

Strategi Dakwah Akun Youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid dalam Pemahaman Pengamalan Nilai-nilai Islam

H. Bunyamin,¹ Khalif Oktifan Yani,² Dian Fitriani³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris(UINSI) Samarinda

Email: dian_fitriani@gmail.com

Article History

Received: 15-8-2024

Revised: 15-9-2024

Published: 27-9-2024

KataKunci:

Strategi Dakwah,
Youtube, Nilai-nilai
Islam

Abstrak: Kemajuan teknologi dan informasi sangat cepat dan berbagai platform media sosial salah satunya media youtube memberikan peluang bagi dai dan kalangan anak muda yang menekuni dalam bidang dakwah untuk berdakwah melalui media youtube. Adanya media youtube membuka pikiran para pendakwah untuk memantapkan penyusunan strategi dakwah dengan baik dan menerapkan ajaran nilai-nilai islam dengan penyampaian yang mudah dipahami oleh penerima dakwah. Strategi dakwah ialah upaya menghadapi masalah, menentukan cara dalam menyampaikan pesan-pesan islam karena pesan nilai-nilai islam harus terus diajarkan dan diamalkan dalam kehidupan terutama dalam hal akidah, akhlak, dan ibadah. Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi dakwah akun youtube Anza Channel dalam pemahaman pengamalan nilai-nilai islam. Dalam tujuan penelitian ini memperjelaskan strategi pengelolaan pengemasan pesan islam dan pemahaman pengamalan nilai islam yang disampaikan dalam dakwah KH. Anwar Zahid melalui media akun youtube. Skripsi ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data menggunakan data primer yang memuat data utama diperoleh dari wawancara dan akun youtube Anza Channel dan data sekunder yaitu data tambahan diperoleh dari jurnal, buku, artikel. Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan wawancara terstruktur dengan informan yaitu Imam Ghozali selaku tim manajemen youtube Anza Channel, observasi yang digunakan yaitu observasi non partisipan berupa pengamatan, dan dokumentasi berupa hasil screenshot, buku, jurnal, profil KH. Anwar Zahid. Teknik analisis data dari hasil wawancara online bersama Imam Ghazali tim manajemen youtube Anza Channel, observasi, dan dokumentasi untuk dianalisis, dikumpulkan, dan disimpulkan. Hasil penelitian disimpulkan bahwa strategi dakwah pada akun youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid dalam pemahaman pengamalan nilai-nilai islam terdapat strategi pengelolaan pesan media dalam dakwah KH. Anwar Zahid yaitu menentukan tema besar dakwah, pendistribusian konten dengan mengemas potongan video ceramah sebagai bahan live streaming menentukan peluang memanfaatkan sarana media youtube, menetapkan metode dakwah secara lisan, Strategi implementasi pesan dakwah yaitu melakukan pengembangan ilmu pengetahuan, menguasai materi, mengunggah tayangan video secara rutin, evaluasi berupa penilaian jumlah penonton, jumlah like, jumlah tidak like, dan tanggapan komentar. Dalam pemahaman pengamalan nilai-nilai islam disampaikan dengan cara bergurindam dan memberikan pertanyaan dan akan dilakukan pembagian hadiah sebagai bentuk pemahaman dan ciri khas dalam dakwah KH. Anwar Zahid.

PENDAHULUAN

Bersamaan dengan kemajuan teknologi era digital yang sangat cepat dan berbagai platform media sosial salah satunya youtube membuka pikiran para dai-dai di Indonesia untuk meleak dunia digital agar lebih kreatif dan menarik sesuai dengan kriteria pendakwah dalam menyampaikan dakwahnya.¹ Berdakwah melalui media youtube merupakan langkah strategi baru yang sangat populer memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk dapat mengaksesnya hanya dengan menggunakan smartphone dan

¹ Cecep Castrawijaya, "Da'i Technology Literacy In Prespective Of The Qur'an", Ilmu Dakwah: Journal For Homiletic Stuedies, No. 1, Vol. 17, 2023, h. 19-58



jaringan internet tanpa harus berkomunikasi untuk dapat bertatap muka secara langsung.²

Penggunaan youtube sebagai alat dakwah islam dapat menjadi cara yang efektif untuk menyebarkan pesan-pesan islam. Sudah banyak para pendakwah yang melakukan dakwah digital dengan cara memodifikasi video ceramah menggunakan tutur kata penyampaian pesan yang disesuaikan dengan perkembangan dan kriteria penerima dakwah serta tetap memperhatikan kualitas.³ Dakwah digital sangat membawa perubahan besar pada masyarakat seperti perubahan sosiokultural yang awal mula berdakwah hanya dilakukan ditengah-tengah masyarakat, kini dengan adanya sarana youtube jika ingin melontarkan pertanyaan atau terdapat materi yang tidak di pahami langsung dapat memberikan pertanyaan dan jawaban atau respon di dalam kolom komentar.⁴

