulyana dalam bukunya, bahwa komunikasi sebagai tindakan satu-arah (aksi) merupakan suatu pemahaman populer mengenai komunikasi manusia adalah komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang kepada seseorang lainnya baik secara langsung maupun melalui media (Mulyana, 2014: 67).

Pola komunikasi dakwah satu arah ini menunjukkan bahwa kyai adalah seorang komunikator yang dominan, dimana kyai membaca kitab-kitab dan menjelaskan isi dari kitab-kitab klasik tersebut. Pola Komunikasi satu arah akan membuat kyai menjadi berwibawa karena santri tidak akan berani mengkritik dan menolak pesan-pesan ajaran kyai. Pola komunikasi secara aksi terlihat bahwa kyai merupakan seorang raja otoriter tanpa memberikan ruang bagi para santrinya untuk merespon pesan-pesan komunikasi yang disampaikan oleh kyai (Rahman, 2016).

Selain komunikasi satu arah, KH. Awar Zahid dalam berdakwah juga menggunakan pola komunikasi dua arah. Pola Komunikasi dua arah merupakan komunikasi timbal balik yang terjadi dua arah. Seorang sumber tidak hanya menjadi komunikator tapi juga komunikan pada kondisi tertentu. Adanya umpan balik dari penerima pesan, membuat komunikator juga berperan sebagai

komunikasikan. Penerima pesan tidak dianggap pasif hanya dengan menerima informasi atau pesan namun juga melakukan reaksi terhadap pesan tersebut yang selanjutnya dinamakan umpan balik (Suranto, 2010:116).

Pola komunikasi dua arah ini menunjukkan komunikasi yang aktif antara KH. Anwar Zahid dengan jamaah. Melihat perkembangan dakwahnya, KH. Anwar Zahid sering menggunakan pola komunikasi ini dalam penyampaian pesan dakwahnya. Hal ini dapat terlihat di setiap video dakwah yang dipublikasikan di Akun youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid. Video yang dipublikasikan hampir selalu menerapkan pola komunikasi dua arah. Komunikasi dua arah ini terjadi bila seorang kiai (komunikator) menyampaikan pesan kepada komunikan (ustadz/h atau santri/i) melalui media kemudian pesan tersebut sampai kepada komunikan dan terjadi peristiwa umpan balik, begitulah seterusnya proses komunikasi terjadi secara interaktif (Hartono, 2016).

Pola komunikasi dua arah ini dilakukan oleh KH. Anwar Zahid dengan suasana yang santai dan penuh dengan canda tawa akan tetapi tidak menghilangkan esensi dakwah. Video dakwah yang dipublikasikan di Akun youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid terdapat pola komunikasi dua arah, yang komunikasinya tidak hanya dengan orang dewasa akan tetapi dengan semua jamaah bisa usia dini, anak-anak, remaja maupun orang tua.

Pola komunikasi dua arah menuntut adanya umpan balik dari antara *da'i* dan *mad'u* dalam proses komunikasi verbal maupun non verbal. Rahman dalam penelitian menjelaskan bahwa pola komunikasi dua arah lebih efektif digunakan dalam berdakwah. Hal ini dikarenakan *mad'u* diajak secara langsung dan aktif dalam proses dakwah. Sehingga *mad'u* lebih mudah memahami materi dakwah yang disampaikan *mad'u* (Rahman, 2016).

Pola komunikasi multi arah menjadi pola komunikasi yang sering digunakan KH. Anwar dalam ceramahnya. Pola komunikasi multi arah diterapkan dengan konsep menyenangkan dan penuh humoris, sehingga menambah semangat mad'u dalam mengikuti proses dakwah. Salah satu cara KH. Anwar Zahid dalam menerapkan pola komunikasi dakwah adalah dengan cara berdiskusi dan praktik atau simulasi.

Aktivitas dakwah pola komunikasi dua arah dengan proses diskusi dapat merangsang mad'u untuk berfikir atau dapat mengeluarkan pendapatnya. Tujuan utama pola komunikasi dakwah dengan diskusi adalah untuk memecahkan suatu permasalahan, menjawab pertanyaan, menambah dan memahami pengetahuan mad'u, serta untuk membuat suatu keputusan. Pola komunikasi multi arah dengan berdiskusi dapat menambah semangat mad'u dalam mengikuti proses dakwah. Hal ini dikarenakan mad'u diajak untuk berpendapat dan diajak untuk berpartisipasi aktif dalam proses dakwah. Dalam pola komunikasi dua arah dengan proses diskusi mempunyai peran yang positif dalam proses dakwah seperti da'i berusaha dengan semaksimal mungkin agar mad'u ikut berperan aktif dalam proses berdakwah. Pola komunikasi dua arah dengan proses diskusi da'i tetap menjadi kunci utama keberhasilan dakwah, da'i sebagai pengatur lalu lintas multi arah, selain itu, da'i akan mengarahkan mad'u untuk mendapat kesimpulan dai apa yang telah disampaikan (Drajat, 2004)

