

**KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM RETORIKA DAKWAH
KH. ANWAR ZAHID PADA CHANNEL YOUTUBE
ANZA CHANNEL**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



LULU SALSABILA MU'IZZAH

NIM. 3421024

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

**KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM RETORIKA DAKWAH
KH. ANWAR ZAHID PADA CHANNEL YOUTUBE
ANZA CHANNEL**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

LULU SALSABILA MU'IZZAH

NIM. 3421024

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Lulu Salsabila Mu'izzah

NIM : 3421024

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM RETORIKA DAKWAH K.H. ANWAR ZAHID PADA CHANNEL YOUTUBE ANZA CHANNEL”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 10 Maret 2026

Yang Menyatakan,



Lulu Salsabila Mu'izzah
NIM. 3421024

NOTA PEMBIMBING

Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc., MA.
Jl. Pahlawan Km.5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan 51161

Lamp : 5 (Lima) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Lulu Salsabila Mu'izzah
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
c.q Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
di-

Pekalongan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Lulu Salsabila Mu'izzah

NIM : 3421024

Judul : **Komunikasi Persuasif dalam Retorika Dakwah K.H Anwar Zahid
Pada Channel YouTube Anz Channel**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/I tersebut dapat segera dimonaqosyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 10 Maret 2026

Pembimbing,



Dr. H. Muhandis Azzuhri Lc., MA.
NIP. 197801052003121002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH

Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161

Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : LULU SALSABILA MU'IZZAH

NIM : 3421024


Judul Skripsi : KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM RETORIKA
DAKWAH K.H ANWAR ZAHID PADA CHANNEL
YOUTUBE ANZA CHANNEL


yang telah diujikan pada Hari Kamis, 12 Maret 2026 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II


Kholid Noviyanto, M.A. Hum.
NIP. 198810012019031000


M. Fuad Al-Amin, Lc, M.P.I
NIP. 198604152015031005



2 April 2026

Ditandatangani Oleh

Dekan



Latik Haryati, M.Ag

NIP. 197411182000032001

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah sistem transliterasi arab- latin berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

A. Konsonan Tunggal

Huruf	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	tidak dilambangkan
ب	B	b	-
ت	T	t	-
ث		s	s (dengan titik di atasnya)
ج	J m	j	-
ح	H	h	h (dengan titik di
خ	Kh	kh	-
د	Dal	d	-
ذ	al	z	z (dengan titik di atasnya)
ر	R	r	-
ز	Zai	z	-
س	S n	s	-
ش	Sy n	sy	-
ص	d		s (dengan titik di

Huruf	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ض	D d	d	d (dengan titik di
ط		t	t (dengan titik di
ظ	Z	z	z (dengan titik di
ع	'Ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	-
ف	F	f	-
ق	Q f	q	-
ك	K f	k	-
ل	L m	l	-
م	M m	m	-
ن	N n	n	-
و	W wu	w	-
هـ	H	h	-
ء	Hamzah		apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	Y	y	-

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, ditulis rangkap.

Contoh: أحمدية ditulis *Ahmadiyyah*

C. T Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis *h*, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti *salat*, *zakat*, dan sebagainya.

Contoh: جماعة ditulis *jam 'ah*

2. Bila dihidupkan ditulis *t*

Contoh: كرامة الأولياء ditulis *kar matul-auly*

D. Vokal Pendek

Fathah ditulis *a*, kasrah ditulis *i*, dan dammah ditulis *u*

E. Vokal Panjang

A panjang ditulis *ā*, i panjang ditulis *ī*, dan u panjang ditulis *ū*,

masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

F. Vokal Rangkap

Fathah + y tanpa dua titik yang dimatikan ditulis *ai*

Fathah + w wu mati ditulis *au*

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (')

Contoh: أنتم ditulis *a antum*

مؤنث ditulis *mu anna*

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis *al-*

Contoh: القرآن ditulis *Al-Qura n*

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf *l* diganti dengan huruf syamsiyyah yang mengikutinya.

Contoh: الشيعة ditulis *asy-Sy ah*

I. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

J. Kata dalam rangkaian frasa atau kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau

2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

Contoh: شيخ الإسلام ditulis *Syaikh al-Isl m* atau *Syakhul-Isl m*

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberi kekuatan, kesehatan, dan kesabaran serta Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan untukku dalam mengerjakan skripsi ini. Semoga keberhasilan ini menjadi satu langkah awal untuk masa depan meraih cita-cita. Saya persembahkan karya tulis skripsi ini untuk orang-orang yang berjasa membantu dan do'anya kepada saya:

1. Kepada orang tua saya, Bapak Achla Askhabul Mu'izzu, dan Ibu Muslikha, adalah manusia hebat yang senantiasa selalu menjadi penyemangat saya, yang tak henti hentinya memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu mendukung, serta mendoakan atas kelancaran setiap perjalanan pendidikan dan pencapaian di hidup saya.
2. Terimakasih kepada Bapak Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc., M.A. yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi yang saya kerjakan.
3. Terimakasih Kepada Dosen Pembimbing Akademik Bapak Ambar Hermawan M.S.I, yang telah memberikan arahan selama saya menempuh pendidikan setrata satu ini.
4. Terimakasih Kepada Kaprodi dan Sekprodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Ibu Muqoyimah, M.Sos dan Bapak Dimas Prasetya, M.A yang telah membantu atas semua hal yang berkaitan dengan akademik penulis.
5. Terimakasih kepada seluruh dosen dan staf di lingkungan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah UIN KH. ABDURRAHMAN WAHID Pekalongan yang telah memberikan bekal dan ilmu pengetahuan, bimbingan dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.
6. Terimakasih kepada semua teman-teman kost ku yang selalu menghibur penulis saat sedang jenuh.
7. Terimakasih kepada best friend, best friend penulis, Ustadzah Finara, Tante Shilla, Mba Zara, Afifah, yang selalu memantau kabar penulis lewat fitur api tiktok.

8. Terimakasih kepada semua teman-teman angkatan 2021 Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Silmi, Nisrina, Wila, Aisyah, dan yang lainnya, yang telah membantu dan menemani penulis saat mengerjakan skripsi.
9. Kepada teman-teman KKN di Desa Mulyorejo Kec. Tirto Kab. Pekalongan.
10. Terimakasih juga kepada kakak-kakak angkatan 2019, yang telah membantu penulis dari awal mengerjakan proposal sampai skripsi ini selesai, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian.
11. Terimakasih kepada semua teman-teman MTs dan MA yang sampai sekarang masih selalu mengusahakan untuk bertemu dan bertukar cerita.
12. Terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dan tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah mendukung dan mendo'akan penulis.



MOTTO

“Dan Ketahuilah, Sesungguhnya Kemenangan Itu Beriringan
Dengan Kesabaran. Jalan Keluar Beriringan Dengan Kesukaran.
Dan Sesudah Kesulitan, Pasti Akan Datang Kemudahan.”

(HR. Tirmidzi)



ABSTRAK

Mu'izzah, Lulu Salsabila. Komunikasi Persuasif Dalam Retorika Dakwah K.H. Anwar Zahid Pada Channel YouTube Anza Channel. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing Dr. H. Muhandis Azzuhri, Lc., M.A.

