

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pola komunikasi dakwah K.H. Anwar Zahid melalui media sosial YouTube dengan fokus pada variasi strategi penyampaian pesan dalam berbagai format konten dakwah. Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya penggunaan platform digital sebagai media penyebaran dakwah serta fenomena populernya gaya ceramah K.H. Anwar Zahid di kalangan masyarakat luas. Penelitian ini dirancang dengan pendekatan kualitatif deskriptif, menggunakan teknik analisis isi terhadap 20 video ceramah yang dipublikasikan pada kanal YouTube Anza Channel antara tahun 2023 hingga Juni 2025. Video dianalisis berdasarkan empat kategori utama: ceramah tematik, ceramah interaktif, humor dakwah, dan dakwah empatik melalui pendekatan anak dan pendidikan moral. Data dianalisis menggunakan teori retorika, interaksionisme simbolik, dan personal branding. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi K.H. Anwar Zahid bersifat adaptif dan multistrategis. Dalam ceramah tematik, ia menampilkan pola komunikasi monologis dengan struktur naratif yang runtut dan pesan keislaman yang aplikatif. Pada ceramah interaktif, ditemukan pola dialogis yang menonjolkan kedekatan dan keterlibatan jamaah secara langsung. Humor dakwah menjadi ciri khas utama yang dipadukan dengan penggunaan bahasa lokal dan permainan simbolik yang komunikatif, menjadikan pesan lebih mudah diterima. Adapun dalam dakwah empatik, K.H. Anwar Zahid menunjukkan sensitivitas tinggi terhadap audiens anak-anak dan tema pendidikan moral, melalui pendekatan komunikatif yang hangat, afirmatif, dan personal. Pola komunikasi tersebut secara sinergis membentuk citra personal branding K.H. Anwar Zahid sebagai dai yang merakyat, humoris, tegas, dan otentik. Ciri-ciri seperti gaya khas bahasa Bojonegoro, konsistensi dalam penyampaian nilai Islam kontekstual, serta kemampuan menyesuaikan retorika dengan ragam audiens menjadikan beliau menonjol di ranah dakwah digital. Dengan keterpaduan strategi komunikasi dan pemanfaatan platform YouTube secara optimal, K.H. Anwar Zahid berhasil membangun reputasi sebagai dai yang kredibel, relevan, dan dekat dengan umat di era media baru.

Kata Kunci: Pola komunikasi, dakwah digital, YouTube, KH. Anwar Zahid, humor dakwah

Abstract

This study aims to examine the communication patterns in the dakwah (Islamic preaching) of K.H. Anwar Zahid through the social media platform YouTube, with a focus on the strategic variation in message delivery across different types of religious content. The background of this research lies in the increasing role of digital platforms as tools for religious dissemination, along with the rising popularity of K.H. Anwar Zahid's unique preaching style among the public. Employing a descriptive qualitative approach, the study applies content analysis techniques to 20 selected YouTube videos published on the Anza Channel between 2023 and June 2025. The videos were categorized into four primary formats: thematic sermons, interactive sermons, humorous preaching, and empathetic dakwah through child engagement and moral education. The analysis draws upon rhetorical theory, symbolic interactionism, and personal branding theory. The findings reveal that K.H. Anwar Zahid employs adaptive and multi-strategic communication patterns. In thematic sermons, he uses a monologic structure characterized by coherent narratives and practical Islamic messages. Interactive sermons feature dialogic patterns, emphasizing proximity and audience participation. Humorous preaching is his hallmark, incorporating local language (Bojonegoro dialect) and symbolic play to make religious messages more accessible and engaging. Meanwhile, empathetic dakwah is conveyed through warm, affirming, and personal communication styles, especially when addressing children and educational themes. These diverse communication strategies synergistically contribute to the personal branding of K.H. Anwar Zahid as a relatable, humorous, firm, and authentic preacher. His consistent use of local expressions, contextual Islamic values, and rhetorical adaptability positions him as a credible and widely accepted religious figure in the digital preaching sphere. By integrating strategic communication and optimized use of YouTube, K.H. Anwar Zahid has successfully built a strong reputation as a preacher who resonates with diverse audiences in the new media era.

Keywords: *Communication pattern, digital dakwah, YouTube, KH. Anwar Zahid, humorous preaching.*