Metode pola komunikasi dua arah dengan proses praktik bertujuan untuk melatih keterampilan tertentu baik bersifat profesional maupun bagi kehidupan sehari-hari, memperoleh pemahaman tentang suatu konsep atau prinsip, melatih memecahkan masalah, meningkatkan keaktifan belajar, memberikan motivasi belajar kepada mad'u, dalam mengadakan kerjasama dalam situasi

kelompok, menumbuhkan daya kreatif siswa, dan melatih siswa untuk mengembangkan sikap toleransi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uraian, pengolahan dan analisis data yang telah penulis lakukan dan telah terurai dalam bab-bab sebelumnya, maka pada bab ini penulis mengambil beberapa kesimpulan bahwa pola komunikasi dakwah KH. Anwar zahid terbagi menjadi dua yaitu pola komunikasi dengan *mad'u offline* dan pola komunikasi dengan *mad'u online*. Dakwah dengan *mad'u offline* terdapat pola komunikasi dua arah, satu arah, dan multi arah. Sedangkan dakwah dengan *mad'u online* terdapat pola komunikasi satu arah. Hal ini disebabkan karena video ceramah yang diunggah dalam channel Anza Channel KH. Anwar Zahid adalah video hasil rekaman ceramah KH Anwar Zahid secara *offline*. Pola komunikasi satu arah diterapkan pada saat da'i menyampaikan pesan dakwah dalam bentuk informatif dan pesan dakwah dalam bentuk cerita. Pola komunikasi dua arah diterapkan dengan bentuk memberi salam, menyapa mad'u, menanyakan kabar, dan berdialog. Sedangkan pola komunikasi multi arah diterapkan dengan ciri keaktifan mad'u lebih tinggi, da'i dan mad'u bertindak sebagai komunikator dan aktivitas dakwah semakin bervariasi.

B. Saran

Penulis menyadari bahwa tidak ada yang sempurna di dunia ini, kesempurnaan hanya milik Allah SWT. Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan tentang pola komunikasi dakwah KH. Anwar Zahid pada akun youtube @Anza Channel KH. Anwar Zahid, ada beberapa hal yang hendak peneliti sarankan sebagai berikut:

1. *Mad'u*

Peneliti berharap *mad'u* lebih aktif dalam mengikuti dakwah KH. Anwar Zahid Zahid seperti bertanya berkaitan dengan agama dan semakin semangat dalam mengikuti kegiatan dakwah para *da'i* khususnya dakwah KH. Anwar Zahid Zahid pada akun youtube @Anza Channel KH. Anwar Zahid dan dapat berkomunikasi.

2. Akun youtube @Anza Channel KH. Anwar Zahid

Peneliti berharap akun youtube tersebut dapat aktif menanggapi komentar atau pertanyaan dari *mad'u* dan penyajian video ceramah KH. Anwar Zahid bisa dikemas lebih baik lagi dan lebih menarik lagi. Penyajian video yang menarik akan menambah kenyamanan dan kepuasan jamaah dalam mendengarkan ceramah melalui akun youtube @Anza Channel KH. Anwar Zahid

3. Peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan mampu mengembangkan tema penelitian yang lebih inovatif terkait pola komunikasi dakwah.

C. Penutup

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah yang selalu memberikan kemudahan bagi penulis untuk dapat menyelesaikan penelitian ini. Penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua orang, khususnya bagi pihak yang berkepentingan. Penulis menyadari dalam penyusunan karya ilmiah ini (skripsi) jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis tidak menutup diri untuk menerima segala masukan dan kritikan bersifat membangun. Masukan dan kritikan akan dijadikan penulis sebagai bahan pertimbangan dalam perbaikain karya tulis ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. (2019). Pengaruh Penggunaan Bahasa Sederhana dalam Dakwah Terhadap Pemahaman Masyarakat. *Jurnal Studi Dakwah dan Komunikasi*, 8 (2).
- Abdullah, M.A. (2009). Kiai Panggung: Strategi Dakwah Ulama di Pentas. *Jurnal Komunikasi Islam*, 3(1).
- Amin, S.M. (2008). *Rekontruksi Pemikiran Dakwah Islam*, Jakarta: Amzah.
- Ahmad, I. & Fadhil. (2015). *Dakwah online : Asyiknya Meraup Pahala Didunia Maya*, Bandung : Umat Muhammad.
- Aji, M. A. B., & Rochimah, T. H. N. (2017). Pemanfaatan Media Online Oleh Masjid Jogokariyan Yogyakarta Dalam Membangun Komunikasi Dengan Aktivitas Dakwah Tahun 2017. *Ilmu Komunikasi*, 3 (6).
- Ali, M. (2019). Analisis Metode Dakwah KH. Anwar Zahid dalam Mengajak Masyarakat Kembali ke Jalan Islam. *Jurnal Dakwah Media Komunikasi Ilmiah Islam*, 10 (2),
- Aminudin. (2016). Konsep Dasar Dawkah, *Journal Al-Munzir*, 9 (1).
- Amir, M. (2015). *Etika Komunikasi Massa Dalam Pandangan Islam*, Jakarta: PT. Logos Wahana Ilmu.
- Ananta, G.L. (2019). Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media YouTube. *Jurnal Senada*, 2 (1).
- An-Nabiry, F, B. (2016). *Meneliti Jalan Dakwah*, Jakarta: Amzah.
- Anshari, M.H. (2010). *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*, Surabaya: Al-Ikhlas.