Kata Kunci: komunikasi persuasif, retorika dakwah, YouTube

Komunikasi Persuasif dalam dakwah merupakan proses penyampaian pesan yang bertujuan mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku mad'u. Dalam konteks dakwah, komunikasi persuasif tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mengajak mad'u untuk memahami dan mengamalkan nilai-nilai keislaman. Teknik-teknik yang digunakan, seperti *appeals to humor*, asosiasi, integrasi, ganjaran, *red herring*, dan tataan, membantu da'i untuk menarik perhatian, membangun kedekatan emosional, dan memperkuat pemahaman mad'u terhadap pesan dakwah. Pendekatan ini memungkinkan pesan dakwah disampaikan secara lebih efektif, sehingga mad'u tidak hanya menerima informasi secara rasional, tetapi juga terdorong untuk mengaplikasikan nilai-nilai yang disampaikan dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif yang digunakan dalam ceramah K.H. Anwar Zahid pada channel YouTube Anza Channel serta menganalisis penerapan retorika Aristoteles dalam ceramah tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi terhadap dua video ceramah K.H. Anwar Zahid yang terdapat pada channel YouTube Anza Channel. Analisis dilakukan dengan menggunakan teori teknik komunikasi persuasif yang meliputi *appeals to humor*, asosiasi, integrasi, ganjaran, *red herring*, dan tataan, serta teori retorika Aristoteles yang terdiri dari *ethos*, *pathos*, dan *logos* dengan dukungan konsep komunikasi persuasif menurut Onong Uchjana Effendy.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam ceramahnya K.H. Anwar Zahid menggunakan beberapa teknik komunikasi persuasif, yaitu *appeals to humor*, asosiasi, integrasi, ganjaran, *red herring*, dan tataan. Dari beberapa teknik tersebut, teknik yang paling dominan digunakan adalah *appeals to humor*, asosiasi, dan tataan. Selain itu, hasil analisis juga menunjukkan bahwa ceramah K.H. Anwar Zahid mengandung unsur retorika Aristoteles yang meliputi *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Ethos* terlihat dari kredibilitas beliau sebagai pendakwah, *pathos* tampak dari kemampuan beliau membangun kedekatan emosional dengan audiens, sedangkan *logos* terlihat dari penyampaian argumen yang logis serta penggunaan contoh yang dekat dengan kehidupan masyarakat. Perpaduan antara teknik komunikasi persuasif dan unsur retorika tersebut menjadikan pesan dakwah yang disampaikan lebih menarik, mudah dipahami, serta efektif dalam mempengaruhi audiens.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrohmatullahi Wabarokatuh,

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya yang tak ternilai serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “*Komunikasi Persuasif Dalam Retorika Dakwah K.H. Anwar Zahid Pada Channel YouTube Anza Channel*” Penulisan skripsi ini disusun guna memenuhi tugas akhir dan salah satu syarat menyelesaikan studi program Strata Satu (S1), Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah (FUAD), Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menyadari tanpa adanya do'a, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu, perkenankan peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, yang tak henti-hentinya memberikan kenikmatan hidup, kesehatan, kekuatan, dan kelancaran kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Prof. Dr. Hj. Tri Astutik Haryati, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Ibu Mukoyimah, M.Sos selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
5. Bapak Dimas Prasetya, M.A selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
6. Bapak Dr.H. Muhandis Azzuhri, Lc, M.A. selaku dosen pembimbing skripsi atas arahan, bimbingan, waktu, dan kesabaran dalam proses mengarahkan skripsi ini hingga selesai.
7. Bapak Ambar Hermawan, M.S.I. selaku dosen wali atas bimbingan, arahan, dan dukungannya dari awal masa studi.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

9. Seluruh staff, karyawan, dan administrasi Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah yang telah membantu penulis demi kalancaran skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa temuan pada penelitian ini yang diperoleh belum seimbang karena keterbatasan kemampuan peneliti, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan skripsi ini. Semoga dengan adanya hasil penelitian ini bermanfaat, dan Allah SWT, melipatgandakan pahala bagi kita.

Akhir kata, hanya Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu selama proses penulisan skripsi ini. Peneliti mengucapkan terima kasih atas bantuan dan do'anya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi bagi para pembaca pada umumnya, terlebih bagi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Aamiin, Allahumma Sholi'ala Sayyidina Muhammad.

Wassalamu''alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Pekalongan, 10 Maret 2026

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB - LATIN	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Landasan Teori	9
F. Kerangka Berfikir	14
G. Metode Penelitian	15
H. Sistematika Penulisan	21
BAB II LANDASAN TEORI	23
A. Komunikasi Persuasif	23
B. Retorika Dakwah	32
C. YouTube Sebagai Media Dakwah	45
D. <i>Lasswell Communication Model</i>	48

BAB III GAMBARAN UMUM DAN HASIL PENELITIAN.....	51
A. Gambaran Objek Penelitian.....	51
B. Teknik-Teknik Komunikasi Persuasif yang digunakan Oleh K.H. Anwar Zahid Pada Channel Youtube.....	56
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	73
A. Analisis Teknik-Teknik Komunikasi Persuasif K.H Anwar Zahid dalam Menyampaikan Ceramah di YouTube.....	73
B. Penerapan Ethos, Pathos, dan Logos dalam Retorika Dakwah K.H. Anwar Zahid.....	76
C. Hasil Analisis Retorika Dakwah K.H Anwar Zahid berdasarkan Teori Aristoteles.....	99
BAB V PENUTUP.....	103
A. Kesimpulan.....	103
B. Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Video Sumber Data Primer	17
--	----



DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Berfikir	15
-----------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	KH. Anwar Zahid.	51
Gambar 3.2	Logo Anza Channel	54
Gambar 3.3	KH. Anwar Zahid terbaru, Al-Badrul Falah Full Tawa Habib Bidin dan Gus Kautsar Kena Roasting”	57
Gambar 3.4	“Kapolda Jateng Kena Roasting Ketika Abah Anza dan Habib Bidin se-Majlis Suasana Jadi Adem”	67
Gambar 4.1	Video “K.H Anwar Zahid Terbaru Al-Badrul Falah Full Tawa Habib Bidin dan Gus Kautsar Kena Roasting”	77
Gambar 4.2	Ethos – (<i>Good Competence</i>) - “K.H Anwar Zahid Terbaru Al-Badrul Falah Full Tawa Habib Bidin dan Gus Kautsar Kena Roasting”	79
Gambar 4.3	Ethos – (<i>Good Moral Character</i>) – “K.H Anwar Zahid Terbaru Al-Badrul Falah Full Tawa Habib Bidin dan Gus Kautsar Kena Roasting”	79
Gambar 4.4	Ethos – (<i>Goodwill</i>) - “K.H Anwar Zahid Terbaru Al-Badrul Falah Full Tawa Habib Bidin dan Gus Kautsar Kena Roasting”	80
Gambar 4.5	–Pathos- Menggerakkan Audiens - “K.H Anwar Zahid Terbaru Al-Badrul Falah Full Tawa Habib Bidin dan Gus Kautsar Kena Roasting”	81
Gambar 4.6	- Pathos – Membangun Koneksi - “K.H Anwar Zahid Terbaru Al-Badrul Falah Full Tawa Habib Bidin dan Gus Kautsar Kena Roasting”	82
Gambar 4.7	- Pathos – Meningkatkan Resesnsi Pesan - “K.H Anwar Zahid Terbaru Al-Badrul Falah Full Tawa Habib Bidin dan Gus Kautsar Kena Roasting”	83
Gambar 4.8	- pathos – Komplemen kepada ethos dan pathos - “K.H Anwar Zahid Terbaru Al-Badrul Falah Full Tawa Habib Bidin dan Gus Kautsar Kena Roasting”	84
Gambar 4.9	- Pathos – Menyentuh isu sosial - “K.H Anwar Zahid Terbaru Al-Badrul Falah Full Tawa Habib Bidin dan Gus Kautsar Kena Roasting”	85

Gambar 4.10 - Logos - “K.H Anwar Zahid Terbaru Al-Badrul Falah Full Tawa Habib Bidin dan Gus Kautsar Kena Roasting”	86
Gambar 4.11 – Ehos - Video YouTube “Kapolda Jateng kena Roasting Ketika Abah Anza dan Habib Bidin se Majlis Suasana Jadi Adem”	89
Gambar 4.12 - Ethos – Good Competence – “Kapolda Jateng kena Roasting Ketika Abah Anza dan Habib Bidin se Majlis Suasana Jadi Adem”	90
Gambar 4.13 - Ethos - Good Moral Character –“Kapolda Jateng kena Roasting Ketika Abah Anza dan Habib Bidin se Majlis Suasana Jadi Adem”	91
Gambar 4.14 - Ethos- Good Will – “Kapolda Jateng kena Roasting Ketika Abah Anza dan Habib Bidin se Majlis Suasana Jadi Adem”	92
Gambar 4.15 - Pathos – Menggerakkan Audiens - “Kapolda Jateng kena Roasting Ketika Abah Anza dan Habib Bidin se Majlis Suasana Jadi Adem”	93
Gambar 4.16 - Pathos – Membangun koneksi - “Kapolda Jateng kena Roasting Ketika Abah Anza dan Habib Bidin se Majlis Suasana Jadi Adem”	94
Gambar 4.17 - Pathos – Meningkatkan resensi pesan – “Kapolda Jateng kena Roasting Ketika Abah Anza dan Habib Bidin se Majlis Suasana Jadi Adem”	95
Gambar 4.18 - Pathos – Komplemen kepada ethos dan pathos - “Kapolda Jateng kena Roasting Ketika Abah Anza dan Habib Bidin se Majlis Suasana Jadi Adem”	96
Gambar 4.19 - Pathos – Menyentuh Isu Sosial - “Kapolda Jateng kena Roasting Ketika Abah Anza dan Habib Bidin se Majlis Suasana Jadi Adem”	97
Gambar 4.20 - Logos - “Kapolda Jateng kena Roasting Ketika Abah Anza dan Habib Bidin se Majlis Suasana Jadi Adem”	98