Dakwah merupakan ilmu penting dalam islam yang harus terus di kembangkan, di amalkan, dan diajarkan oleh generasi penerus karena dengan berdakwah dapat menjalin hubungan ikatan silaturahmi yang sangat agamis penuh dengan keharmonisan dan rasa kebahagiaan di lingkungan masyarakat. Seorang yang berkegiatan menyebarkan ajaran dakwah disebut juga dengan dai. Sebagai seorang dai dalam menyampaikan ilmunya sudah sangat biasa jika menyampaikan ilmu dakwah di atas mimbar.⁵ Dalam hal ini, mengenai dakwah untuk terus diajarkan sesuai dengan ayat Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 125, Allah SWT berfirman:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Terjemahan: “Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk”. (Q.S An-Nahl [16] 125)

Dakwah memiliki pengertian suatu kegiatan proses penyampaian ajaran pesan islam dan berhak disampaikan kepada siapa saja yang memiliki bekal ilmu pengetahuan yang relevan berguna untuk mengajak kepada kebaikan secara lisan, tulisan, bahkan sikap tingkah laku yang dilaksanakan secara keterbukaan tanpa paksaan dan sudah disusun sesuai strategi rencana terkait materi yang akan disampaikan kepada para mad'u atau orang yang menerima dakwah.⁶ Secara sederhana dakwah berarti ajakan, seruan, panggilan untuk berbuat kebaikan yang dapat memberikan sikap positif untuk mempengaruhi mad'u agar meninggalkan perbuatan kemungkaran dan menjalankan perbuatan-perbuatan baik sesuai dengan ajaran dan nilai-nilai islam yang berdasarkan pada akidah, Al-Qur'an, fikih, hadist, dan lainnya. Sebagaimana telah diwahyukan oleh Allah SWT di dalam Al-Qur'an Surah Ali Imran ayat [3] 104, Allah berfirman :

وَأَتَّكِنَنَّ مِنْكُمْ أُمَّةً يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

² Afrida Intan Wijaya dan Hayatullah Kurniadi, “Impression Manajement: Identitas dan Harga Diri dalam Motivasi Penggunaan Instagram di Kalangan Mahasiswa”, *Jurnal of Communication Stuedis*, No. 1, Vol. 4, 2022, h. 14

³ Vyki Mazaya, “Strategi Viralisasi Pada Konten Dakwah di Kanal Youtube”, *Jurnal Komunikasi Islam*, No. 2, Vol. 11, 2021, h. 290-323

⁴ Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta : Kencana,2015), h. 6.

⁵ Hafidz Muftisany, *Dakwah di Media Sosial*, (Karanganyar : INTERA, 2021) h. 18.

⁶ Anwar Arifin Andipate, *Strategi Dakwah Perspektif Ilmu Komunikasi*, (Depok: Khalifah Media Tama, 2015) h. 19.

Terjemahan: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyeru kepada yang ma’ruf, dan mencegah dari yang munkar, merekalah orang-orang yang beruntung”⁷

Selanjutnya dakwah tidak bisa terlepas dari perilaku dakwah yang di ajarkan oleh Nabi Muhammad Saw dan para sahabatnya yang pada zaman dahulu telah memberikan pengajaran dakwah islam yang disesuaikan dengan tingkat peradaban ditengah-tengah masyarakat.⁸ Adanya uraian ini dapat dilihat bahwa di zaman yang serba modern ini berdakwah penuh dengan tantangan tidak boleh dilakukan secara sembarangan serta membutuhkan strategi atau metode untuk disampaikan kepada sasaran yaitu mad’u serta dapat diterima oleh masyarakat dengan baik.

Kata strategi adalah merujuk pada pola sasaran, tujuan dan hal lain yang mengarah kepada kebijakan-kebijakan yang sudah disusun. Artinya strategi dakwah dapat diartikan sebagai upaya untuk menghadapi masalah dan menentukan cara dalam menyampaikan ajaran islam sesuai dengan keadaan yang bertujuan untuk mencapai tujuan bersama.⁹

Kemudian islam merupakan agama yang bersumber dari Allah sehingga seseorang muslim harus bisa menerapkan kehidupan islam yang damai, tentram tanpa ada rasa kebencian iri dan dengki dalam hati. Sebagai seorang muslim wajib mengetahui nilai-nilai islam, sebab nilai islam itulah menjadi pondasi dalam keseharian hidup. Tidak semua orang dapat menerapkan ajaran nilai-nilai islam. Adanya seorang pendakwah dapat membantu dan mendorong pikiran pada diri mad’u nya untuk dapat memperbaiki setiap perbuatan buruk yang dilakukan dengan pemahaman nilai-nilai islam dalam hidup seperti akidah, akhlak, dan ibadah. Selain dapat memahami ketiga nilai tersebut namun perlu untuk mengamalkannya. oleh karena itu sebagai seorang pendakwah harus memiliki strategi dalam penyampaian pesan agar mad’u dapat mencerna dengan paham dan menyentuh hati.