- Ardianto, dkk, (2014), *Komunikasi Massa Suatu Pengantar, Edisi Revisi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Arifin, A. (2011). *Dakwah Kontemporer Sebuah Studi Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arikunto. (2018). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta
- Aripudin. (2022). *Pengembangan Metode Dakwah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Asep. S.M (2012). *Komunikasi Dakwah*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Azwar, S. (2013). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baran, S.J. & Davis, D.K. (2010). *Teori Komunikasi massa, Dasar Pergolakan, dan Massa Depan*, Jakarta: Salemba Humanika.
- Bayudra. (2020). Pola Komunikasi Dakwah Komunitas Aksi (Akademi Sahur Indonesia), *Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.
- Bisri, H. (2014). *Ilmu Dakwah Pengembangan Masyarakat*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press.
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cahyono, G.& Hassani, N. (2019). Youtube: Seni Komunikasi Dakwah Dan Media Pembelajaran, *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah*, 13 (1).
- Cangara (2020), *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Rajawali
- Dahlan, M.S. (2014). Etika Komunikasi Dalam Al-Quran Dan Hadis. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 15 (1).
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. (1991). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, cet 2. Jakarta: Balai Pustaka.

- Devito, A.J. (2011). *Komunikasi Antarmanusia*, cet 5. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Dzuhri, M. (2018). Studi Kesesuaian Pesan Dakwah dan Kepribadian Dakwah KH. Anwar Zahid dalam Membentuk Karakter Masyarakat Muslim di Kabupaten Kediri. *Jurnal Dakwah Media Komunikasi Ilmiah Islam*, 9 (2).
- Effendy, O.U. (2004). *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O.U. (2017). *Komunikasi: Teori Dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Fadlun. (2021). Desain Dakwah Islam Pada Masyarakat Industri 4.0 Dakwah Melalui Konten Video Ceramah di Channel Youtube, *Jurnal An-Nida*, 13 (2).
- Fauzi, A.R. (2018). *Kiai Pangung: Dai Ngapak yang Menginspirasi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Emzir. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, Jakarta: Rajawali.
- Faiqah, F. (2016). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makasar Vidgram. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5 (2).
- Fakhruroji. (2010). Dakwah Islam dan inovasi media: peluang media global atas dakwah Islam. *Komunika*. 4 (1).
- Gede Lingga Ananta Kusuma Putra, G.L.A.K. (2019). *Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media Youtube*, Bali: Sekolah Tiggi Desain Bali.
- Hajar, I. (2018). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Dakwah di Kota Makassar (Analisis Sosial Media). *Jurnal Al-Khitabah*, 5 (2).
- Hartono, R. (2016). Pola Komunikasi di Pesantren: Studi tentang Model Komunikasi antara Kiai, Ustadz, dan Santri di Pondok Pesantren TMI Al-Amien Prenduan. *Al-Balagh; Jurnal Komunikasi Dakwah*, 1 (1).
- Helianthusonfri, J. (2014). *YouTube Marketing*, Jakarta : PT. Gramedia