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini dakwah dengan melalui media sosial menjadi salah satu cara yang efektif untuk menyebarkan ajaran Islam di era digital. Dakwah melalui internet sudah banyak dilakukan dan bisa ditemukan di berbagai *platform* media sosial. Youtube, salah satu *platform* yang memungkinkan para pendakwah untuk menjangkau lebih banyak *audiens* tanpa terhalang jarak, termasuk generasi muda yang terbiasa dengan teknologi. Penggunaan media sosial saat ini semakin meningkat di seluruh dunia, ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran besar dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan data dari *We Are Social*, jumlah pengguna media sosial di dunia sudah ada di angka 5,24 miliar, naik 4% dari tahun 2024 yang tercatat 5,04 miliar. Di Indonesia sendiri, rata-rata orang menghabiskan sekitar 188 menit satu harinya untuk bermain media sosial, menjadi yang ke-9 paling lama dibandingkan negara lain yang telah di survei. Bahkan durasinya lebih lama dari rata-rata global yang umumnya sebesar 141 menit per hari. ¹

Berdasarkan data yang sudah di sebutkan diatas, sudah jelas bahwa media sosial sangat digandrungi oleh sebagian besar masyarakat, hal tersebut menjadi kesempatan untuk para pendakwah dalam menyebarkan ajaran Islam khususnya

¹ Agnes Z. Yonatan, Indonesia Masuk Jajaran Pengguna YouTube Terbanyak di Dunia 2025, diakses dari <https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-jajaran-pengguna-youtube-terbanyak-di-dunia-2025-7Cvdz#:~:text=Indonesia%20memiliki%20142%20juta%20pengguna,di%20dunia%20pada%20awal%202025.&text=Penggunaan%20media%20sosial%20secara%20global,sosial%20dalam%20kehidupan%20sehari%20Dhari>, pada Selasa, (13/5) pukul 23.06

pada *platform* YouTube. Keberadaan media sosial YouTube ini membuat penyebaran dakwah semakin pesat, pasalnya ada beberapa fitur yang mendukung pesan dakwah mudah dilihat, ditayangkan ulang, maupun di sebarkan kepada teman. Pemanfaatan YouTube sebagai media dakwah perlu dilakukan dengan cara-cara tertentu agar pesan dakwah bisa tersampaikan dengan baik. Media YouTube dimanfaatkan oleh banyak pengguna untuk mengakses berbagai jenis konten video, termasuk siaran langsung atau *live streaming*, yang menjadikannya serupa dengan televisi, akan tetapi YouTube lebih mudah diakses dengan menyediakan lebih banyak variasi konten dan dapat dimanfaatkan sebagai media dakwah melalui penyampaian ceramah dalam bentuk video. Berdakwah menggunakan YouTube, selain menjadi ruang dakwah yang tepat dan sangat memudahkan serta membantu da'i dalam menyebarkan ajaran Islam, juga karena pengguna YouTube yang begitu banyak dan meluas, oleh karenanya video ceramah atau *content* da'i memiliki peluang untuk lebih sering ditonton oleh para mad'u. berdasarkan data yang diperoleh peneliti dari Play Store menunjukkan bahwa jumlah yang mendownload aplikasi YouTube mencapai angka 10 miliar lebih dan jumlah komentar lebih dari 166 juta pengguna.² Data tersebut memperlihatkan bahwa jumlah pengguna YouTube saat ini sangat besar di seluruh dunia. Berdasarkan fakta tersebut, peneliti memusatkan pada dakwah yang disampaikan melalui platform YouTube, untuk memperkuat fokus tersebut peneliti menambahkan data pendukung agar

² App Store, Di akses pada 17 September 2025
<https://apps.apple.com/id/app/youtube/id544007664?l=id>

penelitian mengenai dakwah di YouTube memiliki dasar yang layak dan relevan untuk dilakukan.

Dalam menyampaikan ceramahnya di Media Sosial, setiap da'i mempunyai cara tersendiri oleh sebab itu seorang da'i perlu menentukan dulu gaya komunikasi yang akan digunakan agar pesan yang disampaikan bisa diterima oleh para mad'u atau pendengarnya. Penting bagi da'i untuk menyesuaikan gaya komunikasi yang sesuai dengan selera mad'u, dalam kata lain bisa menyesuaikan cara berkomunikasi sesuai dengan audiens nya.

Audiens di media sosial memiliki tingkat perhatian yang lebih pendek dan cenderung memilih konten yang menarik, ringan, serta mudah dipahami. Banyak konten dakwah yang masih menggunakan gaya penyampaian konvensional sehingga kurang diminati oleh generasi digital. Oleh karena itu, diperlukan strategi retorika dan komunikasi persuasif yang mampu menarik perhatian sekaligus mempertahankan pesan dakwah agar tetap diterima oleh audiens. Seperti salah satu Kyai Kondang yang namanya masih populer hingga saat ini, KH. Anwar Zahid, merupakan pendakwah yang bisa mengikuti dan menyesuaikan perkembangan metode dakwah yang terus berubah, hal ini bisa dilihat dari cara beliau memanfaatkan salah satu *platform* yaitu Youtube sebagai sarana dakwahnya, meskipun beliau berasal dari latar belakang pesantren dan bukan dari generasi milenial, akan tetapi beliau bisa menyesuaikan dakwahnya agar relevan dengan zaman sekarang dan juga bisa bersaing dengan pendakwah lainnya. Dilansir dari Jakarta.nu.or.id, dengan tema “Deretan Dai Terpopuler di Medsos: Gus Baha, Quraish Shihab, dan Gus Mus Teratas” data ini dikemukakan

pada saat Rapat Kerja Nasional atau Rakernas di Gedung PBNU Jakarta, berdasarkan survei dengan melibatkan responden dari 34 provinsi di Indonesia, yang mencakup responden dari berbagai kalangan usia, tingkat pendidikan, dan pekerjaan.³ Beliau masuk dalam urutan nomer 5 da'i populer.

KH. Anwar Zahid memiliki cara khas dalam menyampaikan dakwah yang membedakannya dari pendakwah lain. Ia dikenal sebagai pendakwah dengan pendekatan mau'idzah hasanah, yaitu memberikan nasihat yang baik melalui ceramah keagamaan. KH. Anwar Zahid sering mengangkat kisah-kisah tokoh sejarah dan mengaitkannya dengan masalah sosial yang terjadi di masyarakat. Melalui cerita-cerita tersebut, para pendengar diajak untuk merenungkan kehidupan mereka tanpa merasa digurui. Humor yang disisipkan dalam ceramahnya muncul secara spontan dan tulus, sehingga membuat suasana menjadi lebih santai dan tidak tegang. Pilihan kata yang lugas, mudah dipahami, dan disampaikan dengan cara yang menghibur menjadikan dakwah beliau terasa dekat dan mudah diterima di berbagai kalangan.