Adapun metode atau strategi dakwah yang dapat dilakukan untuk menyampaikan dakwahnya ialah yang Pertama, menggunakan metode dakwah *bi Al Lisan* yaitu dakwah menggunakan penyampaian lisan seperti berkhotbah, berdiskusi, berpidato depan umum maupun majlis, atau pun hanya melalui nasihat-nasihat saja. Kedua, menggunakan metode dakwah *bi Al Hal* yaitu dakwah menggunakan cara perbuatan fakta penuh dengan kreativitas penuh dengan keteladanan yang dapat dijadikan contoh seperti perbuatan beramal, bersedekah, menyantuni anak yatim, membantu fakir miskin dan sebagainya. Ketiga, menggunakan metode dakwah *bi Al Qalam* ialah dengan cara penyampaian dakwah melalui tulisan seperti buku-buku, surat kabar, atau ceramah depan umum namun juga menggunakan media papan tulis sebagai sarana dakwah agar lebih jelas ketika terdapat pesan-pesan yang harus ditegaskan kepada penerima dakwah.¹⁰

Berdasarkan uraian tiga metode dakwah diatas, metode dakwah *bi al lisan* yaitu metode yang masih diterapkan hingga saat ini. Metode *bi al lisan* yaitu dakwah melalui ucapan yang dapat mempengaruhi jalan pikiran mad’u untuk berbuat pada kebaikan dan meninggalkan perbuatan keburukan yang dilarang oleh agama. Berdakwah secara lisan di depan khalayak ramai dan direkam untuk dijadikan bahan konten dalam akun youtube harus memiliki potensi yang cerdas, kereatifitas, harus bisa menarik perhatian,

⁷ *AL- Quran*, Ali Imran : 104

⁸ Aminudin, “Konsep Dasar Dakwah”, dalam *Jurnal Al-Munzir*, No.9, Vol. 1, 2016.

⁹ Wahidin Saputro, *Pengantar Ilmu Dakwah*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2011), h.1

¹⁰ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta : KENCANA, 2019), h. 308

dan tidak monoton agar pendengar atau penonton yang melihat tayangan melalui channel youtube tidak merasa bosan serta yang paling penting ialah cara penyampaian agar mudah diterima oleh para muda-mudi di zaman sekarang ini.

Selanjutnya akun youtube yang menggunakan metode dakwah *bi al lisan* yaitu Anza Channel. Pemilik akun dengan nama asli Ahmad Anwar Zahid atau yang biasa akrab disapa Abah Anza ini melakukan dakwah dengan cara penyampaian yang humoris, terkesan ceplas ceplos, dengan gaya bahasa sehari-hari menggunakan bahasa khas Jawa Timuran dan menggunakan bahasa Indonesia.¹¹ Dakwah yang telah dilakukan oleh Anwar Zahid sudah banyak video yang direkam dan di unggah di akun youtubanya yaitu Anza Channel. Dalam menyampaikan dakwah beliau sering menggunakan gurindam dengan mengekspresikan mimik wajah ketika berdakwah.

Konsep dakwah yang telah disajikan oleh Anwar Zahid menyita perhatian masyarakat khususnya daerah Jawa Timur dan Jawa Tengah yang banyak menggemari beliau. Pada dakwah yang dilakukan di Mojokerto tanggal 13 Januari, Anwar Zahid memberikan pertanyaan dengan lelucon mengenai manusia yang tidak siap untuk menghadapi kematian dan melemparkan pertanyaan kepada para jamaah apakah kehadiran malaikat izrail sudah disiapkan atau tidak, jika setelah pulang dari pengajian ini di datangi malaikat izrail dengan senyum ramah dengan menawarkan minta di antar ke surga malam ini atau bulan depan. Para jamaah tidak ada yang menjawab kemudian Anwar Zahid berkata bahwa dirinya mengetahui jawaban masyarakat di desa ini pintar-pintar alias pintar membantah dengan jawaban nanti saja pulang ke akhirat sebab masih sehat, masi kuat, masih pengen menjadi orang yang bermanfaat, jika berangkat sekarang kelamaan di alam kubur menunggu disana hanya nganggur, lebih baik menunggu di dunia saja.¹² Jadi dakwah tersebut menghasilkan pesan humor yang mampu diterima oleh masyarakat.

Selanjutnya bukti bahwa ceramah KH. Anwar Zahid dapat diterima dan digemari oleh masyarakat terlihat dari kolom komentar vidio ceramah dalam akun youtube beliau. Pada hasil data pengamatan peneliti terdapat beberapa respon positif para penerima dakwah di kolom komentar yang memahami dan menjadikan sebagai hiburan seperti akun @hermandika “Pengajian KH. Anwar Zahid selalu menghibur banyak ilmu yang saya dapatkan dari ceramah beliau”, @maryani “Meskipun aku gk ngerti bahasa jawa tapi aku suka liatnya”, @aryamaulana “Senang mendengarkan ceramahnya KH. Anwar Zahid bikin adem, @cowoktampan “Ceramah yang enak asyik untuk diikuti”.