- Herdiansyah, H. (2010). *Metodologi penelitian kualitatif*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ilahi, W. (2013). *Komunikasi Dakwah (2nd ed.)*, Bandung: Rosdakarya.
- Jaswadi, S.A. (2014). *Retorika*, cet 1. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press
- Joseph A. D. (2011). *Komunikasi Antarmanusia*, cet 5. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group
- Jubilee, (2015). *Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif*, Jakarta: Elexmedia Komputindo.
- Kango, A. (2015). Dakwah Di Tengah Unitas Modern. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 16 (1).
- Kholis, N. (2020). Pendekatan Kontekstual Kiai Panggung dalam Dakwah Islam. *Jurnal Dakwah*, 22 (2).
- Komaruddin & Yooke T. S. (2000). *Kamus Istilah Karya Tulis Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kusumawati. (2017). Dakwah Kiai Anwar Zahid dalam Video Ceramah "Ngaji Lucu. *Jurnal Komunikasi ISIP*, 5 (1).
- Maarif, B.S. (2009). Pola Komunikasi Dakwah KH. Abdullah Gymnastiar dan KH. Jalaluddin Rakhmat, *Jurnal Mimbar*, 27 (2).
- Mahfudh, F. (2015). Pemanfaatan Media Dakwah Kh Anwar Zahid dalam Meningkatkan Iman dan Taqwa Masyarakat. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 3 (1).
- Miles, M. B. & Huberman., A.M. *Analisis data kualitatif*. Jakarta: UI-Press.
- Moloeng, L.J. (2000). *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mubasyaroh, (2016). Dakwah dan komunikasi (studi penggunaan media massa dalam dakwah), *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4 (1).

- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Munir & Ilahi, W. (2010). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Prenada Media
- Muhtadi, A.S. (2012). *Komunikasi Dakwah, Teori, Pendekatan dan Aplikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Nasution, N. (2017). Eksistensi m-radio terhadap perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. *Jurnal interaksi*, 1 (7).
- Partanto, P.A. & Al-Barry, M.D. (1994). *Kamus Ilmiah Populer*, Surabaya: Arkola.
- Purbohastuti, A.W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi, *Tirtayasa Ekonomika*, 12 (02).
- Putra, G.L. (2019). Pemanfaatan Animasi Promosi Dalam Media YouTube. *Jurnal Senada*, 2 (1).
- Rajiyem. (2005). Sejarah Dan Perkembangan Retorika, *Humaniora*. 17 (2).
- Rofiq, M. (2023). Strategi Dakwah Kh. Anwar Zahid: Kiai Panggung Yang Menginspirasi, *Risda: Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam*, 8 (2).
- Rubiyannah & Masturi, A. (2010). *Pengantar Ilmu Dakwah*, Ciputat: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rofiah, K. (2010). *Dakwah Jamaah Tabligh dan Eksistensinya di Mata Masyarakat*, Ponorogo : STAIN Ponorogo Press.
- Sakdiah. (2013). *Peran Da'iyah dalam Perspektif Dakwah*, Banda Aceh : Bandar Publishing.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung : Alfabeta.
- Suriati, (2020). Pola Komunikasi Dakwah Wahdah Islamiyah Di Kabupaten Sinjai, *Jurnal Smart Studi Masyarakat, Religi Tradisi*, 06 (01).

- Syamaun, S., & Yuliyastika, E. (2019). Pola Komunikasi Dakwah *Da'i* Dan *Da'iyah* Kota Banda Aceh. *Stimulus: Internasional Journal Of Communications and Sosial Science*. 01 (02).
- Syamsuddin, A.B (2020). *Pengantar Sosiologi Dakwah*, 2nd ed. Jakarta: Kencana, 2020
- Syukir, A. (2010). *Dasar-Dasar Strategi dakwah Islam*, Surabaya: Al-Ikhlâs.
- Tanzeh, A. (2009). *Pengantar Metode penelitian*, Yogyakarta: Teras Ambar.
- Wahyu, I. (2010). *Komunikasi Dakwah*. Yogyakarta: PT Remaja Rasdakarya.
- Widjaja, H.A.W. (2008). *Komunikasi & Hubungan Masyarakat*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Widjaya, H. A.W. (2010). *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi* , Jakarta: PT Rienaka Cipta.
- Tanzeh, (2009). *Pengantar Metode penelitian*, Yogyakarta: Teras Ambar
- Zahra, U.F., Sarbini A., & Shodiqin, A. (2016). Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah, *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1 (2).
- Zulfahmi. (2017). Pola komunikasi dalam upaya pelestarian reog ponorogo pada orang jawa di desa percut sei tuan. *Jurnal interaksi*, 1 (1)
- Zulpikar, (2019). Pola Komunikasi Dakwah KH.M.*Da'inawi* di Kecamatan Semende Darat Ulum, *Skripsi; Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah*. IAIN Curup.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Muhammad Dani Majid

Tempat Tanggal Lahir: Kendal, 16 Mei 2000

Alamat : Protomulyo, Kec. Kaliwungu Selatan, Kab. Kendal

No. Hp : 0895-0399-7444

Email : danimajid16@gmail.com

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Riwayat Pendidikan :

1. SD N 02 Protomulyo
2. SMP Askhabul Kahfi
3. SMK N 04 Kendal

Pengalaman Organisasi:

1. IPNU Protomulyo
2. PPS Protomulyo