Salah satunya ceramah beliau di media sosial Youtube, ke-konsistenan beliau dalam meng-*upload* video ceramah seringkali mendapat jutaan *viewers*. Respon dari pendengar nya pun rata-rata sangat positif. Termasuk pada salah satu video ceramah beliau di akun Youtube yang berjudul “KH. Anwar Zahid terbaru Al-Badrul Falah Full Tawa Habib Bidin kena *roasting*” yang telah disukai oleh 40ribu orang dan ditonton lebih dari 3,2 juta penonton.⁴ pada video

³ <https://jakarta.nu.or.id/nasional/deretan-dai-terpopuler-di-medsos-gus-baha-quraish-shihab-dan-gus-mus-teratas-4GqBx>, di akses pada tanggal 16 Januari 2025 jam 16.30

⁴ *Channel* Youtube “Anza Channel” <https://www.youtube.com/watch?v=0PevlWYLZw&t=159s> di akses pada tanggal 17 Januari 2025 jam 16.29

ceramah di menit ke 17.11 beliau membahas mengenai, mulai hilangnya pilar-pilar Pendidikan di Indonesia, yang dimaksud pilar-pilar Pendidikan disini adalah, sekolah, lingkungan Masyarakat, dan peran orang tua. Dalam komentar *Channel* Youtube pendakwah yang sering dipanggil dengan sebutan Abah Anza ini, *subscriber* nya mengaku tertarik menonton konten dakwah tersebut, selain karena humor beliau yang masuk dikalangan jamaahnya, cara penyampaian nya pun sangat menyentuh di hati para jamaah, contohnya komentar salah satu akun @ZakiHaki-m5w *“Malang Pujon hadir yai, memang tanggung jawab orang tua besar, harus menjadi contoh yang baik bagi anak-anaknya dulu, guru pertama adalah orangtua, benar adanya, inilah pengajian Abah anza yang tegas tidak ditutup-tutupi aku sangat bangga dengan ketegasannya, mudah-mudahan selalu diberikan Kesehatan untuk abah anza, amiin ya robbal alamin”*⁵ Pada akun lain yang bernama @ningnanik.9964 *“Secara langsung tidak langsung, secara guyonan juga cara berpikirku banyak yang berubah dalam menghadapi masalah berumah tangga, matursuwun sanget abah anza”*⁶ akun yang memiliki nama @kertanoker juga memberi komentar *“Masyaallah! Sangat setuju yai, terlepas dari adanya oknum, bahwa satu-satunya yang bisa menjaga atau memperbaiki moral generasi kita adalah pesantren!”*⁷ Dalam video kedua yang berjudul “Kapolda Jateng kena Roasting ketika Abah Anza dan Habib Bidin se-majlis suasana jadi adem” di jelaskan oleh K.H Anwar Zahid pada menit ke 21:17 mengenai tiga perkara yang Istimewa, karena ke indahan tiga perkara ini

⁵ Komentar *natizen* yang ada di video *YouTube* Anza Channel oleh @ZakiHaki-m5w

⁶ Komentar *natizen* yang ada di video *YouTube* Anza Channel oleh @ningnanik.9964

⁷ Komentar *natizen* yang ada di video *YouTube* Anza Channel oleh @kertanoker

K.H Anwar Zahid sangat menganjurkan kepada para jamaah untuk mengamalkannya setiap hari.

Dalam berdakwah, seorang da'i tidak hanya bertugas menyampaikan pesan kepada mad'unya, tetapi juga harus mampu mengajak dan memengaruhi mereka agar mau menjalani nilai-nilai kebaikan dan kebenaran sesuai ajaran Islam. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan dakwah yang bersifat persuasif agar mad'u merasa yakin dan terdorong untuk mengikuti ajaran maupun pesanyang disampaikan. Disamping itu, seorang da'i dalam menyalurkan pesan dakwah juga harus melihat bagaimana kondisi sosiologis dan psikologis mad'u. Islam, sebagai agama yang menekankan dakwah, mengajarkan kepada setiap muslim agar menyampaikan ajaran Rasulullah SAW kepada orang lain. Proses komunikasi dalam dakwah ini bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan Islam, seperti aqidah, ibadah, muamalah, dan akhlak, demi menuntun semua ummat agar menuju jalan rahmatan lil alamin, dan melaksanakan kebaikan sesuai dengan Al-Quran dan Hadist. Anjuran tersebut sudah jelas dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat : 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْ لَهُم بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ

ذُو أَعْلَامٍ يَمُرُّ ضَدَّ عَن سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١٢٥﴾

Artinya : “Ajaklah manusia ke jalan Tuhanmu dengan cara yang baik serta debatlah dengan mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk.”⁸

⁸ Al-Qur'an Q.S An-Nahl ayat 125. Diakses melalui <https://quran.nu.or.id/an-nahl/125>

Dengan gaya retorika beliau yang khas disertai dengan lelucon-lelucon uniknya, cara beliau menyampaikan ceramah sangat ringan dengan memberikan kiasan atau contoh yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, mampu membuat pesan-pesan dakwahnya diterima diberbagai kalangan. Hal ini yang menggambarkan bahwa beliau sangat peka pada fenomena atau permasalahan yang sering terjadi di dalam masyarakat. Selain dikenal dengan pendakwah yang lucu dan unik, KH. Anwar Zahid juga salah satu da'i yang masih digemari oleh berbagai kalangan hingga saat ini, mulai dari golongan muda hingga tua. Beliau mempunyai ciri khas tersendiri dalam menyampaikan dakwahnya salah satunya yaitu dengan memberikan *selingan* di sela-sela ceramah, biasanya beliau akan menawarkan kepada jamaah untuk maju keatas panggung dan memberi ruang kepada jamaah yang maju untuk menampilkan bakatnya. Biasanya dalam bentuk, seperti sholawatan, qiro'ah, hafalah surat pendek, adzan, dan lain sebagainya. Ketika jamaah tersebut telah menyelesaikan penampilannya, akan diberikan hadiah berupa sarung dan uang. Hal ini juga menjadi salah satu strategi yang mempermudah dakwahnya bisa diserap dan bisa diterima oleh para jamaah. Karena pasti didalam sesi itu kerap kali mengundang tawa para jamaah karena *celetukan* beliau kepada mad'u nya.

Lebih lanjut alasan peneliti memfokuskan pada pembahasan komunikasi persuasif dan retorika dakwah karena berdasarkan bebrapa literatur atau hasil penelitian sebelumnya. Beberapa penelitian yang lainnya terdapat perbedaan dengan penelitian yang akan datang, sehingga dari beberapa penelitian tersebut terdapat kekosongan terkait komunikasi persuasif dan retorika dakwah pada

Channel YouTube Anza Channel, selain itu penulis ingin mengetahui lebih dalam mengenai teknik yang digunakan, cara berkomunikasi seperti apa yang bisa digunakan untuk mencapai kesuksesan dalam berdakwah dengan melalui salah satu media yang saat ini masih digemari oleh semua kalangan, yaitu youtube. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik dan memilih untuk mengambil judul “Komunikasi Persuasif dalam Retorika Dakwah KH. Anwar Zahid pada *Channel YouTube Anza Channel*” sebagai fokus utama dalam skripsi ini.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Teknik-teknik Komunikasi Persuasif K.H. Anwar Zahid dalam menyampaikan ceramah di YouTube?
2. Bagaimana Penerapan Retorika Dakwah K.H. Anwar Zahid dalam menyampaikan ceramah di YouTube?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui teknik-teknik Komunikasi Persuasif K.H Anwar Zahid dalam ceramah di Youtube
2. Menjelaskan bagaimana penerapan retorika dakwah dalam ceramah di YouTube?

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berupaya untuk memberikan manfaat positif bagi keilmuan dakwah komunikasi sekaligus untuk menambah khazanah dan wawasan sehingga bisa memperkaya ilmu pengetahuan terhadap Komunikasi Persuasif dalam Retorika dakwah KH. Anwar Zahid pada *Channel Youtube*

“Anza Channel” yang mampu mengemas dan menyajikan suatu dakwah sehingga memiliki kesan yang ringan dan mudah diserap oleh para mad'u.

2. Secara Praktis

Manfaat secara praktis pada penelitian ini dapat menambah wawasan bagi para da'i atau pendakwah sebelum dimulainya aktivitas dakwah terutama dalam media sosial agar para komunikator bisa menerima pesan dengan baik. Dengan penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi para da'i dalam melakukan aktivitas dakwah di media sosial.