Kemudian peneliti mendapatkan data dari hasil wawancara online dengan salah satu penggemar KH. Anwar Zahid yaitu Redan Arya. Menurutnya ia mengikuti karena senang dengan KH. Anwar Zahid, senang dengan penyampaian ceramah sehingga menyempatkan hadir. Alasan lain disampaikan bahwa sebagai hiburan menghilangkan rasa stress dalam pondok pesantren dan ingin mencari udara segar. Selain itu mendengar ceramahnya bikin hati tenang dapat menyadarkan pikiran dosa yang diperbuat namun hanya sementara saja. Redan Arya dapat memahami pesan nilai-nilai islam yang telah disampaikan karena menambah ilmu pengetahuan tetapi dalam meningkatkan praktik

¹¹ Khusnul Fatimah, Angga Febriyanto, dan Hasan Busri “*Estetika Bahasa dalam Retorika Dakwah KH Anwar Zahid pada Channel Youtube: Kajian Fungsional Linguistik*”, dalam Jurnal Onoma, No.2, Vol. 9, 2023.

¹² https://youtu.be/rpqDNZdAydI?si=u2tn5l_ofkXplUDZ, Diakses Tanggal 10 Desember 2023, Pukul 16.40

dalam diri masih berusaha secara perlahan hingga saat ini belum ada tindakan pengamalan nilai islam.¹³

Alasan peneliti memilih Anza Channel KH. Anwar Zahid sebagai penelitian karena memiliki ciri khas pembawaan ketika penyampaian pesan menggunakan selipan gurindam seperti contoh “Jika fisik sudah udzur, pandangan sudah kabur, kulit-kulit sudah pada kendur, gigi satu persatu mulai gugur, tidak kuat makan apapun kecuali bubur, kerjaannya rebahan diatas Kasur, jika tidur suka ngelindur, bunyinya senggar-senggur, tidak kuat jalan disumur, buang air kecil minta di antar itu tandanya sudah dekat dengan alam kubur, sebentar lagi menyusul gusdur”. Berikutnya gurindam yang disampaikan seperti “Ada masyarakat Islam Indonesia yang islami, Ada masyarakat Islam Indonesia terkontaminasi dengan modernisasi, Ada masyarakat Islam Indonesia yang masih memegang teguh tradisi”. Sehingga perbedaan dakwah beliau dengan pendakwah lainnya terletak dalam hal penyampaian pesan menggunakan gurindam dan peneliti ingin mengamati dalam meningkatkan pemahaman nilai-nilai islam yang harus diterapkan dalam kehidupan di dalam pesan dakwah yang telah disampaikan.

Berdasarkan beberapa penjelasan latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai Strategi Dakwah Akun YouTube Anza Channel KH. Anwar Zahid Dalam Pemahaman Pengamalan Nilai-Nilai Islam.

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang akan digunakan penulis adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian memiliki tujuan memahami fenomena yang diteliti yang terfokus secara mendetail terkait apa yang dialami oleh subjek penelitian dengan cara mendeskripsikannya secara jelas yang bersifat ilmiah dan lebih menekankan pada makna yang terkandung dalam subjek yang akan diteliti.¹⁴

Penelitian kualitatif deskriptif ialah peneliti akan lebih menekankan menggunakan penjelasan kata-kata secara rinci, lengkap, bersifat mendalam yang menggambarkan masalah yang akan diteliti nantinya.¹⁵ Jadi pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan secara rinci mengenai Startegi Dakwah Akun YouTube Anza Channel Dalam Pemahaman Pengamalan Nilai-Nilai Islam.

B. Sumber Data

Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan sumber data yang memuat data utama.¹⁶ Data primer merupakan data yang peneliti peroleh langsung berdasarkan sumber yang jelas. Adanya data primer sebagai sumber data utama dapat memberikan jawaban hasil mengenai rumusan masalah di dalam penelitian ini. Adapun sumber data primer pada penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara bersama salah satu pihak tim manajemen youtube Anza Channel yang memiliki jabatan sebagai seorang operator dan diperoleh dari akun youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid.

¹³ Redan Arya, Penggemar KH. Anwar Zahid, *Wawancara Online Via WhatsApp*, 7 Juni 2024, Pukul. 09.00.

¹⁴ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif Pendidikan Bahasa*, (Solo: Cakra Book, 2014), h. 8.

¹⁵ Miza Nina Adlini, et al, “Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka”, *Jurnal Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, No. 1, Vol. 6, 2022.

¹⁶ Lexy J Meleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017), h. 187

Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data tambahan untuk mendukung data primer di atas yang diperoleh dari tayangan video yang di unggah pada akun youtube Anza Channel, profil KH. Anwar Zahid dari website, buku, jurnal-jurnal, skripsi, buku-buku, sosial media instagram, serta informasi-informasi yang relevan yang berkaitan dengan KH. Anwar Zahid maupun lainnya yang memiliki hubungan dengan penelitian.¹⁷

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tujuan utama penelitian yang paling strategis untuk mendapatkan data yang digunakan dalam penelitian. Pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik percakapan dalam suatu penelitian yang berguna sebagai sumber data untuk mendapatkan suatu tujuan yang diinginkan. Percakapan yang dilakukan yaitu antara pewawancara yang memberikan pertanyaan dan terwawancara yang dapat memberikan jawaban sebagai bahan hasil penelitian. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara secara terstruktur sesuai dengan permasalahan dan pertanyaan disusun oleh peneliti sehingga informan dapat memberikan jawaban secara jelas yang terfokus pada pertanyaan yang terstruktur.¹⁸ Jadi, wawancara yang akan dilakukan pada penelitian ini yaitu wawancara secara online melalui pesan via whatsapp. Pertanyaan yang diajukan akan disusun secara sistematis dan tidak dalam wawancara secara ketat dalam artian seseorang yang terwawancara dapat memberikan jawaban pesan secara spontanitas agar mendapatkan hasil yang maksimal sebagai sumber data penelitian. Informan dalam penelitian ini dengan Imam Ghozali merupakan pihak tim manajemen youtube Anza Channel yang bertugas sebagai operator.