E. Tinjauan Pustaka

Dalam upaya mendapatkan data serta usaha untuk menjaga keaslian penelitian ini, maka diperlukan pemaparan terkait dengan penelitian terdahulu yang mempunyai relevansi dengan judul yang akan digunakan dalam penelitian. Penulis merujuk pada sejumlah penelitian yang relevan dan memiliki kesamaan dari segi teori, objek, subjek, maupun metode yang digunakan. Berikut beberapa penelitian yang mendukung :

Pertama, penelitian yang ditulis oleh Ahmad Affin Aviandi Bisri Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya 2023 dengan judul “*Studi Analisis Wacana Dakwah Islam Damai KH. Anwar Zahid Pada Konten Youtube Anza Channel*”. Objek utama dalam penelitian ini adalah wacana dakwah Islam damai yang disampaikan oleh KH. Anwar Zahid dalam konten YouTube Anza Channel. Hal ini menunjukkan bahwa fokus studinya adalah pada bahasa, pesan, dan strategi komunikasi spesifik yang digunakan oleh KH. Anwar Zahid untuk menyebarkan agama Islam yang damai melalui

platform digital YouTube. Masalah utama yang akan dipecahkan dalam penelitian ini adalah bagaimana dakwah Islam damai dibentuk dan disampaikan dalam konteks spesifik konten YouTube KH. Anwar Zahid contohnya seperti bagaimana KH. Anwar Zahid membingkai dan mengkomunikasikan konsep-konsep perdamaian, toleransi, dan harmoni dalam ceramah-ceramahnya. Dalam penelitian ini dijelaskan mengenai teoriansalisis wacana model Van Dijk sebagai pendekatan dalam pengumpulan data.⁹ Hasil penelitian menunjukkan bahwa KH. Anwar Zahid menyampaikan dakwah dengan berbagai tema, contohnya seperti pentingnya menjaga kerukunan, mempertahankan keutuhan NKRI, ketaatan kepada guru dan ulama, serta tema-tema lainnya. Persamaan dari penelitian ini adalah terletak pada pembahasan seputar dakwah yang dilakukan oleh KH. Anwar Zahid melalui konten di YouTube. Sementara itu, perbedaannya terletak pada fokus utamanya, Dimana penelitian ini lebih menekankan pada cara KH. Anwar Zahid menyampaikan dakwah yang bernuansa damai, dengan menggunakan metode analisis wacana model Van Dijk sebagai pendekatan dalam pengumpulan data. Sedangkan penelitian yang ditulis oleh penulis fokus kepada teknik persuasif dalam retorika dakwah yang dilakukan oleh KH. Anwar Zahid.

Kedua, Penelitian dari Hilda Khofifah Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro 2024 dengan judul penelitian “*Retorika Dakwah KH. Anwar Zahid dalam konten Unissula Bersholawat*”. Objek utama dalam

⁹ Ahmad Affin Aviandi Bisri, *Studi Analisis Wacana Dakwah Islam Damai KH. Anwar Zahid Pada Konten Youtube Anza Channel*, (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2023)

penelitian ini adalah retorika dakwah KH. Anwar Zahid dalam konten “Unissula Bersholawat” masalah penelitian akan berpusat pada bagaimana KH. Anwar Zahid mengaplikasikan prinsip-prinsip retorika dakwahnya di acara tersebut untuk mencapai tujuannya. Teori analisis dalam judul retorika dakwah secara langsung menunjuk pada penggunaan teori retorika sebagai kerangka analisis utama. Hasil dari penelitian yang dilakukan yaitu mengkaji mengenai retorika dakwah yang digunakan oleh KH. Anwar Zahid dalam acara Unissula Bersholawat termasuk gaya bahasa, intonasi, dan ekspresi. Persamaan dalam penelitian ini terletak pada pembahasan mengenai retorika yang digunakan oleh KH. Anwar Zahid. Sementara itu, perbedaannya ada pada fokus utama, di mana penelitian yang dilakukan oleh Hilda Khofifah menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*),¹⁰ dan pada penelitian yang dilakukan oleh penulis, membahas mengenai penggunaan teknik komunikasi persuasif dalam retorika dakwah ethos, pathos dan logos dalam ceramah di YouTube.

Ketiga, Jurnal dari Fauzi, Mahasiswa Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI) Aceh Tahun 2023 yang berjudul: “*Urgensi Komunikasi Persuasif dalam Dakwah (The Urgency Of Persuasive Communication In Da’wah)*”. Obejk penelitian dari penelitian ini adalah komunikasi persuasive dalam konteks dakwah. Masalah penelitian yang diangkat adalah mengenai efektivitas dakwah dan peran komunikasi persuasif dalam mencapai tujuan

¹⁰ Hilda Khofifah, *Retorika Dakwah KH. Anwar Zahid dalam konten Unissula Bersholawat*. (Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2024).

dakwah tersebut dengan menggunakan teori-teori komunikasi persuasif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif dalam dakwah menekankan pentingnya penyampaian pesan dengan memperhatikan kondisi psikologis dan sosial mad'u, agar dapat memberikan pengaruh terhadap sikap dan perilaku mereka. Selain itu keterampilan interpersonal juga menjadi faktor penting bagi seorang da'i untuk mencapai keberhasilan dalam berdakwah. Persamaan dalam penelitian diatas dengan penelitian ini yaitu membahas mengenai komunikasi persuasif dalam dakwah. Perbedaannya pada penelitian diatas terletak pada konsep dan penerapan komunikasi persuasif dalam berdakwah, dan berfokus pada bagaimana da'i menetapkan strategi komunikasi persuasif dalam menyampaikan dakwahnya.¹¹

Keempat, penelitian yang ditulis oleh Erwan Komara, Mahasiswa Universitas Sangga Buana Tahun 2021, dengan judul: "*Komunikasi Persuasif Dakwah DR. Zakir Naik*". Objek penelitian utama penelitian ini adalah komunikasi persuasif yang digunakan dalam dakwah DR. Zakir, masalah penelitian ini berpusat pada bagaimana komunikasi persuasif DR. Zakir Naik beroperasi dan seberapa efektifnya dalam konteks dakwahnya. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Dr. Zakir Naik mengaplikasikan beberapa teknik komunikasi persuasif, antara lain, teknik asosiasi, integrasi, ganjaran, tataan, dan red herring, diantara teknik tersebut, yang paling dominan digunakan oleh Dr. Zakir Naik adalah teknik *red herring*. Selain memiliki kemampuan

¹¹ Fauzi, *Urgensi Komunikasi Persuasif dalam Dakwah (The Urgency Of Persuasive Communication In Da'wah)*, (Aceh: Universitas Islam Kebangsaan Indonesia, 2023)

dalam menguasai argument yang kuat, Dr. Zakir Naik juga memperjelas ceramahnya dengan menggunakan dalil-dalil yang lengkap dari berbagai kitab suci semua agama. Persamaan antara penelitian di atas dengan penelitian ini adalah keduanya membahas teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh para da'i. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitian; penelitian sebelumnya membahas komunikasi persuasif dalam retorika dakwah K.H. Anwar Zahid di Channel YouTube, sementara penelitian ini mengkaji komunikasi persuasif yang dipakai oleh Dr. Zakir Naik dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan analisis wacana pada video ceramahnya.¹²

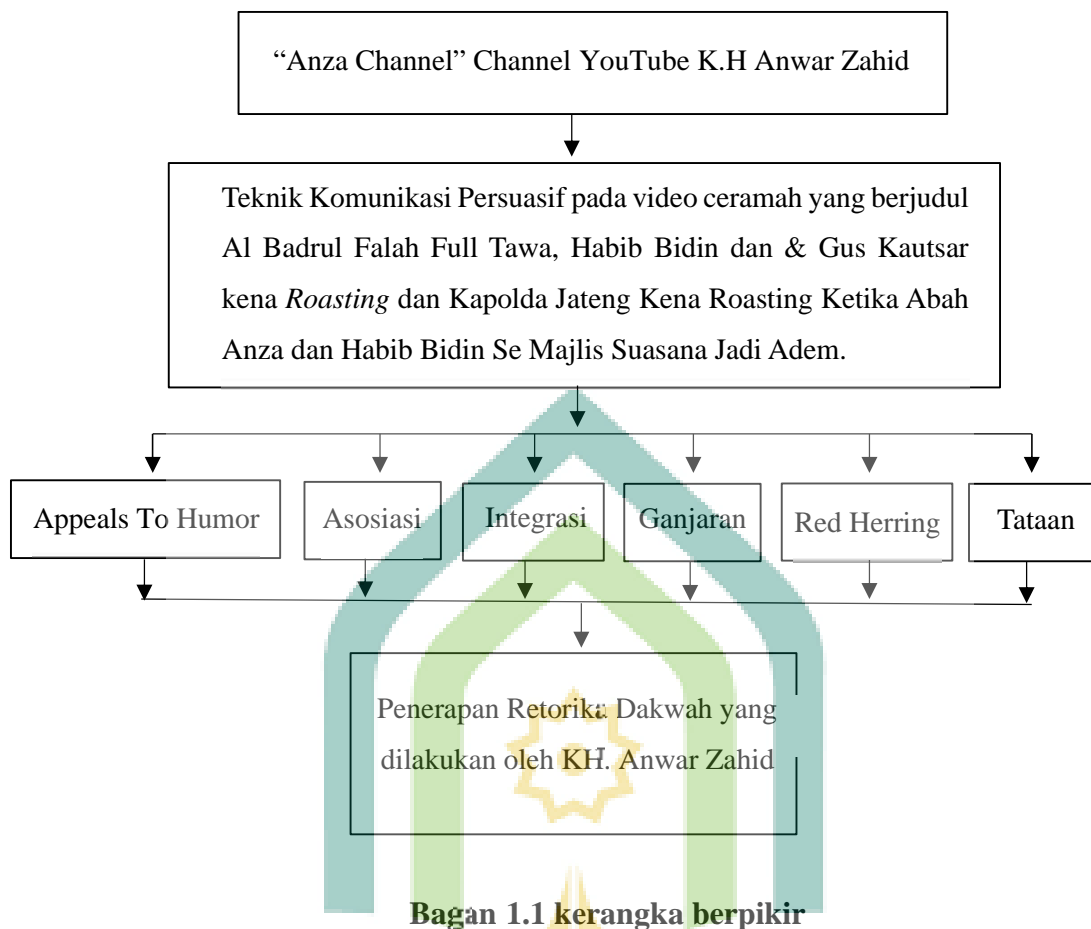
Kelima, penelitian yang ditulis oleh Annisa Nur Fajri, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Tahun 2025, dengan judul: "*Retorika Dakwah Ning Umi Laila Dalam Channel Youtube Ning Umi Laila*" penelitian ini mengkaji retorika dakwah Ning Umi Laila dalam menyampaikan pesan dakwah melalui media Youtube. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan metode analisis komunikasi Harold Dwight Lasswell (symbol coding). Kerangka teori utama yang digunakan Adalah teori retorika Aristoteles yang meliputi ethos, pathos, logos. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ning Umi Laila seacara konsisten dan efektif menerapkan ketiga unsur retorika Aristoteles, penelitian ini menyimpulkan bahwa dominasi unsur pathos membuat dakwah Ning Umi Laila terasa lebih hidup, persuasif, dan mudah diterima oleh berbagai kalangan. Perbedaan pada

¹² Erwan Komara, *Komunikasi Persuasif Dakwah DR. Zakir Naik*, (Bandung: Universitas Sangga Buana, 2021).

penelitian ini terletak pada subjek dan penelitian dan gaya retorika. Jika penelitian milik Annisa menekankan humor dan nasyid Islami Ning Umi Laila, maka penelitian ini berfokus pada komunikasi persuasif dalam retorika dakwah K.H. Anwar Zahid, yang memiliki karakter retorika khas berupa humor spontan, bahasa lokal, dan kedekatan kultural dengan audiens, serta menyajikan terkait teknik-teknik yang digunakan oleh K.H Anwar Zahid.

F. Kerangka Berpikir

Berdasarkan analisis dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka di butuhkan kerangka penelitian atas hubungan komunikasi persuasif dalam retorika dakwah K.H Anwar Zahid pada ceramahnya di Channel YouTube. Berangkat dari hal tersebut, peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai teknik-teknik yang digunakan oleh K.H Anwar Zahid. Kemudian peneliti mendeskripsikan dengan teori yang berkaitan dengan komunikasi persuasif dan retorika dakwah yang akan mempermudah peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini. Setelah dilakukan pendeskripsian, peneliti akan menganalisis dengan menggunakan teori komunikasi persuasif milik Harold Lasswell dan retorika Aristoteles dan menyajikannya. Terakhir, setelah hasil dari analisis telah ditemukan, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini.



G. Metodologi Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif, yaitu metode penelitian yang bertujuan menggali pemahaman yang lebih mendalam tentang suatu gejala, fakta, atau realitas. Fakta, realitas, masalah, gejala, dan peristiwa tersebut hanya bisa dipahami secara menyeluruh jika peneliti melakukan penelusuran yang menggunakan analisis deskriptif, yang mana merupakan jenis penelitian dengan bertujuan untuk mencoba menyajikan secara akurat metode fakta dan karakteristik populasi

atau bidang tertentu.¹³ Dengan penelitian kualitatif, penulis berusaha mengetahui dan menganalisis teknik komunikasi persuasif dan retorika dakwah K.H Anwar Zahid di *YouTube*.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber dari mana informasi atau data diperoleh dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini, subjeknya adalah K.H Anwar Zahid sebagai penceramah yang menyampaikan pesan persuasif dan retorika dalam video yang ditayangkan pada *channel YouTube Anza Channel*. Sedangkan objek menurut Nyoman Kutha Ratna adalah keseluruhan gejala yang ada di sekitar kehidupan manusia. Adapun objek pada penelitian pada penelitian ini yaitu teknik komunikasi persuasif dan retorika dakwah yang terdapat dalam video ceramah K.H Anwar Zahid pada *YouTube*.

3. Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data yang menjadi bahan penelitian, yakni:

a. Sumber Data Primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung oleh peneliti tanpa melalui perantara.¹⁴ Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari video ceramah KH. Anwar Zahid yang diunggah di kanal *YouTube Anza Channel* yang berjumlah kurang lebih 2ribu video dengan

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R Dan D* (Bandung: Alfa Beta, 2008), hlm. 9.

¹⁴ Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 225

memilih video serta penonton terbanyak dan komentar-komentar yang mengandung unsur persuasif

Tabel 1.1
Video Sumber Data Primer

Jumlah penonton	Judul Video	Keterangan
4,7 juta dengan durasi video 1 jam 38 menit	Al Badrul Falah Full Tawa, Habib Bidin & Gus Kautsar kena <i>Roasting</i>	https://youtu.be/0PevlWYLZw?si=iY-XSAGSA4IYUWWn
5,2 juta dengan durasi 1 jam 40 menit	Kapolda Jateng kena Roasting ketika Abah Anza dan Habib Bidin se Majlis suasananya jadi adem	https://youtu.be/2AzqAXds5BU?si=B32hd8XdN5-U725u

Alasan penulis hanya mengambil sampel dari beberapa unggahan dikarenakan banyaknya video yang diunggah di channel youtube KH. Anwar Zahid dan panjangnya durasi ceramah yang di upload pada channel tersebut.

b. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber lain dan sudah terdokumentasi dalam bentuk tertentu.¹⁵ Sumber data sekunder dalam penelitian ini berasal dari berbagai literatur pendukung, seperti buku, jurnal ilmiah, skripsi, serta referensi lain yang relevan dengan topik yang sedang diteliti oleh penulis.

¹⁵ Zainal Mustofa EQ, *Mengurangi Variabel Instrumentasi*, hlm. 92.

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi merupakan salah satu metode yang digunakan peneliti untuk memperoleh data dengan mengikuti kaidah-kaidah yang telah ditetapkan.¹⁶ Selain itu, observasi ini dapat dilakukan melalui pengamatan objek untuk menemukan data penelitian yang diperlukan. Ada dua jenis observasi kualitatif berguna untuk pengumpulan data. *Observasi participant*, atau yang dikenal juga sebagai observasi peserta, merupakan metode pengumpulan data di mana peneliti terlibat secara langsung sebagai bagian dari kelompok atau aktivitas yang sedang diamati. Sebaliknya, *Observasi langsung*, atau *direct observation*, merupakan metode pengumpulan data di mana peneliti mengamati objek atau aktivitas penelitian tanpa ikut terlibat sebagai bagian dari kelompok yang diamati.

Berdasarkan uraian mengenai teknik observasi di atas, Penelitian ini menerapkan metode observasi langsung (*direct observation*), karena data dikumpulkan melalui pengamatan terhadap media YouTube, khususnya dalam menganalisis komunikasi persuasif dan retorika dakwah KH. Anwar Zahid di kanal YouTube Anza Channel. Peneliti melakukan observasi dengan menonton video-video yang relevan sebagai cara untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini.