2. Observasi

Observasi merupakan suatu proses pemusatan perhatian pada objek yang akan diteliti dengan cara pengamatan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dan dalam teknik observasi ini dibutuhkan kepekaan indra mata dan telinga. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu observasi non partisipan jadi peneliti hanya melakukan sebuah pengamatan saja pada tampilan video dakwah yang diunggah pada channel youtube Anza Channel.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu sumber pengumpulan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang dapat diunduh melalui website yang berkaitan dengan dakwah yang dilakukan pada akun youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid, tulisan, foto, gambar, video-video ceramah youtube Anza Channel, artikel, screnshootan ceramah, dan bacaan-bacaan lainnya yang relevan dengan penulis teliti.¹⁹

D. Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan dan Biklen tahun 1989 analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi

¹⁷ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h. 68

¹⁸ Dimas Agung Trisliatanto, *Metodologi Penelitian (Panduan Lengkap Penelitian Dengan Mudah)*, (Yogyakarta: CV, Andi Offset, 2020), h. 213

¹⁹ Sugiarti, Eggy Fajar Andalas, & Arif Setiawan, *Desain Penelitian Kualitatif Sastra*, (Malang: UMM Press, 2020), h. 52-54

satuan yang dapat dikelola, menemukan hal penting dan yang dipelajari serta memutuskan apa yang bisa diceritakan kepada orang lain.²⁰

Pada penelitian ini, peneliti menganalisis data yang telah di kumpulkan sebelumnya yaitu hasil dari teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Melalui tahapan ini, peneliti akan melakukan untuk mengumpulkan informasi, menganalisis, dan memberikan kesimpulan data dari hasil wawancara via online dengan pertanyaan yang merujuk fokus terhadap strategi dakwah akun youtube Anza Channel KH. Anwar Zahid dalam pemahaman nilai-nilai islam.²¹

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara online melalui pesan via whatsapp dengan salah satu operator manajemen youtube Anza Channel mendapatkan hasil penelitian sebagai berikut.

1. Strategi Pengelolaan Pesan Media Dakwah KH. Anwar Zahid

Adanya strategi pengelolaan pesan dalam dakwah KH. Anwar Zahid yaitu melakukan sebuah perencanaan *Pertama*, Pemikiran Tujuan. Pada proses pemikiran tujuan tentunya KH. Anwar Zahid melakukan pengelolaan dengan cara pengemasan pesan berupa menentukan tema besar yang akan disampaikan kepada para penerima dakwah dan rapat bersama tim youtube anza channel terkait kriteria penerima dakwah. Penentuan tema dakwah harus disesuaikan dengan mad'u nya agar penyampaian pesan dakwah dapat di terima dengan mudah oleh para mad'u. Selain itu juga tema dakwah dapat disesuaikan jika terdapat perayaan penting hari besar umat muslim.

Selanjutnya dalam hal pemikiran tujuan terdapat pendistribusian konten. Dalam hal pendistribusian konten pesan-pesan dikemas dengan cara menyebarkan potongan-potongan hasil rekaman live streaming sebagai vidio pendek untuk diambil pesan yang dapat menarik perhatian para penonton melalui reels instagram, reels youtube, maupun reels media facebook. Selain itu, pengemasan pesan juga dengan pembuatan poster dengan ciri khas menampilkan foto KH. Anwar Zahid dengan bertuliskan kata-kata mutiara sehingga dapat memotivasi pembaca dan pendistribusian konten khususnya media instagram lebih banyak sebagai bahan pusat penginformasian kegiatan-kegiatan safari dakwah yang telah dilakukan untuk disampaikan kepada followers KH. Anwar Zahid.

Dalam hal pengelolaan pesan dakwah yang disampaikan melalui media youtube maka KH. Anwar Zahid dan manajemen youtube memberikan judul dalam tayangan video ceramah yang dikemas secara humoris agar dapat menarik rasa penasaran subscribarnya. sebagai contoh judul tayangan video humoris yaitu “Pengajian Lucu 2024 Cinta Siapa? Cinta Bojone Uwong Haha Hehe”, “Bojo Ayu Rawan Ilang Pesona Bojone Wong”, “Emak-Emak Pamer Emas Saat Lebaran”.