¹⁶ Arikunto, *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, 265.

b. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu kegiatan pengumpulan data yang sumbernya diambil dari berbagai catatan buku, jurnal, skripsi, dan laporan peneliti.¹⁷ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode dokumentasi untuk mendapatkan data yang diperlukan. Dokumen menurut Sugiyono adalah catatan peristiwa atau kejadian yang sudah berlalu, dokumen bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya dari seseorang. Teknik dokumentasi ini dilakukan untuk mencari data utama yang berasal dari *channel youtube* Anza Channel.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang di dapatkan dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, kemudian disusun secara teratur dengan cara mengelompokkan data ke dalam beberapa kategori, memecahnya menjadi bagian-bagian yang lebih kecil, serta mencari hubungan antar data tersebut. Setelah itu peneliti menyusun pola dari data yang ditemukan, memilih informasi yang penting untuk dianalisis, dan pada akhirnya dapat menaarik Kesimpulan sehingga hasil penelitian dapat dipahami dengan baik oleh peneliti maupun pembaca.¹⁸

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi (*content analysis*). Analisis ini merupakan metode yang digunakan untuk memahami dan mengkaji isi pesan yang terdapat dalam suatu media

¹⁷ Sadiyah, Dewi, *Metodologi Penelitian Dakwah*, (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2015), 91.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 244.

komunikasi. Menurut Klaus Krippendorff, analisis isi digunakan untuk menarik kesimpulan dari pesan yang terdapat dalam suatu bentuk komunikasi secara sistematis. Dalam penelitian ini, analisis isi digunakan untuk mengkaji isi pesan yang terdapat dalam video ceramah K.H. Anwar Zahid pada kanal YouTube Anza Channel. Peneliti menelaah bagian-bagian ceramah yang mengandung unsur komunikasi persuasif, kemudian mengidentifikasi bentuk pesan yang disampaikan dalam ceramah tersebut.

Proses analisis data dalam penelitian ini mengacu pada tahapan analisis data kualitatif yang dikemukakan oleh Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Selanjutnya langkah-langkah dalam melakukan analisis data pada penelitian ini:

- a. Tahap pertama, reduksi data, yaitu proses memilih dan memilah data yang relevan dengan fokus penelitian. Pada tahap ini peneliti menonton video ceramah, kemudian mencatat bagian-bagian ceramah yang mengandung unsur teknik komunikasi persuasif. Data yang telah diperoleh selanjutnya dipilih dan disesuaikan dengan fokus penelitian.
- b. Tahap kedua, penyajian data. Pada tahap ini data yang telah dipilih kemudian disusun secara sistematis dalam bentuk uraian deskriptif. Peneliti menampilkan kutipan-kutipan dari ceramah yang dianggap mengandung unsur teknik komunikasi persuasif. Selanjutnya data tersebut dianalisis menggunakan teori komunikasi dari Harold D. Lasswell yang meliputi unsur komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Selain

itu, peneliti juga mengidentifikasi penggunaan unsur retorika ethos, pathos, dan logos yang diperkenalkan oleh Aristoteles dalam penyampaian ceramah.

- c. Tahap ketiga, penarikan kesimpulan. Pada tahap ini peneliti menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis terhadap isi ceramah yang telah dilakukan. Kesimpulan tersebut kemudian ditinjau kembali dengan melihat keseluruhan data yang telah dianalisis agar hasil penelitian tetap sesuai dengan temuan yang ada.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai isi dari setiap bab yang akan disusun dalam skripsi ini. Agar hasil penelitian tersusun secara sistematis, penulis menjelaskan secara berurutan berdasarkan sistematika berikut:

BAB I, Yaitu bab pendahuluan. Pada bab ini, penulis akan menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, penelitian-penelitian terkait, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II, Bab ini memuat teori-teori yang berkaitan dengan topik skripsi, yaitu tentang Komunikasi Persuasif, Teknik-teknik Komunikasi Persuasif, Retorika Dakwah, dan Teori Komunikasi Lasswell.

BAB III, Menjelaskan gambaran Umum mengenai profil dan Channel KH. Anwar Zahid, dan gambaran mengenai dakwah persuasif yang di sampaikan oleh KH. Anwar Zahid.

BAB IV, Analisis hasil penelitian: berisi analisis rumusan masalah 1; Bagaimana Teknik-teknik Komunikasi Persuasif K.H. Anwar Zahid dalam menyampaikan ceramah di YouTube dan analisis rumusan masalah 2; Bagaimana Penerapan Retorika Dakwah K.H. Anwar Zahid dalam menyampaikan ceramah di YouTube?

BAB V, Penutup, memuat Kesimpulan dan uraian masalah yang sudah dibahas.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul Komunikasi Persuasif dalam Retorika Dakwah K.H. Anwar Zahid pada Channel Youtube Anza Channel, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Teknik-teknik komunikasi, dalam ceramahnya K.H. Anwar Zahid menggunakan beberapa teknik komunikasi persuasif, yaitu teknik *appeals to humor*, asosiasi, integrasi, ganjaran, *red herring*, dan tataan. Namun dari keseluruhan teknik tersebut, terdapat tiga teknik yang paling dominan digunakan, yaitu *appeals to humor*, asosiasi, dan tataan. Teknik *appeals to humor* terlihat dari cara beliau menyisipkan humor dalam ceramah sehingga suasana menjadi lebih santai dan pesan dakwah lebih mudah diterima oleh jamaah. Teknik asosiasi digunakan dengan mengaitkan pesan dakwah dengan pengalaman sehari-hari atau fenomena yang dekat dengan kehidupan masyarakat. Sementara itu, teknik tataan tampak dari cara beliau menyusun pesan dakwah dengan bahasa yang sederhana, runtut, dan menarik sehingga audiens lebih mudah memahami isi ceramah.
2. Penerapan retorika dakwah Aristoteles, berdasarkan analisis retorika Aristoteles, ceramah K.H. Anwar Zahid menunjukkan adanya penggunaan unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Unsur *ethos* terlihat dari kredibilitas beliau sebagai seorang pendakwah yang memiliki pengetahuan agama serta karakter yang baik sehingga mampu menumbuhkan kepercayaan audiens. Unsur

pathos tampak dari cara beliau membangun kedekatan emosional dengan jamaah melalui humor, cerita, serta penyampaian yang menyentuh perasaan. Sedangkan unsur *logos* terlihat dari penyampaian argumen yang logis dengan menggunakan contoh-contoh yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Dengan memadukan berbagai teknik komunikasi persuasif serta unsur retorika *ethos*, *pathos*, dan *logos*, ceramah K.H. Anwar Zahid di media YouTube mampu menyampaikan pesan dakwah secara efektif, menarik, dan mudah dipahami oleh audiens.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dan segala keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pertama, penelitian selanjutnya diharapkan untuk lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data, maupun segala sesuatu yang menyangkut penelitian, sehingga penelitian bisa dilaksanakan dengan baik. Diharapkan penelitian ini juga dapat menjadi sumber pembelajaran tambahan, terutama untuk para akademisi di bidang Ilmu Komunikasi yang tertarik dengan Komunikasi Persuasif dan Retorika Dakwah.
2. Kedua, bagi pengelola media dakwah di platform digital seperti YouTube, diharapkan dapat terus memanfaatkan media tersebut sebagai sarana penyebaran dakwah yang lebih luas. Penyampaian pesan dakwah melalui media digital memungkinkan pesan tersebut menjangkau audiens dari berbagai kalangan dan daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin D. 2013. *Komunikasi dan Bahasa Dakwah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Agnes Z. Yonatan. 2025. Indonesia Masuk Jajaran Pengguna YouTube Terbanyak di Dunia, diakses dari [https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-jajaran-pengguna-youtube-terbanyak-di-dunia-2025-7Cvdz#:~:text=Indonesia%20memiliki%20142%20juta%20pengguna,di%20dunia%20pada%20awal%202025.&text=Penggunaan%20media%20sosial%20secara%20global,sosial%20dalam%20kehidupan%20sehari%2Dhari,pada%20Selasa,\(13/5\)pukul%2023.06](https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-jajaran-pengguna-youtube-terbanyak-di-dunia-2025-7Cvdz#:~:text=Indonesia%20memiliki%20142%20juta%20pengguna,di%20dunia%20pada%20awal%202025.&text=Penggunaan%20media%20sosial%20secara%20global,sosial%20dalam%20kehidupan%20sehari%2Dhari,pada%20Selasa,(13/5)pukul%2023.06)
- Ahmad Affin Aviandi Bisri, *Studi Analisis Wacana Dakwah Islam Damai KH. Anwar Zahid Pada Konten Youtube Anza Channel*, (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2023)
- Ahmad Syarifuddin, *Media Dakwah di Era Digital: Urgensi dan Tantangannya*, Jurnal An-Nida' Vol. 46 No. 1 (2021): 61–74.
- Anang Sugeng Cahyono, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia”, Jurnal Section Articles, Vol. 9 (2016), hal. 150.
- Andika Sanjaya dkk, *Pemimpin Minoritas dan Strategi Retorika Pathos dalam Kampanye: Analisis Isi Deskriptif Pesan Strategi Retorika dalam Facebook Kampanye Pemilihan Gubernur* (Jurnal Komunikasi Indonesia: Vol 2 2017), hal 151.
- Arief Marizki Purba, Errika Dwi Setya Watie, Oman Sukmana, Joko Susilo, Jumadal Simamora, Jusuf Tjahjo Pirnomo, Sri Aryanti Kristianingsih, Fitri Adona, Marsefio Sevyone Luhukay, Intan Kumalasari, Victor Lumbanlaja, Melati Budi Srikandi, Gita Aprinta, Tika Ristia Djaya. (2024) *Teori Komunikasi Konsep, Teori dan Transformasi*. Yogyakarta: Star Digital Publisher.
- Arikunto, *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, 265.
- Belgama Ridho, F. (2022). *Komunikasi Persuasif Kyai Dengan Santri Pondok Pesantren Al Isyraq Kebon Jeruk Jakarta Barat Dalam Membangun Tindakan Religius Santri* (Doctoral Dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta).
- Cahyono, Anang Sugeng. (2016). “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia.” *Jurnal Section Articles*. Vol. 9.
- Channel Youtube “Anza Channel” <https://www.youtube.com/watch?v=-0PevlWYLZw&t=159s>