Kedua, Menentukan Peluang. Setelah memikirkan tujuan, maka langkah selanjutnya ialah menentukan peluang dengan cara berdakwah melalui media chennel youtube milik KH. Anwar Zahid yang dikelola oleh pimpinan manajemen youtube yaitu H. Muhaimin. KH. Anwar Zahid memanfaatkan media youtube dalam pengembangan dakwah yang dijalankan sekaligus dalam pemahaman pesan yang dapat diamalkan dalam nilai-nilai islam melalui platform media baru yaitu youtube. Cara berdakwah

²⁰ R.C. Bogdan and S.J. Taylor, *Qualitative Research Foe Education: An Intruduction to Theory and Method* (Boston Massachssets: Alyn and Bacon Inc, 1990), h. 189

²¹<http://harismunandar.com/manajemen-strategis-berdasarkan-konsep-fred-r-david/> diakses pada tanggal 29 Novembar 2023, Pukul 22.09

yang dilakukan oleh beliau dengan cara live streaming dan untuk durasi penyampaian ceramah dibatasi sekitar 30 menit sampai 1 jam saja.

Ketiga, Menentukan Metode Dakwah. Adanya metode dakwah dilakukan oleh KH. Anwar Zahid dari semua video yang telah di unggah di channel youtube menggunakan dakwah secara lisan yang biasa disebut dengan metode *bi al lisan*. Dakwah *bi al lisan* merupakan dakwah secara lisan dengan hadir ditengah-tengah pengajian masyarakat perkotaan maupun perdesaan. Dalam penyampaian kemas dakwah secara lisan ini, beliau memanfaatkan sikap yang dimiliki yaitu humoris ketika menyampaikan pesan dakwahnya. Kemudian beliau menyelengi dengan mengajak para mad'u nya untuk bersholawat secara bersama-sama.

Selain itu, beliau mengemas pesan dengan berdakwah melalui musik bernuansa islami yaitu sholawatan, akan tetapi hingga saat ini fokus KH. Anwar Zahid hanya dalam penyampaian pesan amalan nilai islam dalam menjalankan dakwah. Pada tahap penentuan metode KH. Anwar Zahid ingin memberikan dan menunjukkan terkait proses pemahaman pengamalan nilai-nilai islam yang telah disampaikan dapat memberikan manfaat yang berbekas dihati para penerima dakwah.²²

Jadi, pada dasarnya dalam strategi pengelolaan pesan media dalam dakwahnya yaitu berpikir secara kreatif dan menyesuaikan perkembangan teknologi dengan cara membuat konten di dalam proses penyampaian pesan melalui sarana media youtube dengan memberikan ciri khas penyampaian humoris dan mengemas judul pesan dalam tampilan video sebagai bentuk kreativitas agar memberikan dampak pada penonton memiliki ketertarikan agar dapat berkunjung dalam akun youtubenya.

2. Strategi Implementasi Pesan Media Dakwah KH. Anwar Zahid

Pada tahapan strategi ini KH. Anwar Zahid melakukan pengimplementasian dari hasil pengemasan pesan dalam dakwahnya dengan cara pengembangan sebelum hadir ditengah-tengah para penerima dakwah. Pengembangan yang dilakukan ialah berupa pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dengan cara mempelajari tema-tema keislaman, tema sosial, serta mengamati fenomena yang terjadi dan sedang ramai dimasyarakat baik dalam hal yang baik maupun hal buruk. Adanya fenomena yang terjadi dimasyarakat dipelajari berguna untuk menyampaikan pencerahan kepada penerima dakwah dan dalam prosesnya akan selalu ada nasihat-nasihat dan tujuan. Selanjutnya alasan mengapa harus mempelajari materi terlebih dahulu agar dalam menyampaikan amalan nilai-nilai islam berjalan secara baik sesuai dengan Al-Qur'an, hadist, sunnah maupun dari sumber buku lainnya. Proses pembelajaran dan persiapan materi dilakukan seminggu sebelum acara pengajian. Kemudian setelah dilakukan live streaming akan di unggah di akun youtube Anza Channel.

Dalam menjalankan pengimplementasian strategi pengemasan pesan dakwah di adaptasi menggunakan cara dengan merujuk kepada situasi dan kondisi yang sedang dihadapi serta memperhatikan target agar pesan yang telah dikemas dapat berjalan dengan baik. Dalam melakukan interaksi komunikasi pengemasan pesan harus sesuai dengan kebenaran berdasarkan fakta dan tepat sasarannya. Sehingga dalam penyampaian pesan dakwah menggunakan akun youtube sebagai pengembangan konten dakwah.

Terdapat lima tahapan konvergensi media kontinum yang dapat di implementasikan oleh KH. Anwar Zahid bersama tim manajemen youtubenya yaitu *cross promotion* dilakukan dengan cara bekerjasama dengan tim produksi media lainnya

²² Imam Ghozali, Tim Youtube KH. Anwar Zahid, *Wawancara Online Via WhatsApp*, 7 Juni 2024, Pukul 13.33.

sebagai support peliputan dalam pesan dakwahnya melalui media digital. *Cross promotion* dilakukan bekerjasama dengan media RL Entertainment dan Religi Music Lampung sehingga pengemasan dakwah digitalnya tidak hanya disampaikan melalui akun youtubena tetapi juga dapat disampaikan dengan media lain yang telah menjalin kerjasama. Berikutnya *Cloning* dilakukan dengan cara memperbanyak dan rajin dalam penguploadan tayangan video sehingga media lainnya dapat menampilkan tayangan video yang sama dalam konteks ruang berbeda contoh facebook, instagram, tiktok dan media lain.

Selain itu *competition* yang dilakukan tidak ada cara khusus dalam berkompetisi. Dalam hal kompetisi mengalami persaingan dengan baik secara berkala dengan para pendakwah yang lebih unggul. Maka dari itu KH. Anwar Zahid melakukan pengelolaan pesan dengan memanfaatkan ciri khas penyampaian pesan dengan merangkai kata-kata menjadi bentuk perumpamaan dengan istilah lain bergurindam menggunakan bahasa sehari-hari sebagai bentuk persaingan sehat dengan para pendakwah digital lainnya. Adanya *Content sharing* yang dilakukan yaitu melihat karakteristik dari setiap media digital sehingga pengemasan pesan dapat diperbarui dan disesuaikan dengan kebutuhan mediana tetapi tetap dalam tujuan yang sama. *Full convergence* yaitu melakukan transformasi pengelolaan pesan dakwah dari yang hanya diterbitkan melalui DVD kini menjadi dakwah secara digitalisasi.

Selanjutnya KH. Anwar Zahid melakukan evaluasi dengan cara diserahkan kepada tim manajemen youtube dan kemudian akan dilaksanakan rapat satu bulan sekali untuk mencapai tujuan dakwah dalam pemahaman pengamalan nilai-nilai islam. selain itu, ingin melihat apakah dalam menjalankan tujuan dakwah mencapai kerbahasilan dan mudah diterima oleh para penonton pada unggahan video ceramah. Kemudian melihat dari jumlah penonton tayangan, jumlah like maupun unlike, dan tanggapan komentar.²³

3. Pemahaman Pengamalan Nilai-Nilai Islam

Pemahaman pengamalan nilai-nilai islam disampaikan kepada penerima dakwah dengan cara merangkai kata-kata menjadi sebuah gurindam. Sebelum menyampaikan strategi bergurindam kepada penerima dakwah, KH. Anwar Zahid berlatih dan mempelajari penyusunan kata-kata gurindam agar menjadi susunan kalimat yang sesuai berurutan khususnya pada bagian belakang harus secara runtun.

Selain menyampaikan gurindam dalam pemahaman proses penyampaian nilai-nilai islam, KH. Anwar Zahid juga menyampaikan pemahaman dengan cara memberikan pertanyaan kepada penerima dakwah dan jika terdapat seseorang yang mengangkat tangan untuk menjawab pertanyaan akan dipanggil untuk maju kedepan panggung. Kemudian Anwar Zahid mengintograsi dengan mempertanyakan nama dan sebagainya. Setelah itu akan diberikan hadiah berupa bingkisan.

Pada proses pemahaman nilai-nilai islam dalam menjalankan dakwahnya KH. Anwar Zahid ingin mengumpulkan anak-anak muda yang berbakat bagi bangsa Indonesia dan mengumpulkan anak-anak muda berprestasi dalam bidang keahlian. Dalam hal ini yang dilakukan dengan cara memperhatikan anak-anak yang hadir dalam dakwahnya dan akan dipanggil kedepan untuk diberikan pertanyaan-pertanyaan mengenai pesan-pesan islam dan memberikan tawaran kepada anak-anak yang dipanggil untuk menyairkan sholawat sebab ini adalah bentuk kreativitas dalam pemahaman dan strategi dalam dakwah KH. Anwar Zahid.

²³ Imam Ghozali, Tim Youtube Kh. Anwar Zahid, *Wawancara Online Via WhatsApp*, 5 Mei 2024.

Dalam setiap ceramah KH. Anwar selalu menyampaikan dakwahnya dengan cara mengemas pesan sebagai bentuk pemahaman proses penyampaian pesan-pesan islam dengan cara berdiskusi tanya jawab kepada penerima dakwah mengenai masalah akidah, akhlak, dan ibadah. Disamping itu selalu menggunakan ciri khas pemahaman penyampaian seperti berbicara tidak dengan penjelasan-penjelasan pendeskripsian karena akan membuat fokus penerima dakwah tidak terarahkan dalam memahami ceramah yang disampaikan nantinya.