- Devia Munawaroh, Dadan Suherdiana, dan Nase, "Respon Jamaah terhadap Dakwah KH. Aspuri melalui TQN," *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 5, no. 2 (2020): 4.
- Dhia, R. N., Pramesthi, J. A., & Irwansyah, I. (2021). Analisis Retorika Aristoteles pada Kajian Ilmiah Media Sosial dalam Mempersuasi Publik. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 81-103.
- Dia, K dan Wahyuni, S, "Teknik Komunikasi Persuasif Buya Yahya Pada Ceramah, Apa dan Bagaimana Ceramah itu?", *Realita: Jurnal Penelitian dan Kebudayaan Islam* Vol.19 No.1 (2022) Hal. 66-83.
- Dini Anggraeni Saputri, Aristoteles; *Biografi Dan Pemikiran (Filsafat Ilmu, 2017)*, 2.
- Erwan Komara, *Komunikasi Persuasif Dakwah DR. Zakir Naik*, (Bandung: Universitas Sangga Buana, 2021).
- Faiqoh, Fatty, YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram, *Jurnal Komunikasi KAREBA* 5, no. 2 (2016): 23.
- Fakhruroji, Moch. (2017). *Dakwah di Era Media Baru*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Farid, M. (2023). "YouTube sebagai Media Dakwah di Era Digital," *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 11, no. 1 (2023): 50–63.
- Fauzi. "Urgensi Komunikasi Persuasif dalam Dakwah." *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam*, vol. 13, no. 2, Juli-Desember 2023.
- Ghony, M. Djunaedi dan Fauzan Almanshur. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Gumgum Gumelar. Maulana, Herdian, "Psikologi Komunikasi dan Persuasi." (Jakarta: Akademia Permata 113, 2013), hal. 12.
- Hatta Abdul Malik, "Problematika Dakwah Dalam Ledakan Informasi", *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol 37 (2017), hal. 309.
- Hendri, Ezi, *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2022), 24–27.
- Hilda Khofifah, *Retorika Dakwah KH. Anwar Zahid dalam konten Unissula Bersholawat*. (Metro: Institut Agama Islam Negeri Metro, 2024).
- Indra Hotmian, *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah*, *jurnal Qawwam, The Leader's Writing*, Vol. 5, No. 1 2024.

- Iswandi. (2025). *Komunikasi Digital*. Banjarnegara: Qriset Indonesia.
- Jalalludin Rakhmat, *Retorika Modern* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), 23.
- Kamaruddin Hasan, "Retorika dan Politik," Handout Komunikasi Politik, 2016, 1-9
- Kustadi Suhandang, *Strategi Dakwah Penerapan Komunikasi dalam Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 68.
- Lina Masruroh, (2020). *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Kontek Indonesia*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Machmud, Muslimin. *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*, (Malang: Selaras, 2016). Hlm. 71.
- Moh Ali Aziz, *Ilmu Dakwah: Edisi Revisi* (Jakarta: Prenada Media, 2019), 94.
- Mubasyaroh, *Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat*, *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies* 11, No. 2 (2017): 323.
- Muhammad Yusuf, "Seni Sebagai Media Dakwah," *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 2, no. 1 (2018): 237.
- Ricardo F Nanuru, "Seni Berwawasan Teknologi Modern," *Journal* 3, no. 1 (2013).
- Richard M Perloff, *The Dynamics of Persuasion Communication and Attitudes in the 21st Century* (London: Lawrence Erlbaum Associates, 2013), 4.
- Rokibullah, "Integrasi Retorika Klasik dan Prinsip Qur'ani dalam Strategi Dakwah Islam Kontemporer" (2025) *Jurnal Impresi Indonesia*, Vol.4 No.7.
- Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), 32.
- Sadiyah, Dewi, *Metodologi Penelitian Dakwah*, (Bandung: Pt Remaja Rosdakarya, 2015), 91.
- Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), 32.
- Shafira Zulkarnaini, "Teknik Retorika dalam Penggunaan Pathos, Logos Ethos dalam Video Pidato Joko Widodo di Youtube," *Jurnal Bahasa Indonesia*, Vol. 2, No. 2 (2024), 75-76.
- Siti Hidayatul, "Peningkatan Kompetensi Teknologi Da'i dalam Era Dakwah Digital," *Jurnal Dakwah Digital* Vol. 4, No. 2 (2022): 101–112.

- Soemirat dan Suryana, Materi Pokok Komunikasi Persuasif: SKOM4326/3sks/Modul 1-9, 5.35-5.36.
- Soleh Soemirat dan Asep Suryana, Materi Pokok Komunikasi Persuasif, Modul 1-9 (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2016), 23.
- Sry Ade Muthya Gobel & Idewi Usman, "Komunikasi Persuasif: Seni Mempengaruhi Tanpa Memaksa", *Jurnal Pendidikan, Hukum, Komunikasi (J-DIKUMSI)*, Vol. 1 No. 1 (2025), hlm. 1-2.
- Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 225
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R Dan D* (Bandung: Alfa Beta, 2008), hlm. 9.
- Sunarto, *Retorika Dakwah Petunjuk Menuju Peningkatan Kemampuan Berpidato*, (Jaudar Press, 2014), 22-23.
- Sutrisno, I., & Wiendijarti, I. (2015). Kajian retorika untuk pengembangan pengetahuan dan ketrampilan berpidato. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 70-84.
- Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajafindo Persada, 2013), 113.
- Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya., 2013), 20.
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74.
- Zain, N. L. (2017). Strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan motivasi belajar siswa. *Jurnal Nomosleca*, 3(2).
- Zainal Mustofa EQ, *Mengurangi Variabel Instrumentasi*, hlm. 92.
- Zain, N. L. (2017). Strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan motivasi belajar siswa. *Jurnal Nomosleca*, 3(2).
- <https://jakarta.nu.or.id/nasional/deretan-dai-terpopuler-di-medsos-gus-baha-guraish-shihab-dan-gus-mus-teratas-4GqBx>
- Channel Youtube "Anza Channel" <https://www.youtube.com/watch?v=-0PevlWYLZw&t=159s> di akses pada tanggal 17 Januari 2025 jam 16.2.
- Al-Qur'an Q.S An-Nahl ayat 125. Diakses melalui <https://quran.nu.or.id/an-nahl/125>