KESIMPULAN

Sesuai dengan hasil temuan data wawancara online melalui pesan via whatsapp dengan Imam Ghozali selaku operator tim manajemen youtube Anza Channel bahwa mendapatkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Strategi Pengelolaan Pesan Dakwah KH. Anwar Zahid yaitu pemikiran tujuan berupa penentuan tema dakwah, rapat bersama tim youtube, pendistribusian konten dengan cara mengemas pesan berupa pemilihan potongan video hasil rekaman untuk dijadikan video pendek reals, pembuatan judul video dikemas secara humoris. Kemudian menentukan peluang dengan memanfaatkan media youtube, dan menetapkan metode dakwah menggunakan lisan.
2. Strategi Implementasi Pesan Dakwah KH. Anwar Zahid yaitu melakukan pengembangan ilmu pengetahuan, menguasai materi. Selain itu melakukan kegiatan rutin dalam mengunggah tayangan video pada akun youtube, mengelola pesan dengan ciri khas bergurindam. Kemudian melakukan evaluasi dalam akun youtubanya yaitu melihat dari jumlah tayangan, jumlah suka dan tidak suka, serta tanggapan kolom komentar dari para penerima dakwah.
3. Pemahaman Pengamalan Nilai-Nilai Islam yaitu disampaikan dengan melakukan seni bergurindam sebagai penyampaian pemahaman amalan nilai-nilai islam dalam misi dakwahnya dan melakukan pemahaman dengan cara memberikan pertanyaan kepada penerima dakwah setelah itu diberikan hadiah berupa bingkisan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andipate Anwar Arifin, *Strategi Dakwah Perspektif Ilmu Komunikasi*, Depok: Khalifah Media Tama, 2015.
- Aziz, Moh Ali, *Ilmu Dakwah*, Jakarta: KENCANA, 2019.
- Arifin, Awaludin, *Teori-Teori Komunikasi Analisis dan Penerapan*, Depok: Rajawali Press, 2023.
- Alqur'an, Ali-Imran [3] 104.
- Cangara Hafied, *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2013.
- Enterprise Jubilee, *Jadi YouTuber A-Z Update Version*, Jakarta: IKPI, 2021.
- Elly M Setiadi & Usman Kolip, *Pengantar Sosiologi: Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial*, Jakarta: Prenada Media Group, 2015.
- Faizah dan Lalu Muchsin Effendi, *Psikologi Dakwah*, Jakarta: Kencana, 2015.
- H. Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajiann Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, dan Aplikasi Dakwah*, Depok: Rajawali Press, 2019.
- Haidir & Salim, *Strategi Pembelajaran Suatu Pendekatan Bagaimana Meningkatkan Kegiatan Belajar Siswa Secara Transformatif*, Medan: IKAPI, 2012.
- Hidayat Enang, *Pendidikan Agama Islam Integarasi Nilai-Nilai Akidah, Syariat, dan Akhlak*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2019.

- Hadi Ido Prijana, *Penelitian Media Kualitatif*, Depok: Rajawali Press, 2020.
- Ilahi Wahyu, *Komunikasi Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.
- Kristiyono, Jokhanan, *Konvergensi Media Transformasi Media Komunikasi di Era Digital pada Masyarakat Berjejaring*, Jakarta: KENCANA, 2022.
- Muftisany Hafidz, *Dakwah di Media Sosial*, Karanganyar: INTERA, 2021.
- Meleong Lexy J, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2017.
- Maulana Khairi Syekh, *Dakwah Dengan Cerdas Bekal-Bekal untuk Aktivis Dakwah*, Yogyakarta: Laksana, 2017.
- Nugraheni Farida, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan Bahasa*, Solo: Cakra Book, 2014.
- Nurmansyah dan Burhan, *Manajemen Strategik*, Pekanbaru: ISBN, 2023.
- Nugroho, Catur, *CYBER SOCIETY Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi*, Jakarta: KENCANA, 2020.
- Paulus Ardianus Laurens & Budi Hermanto, *Manajemen Strategi Tinjauan, Perumusan, dan Penerapan Strategi*, Depok: PT KANISIUS, 2022.
- Prasajo Lantip Diat, *Manajemen Strategi*, Yogyakarta: UNY Press, 2018.
- R.C. Bogdan & S.J. Taylor, *Qualitative Research For Education: An Introduction to Theory and Method*, Boston Massachusetts: Allyn and Bacon Inc, 1990.
- Ropongi el Ishaq, *Pengantar Ilmu Dakwah; Studi Komprehensif Dakwah dari Teori Praktik*, Malang: Madani, 2016.
- Riinawati, *Manajemen Komunikasi dan Organisasi*, Banjarmasin: Pustaka Baru, 2019.
- Saputro Wahidin, *Pengantar Ilmu Dakwah*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Suhandang Kustadi, *Strategi Dakwah Penerapan Strategi Komunikasi dalam Dakwah*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.
- Sugiarti, Eggy Fajar Andalas, & Arif Setiawan, *Desain Penelitian Kualitatif Sastra*, Malang: UMM Press, 2020.
- Siyoto, Sandu dan Sodik, M. Ali, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Trisliantato, Dimas Agung, *Metodologi Penelitian (Panduan Lengkap Penelitian Dengan Mudah)*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2020.
- Wahyuni, Hermin Indah, *Kebijakan Media Baru di Indonesia*, Yogyakarta: Gajdah Mada university PRESS, 2019.
- Wibisono, Irawan, *Manajemen Redaksi dalam Konvergensi Media*, Purwokerta: Amerta Media. 2020.
- Zakiyah, Linda, *Komunikasi Pendidikan dan Media Baru*, Depok: Rajawali Press, 2020.