

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Kajian Teori

#### 1. Moderasi Islam

Moderasi secara etimologi berasal dari bahasa Inggris *moderation*, yang berarti sikap tengah, tidak berlebih-lebihan. Sedangkan dalam perkembangannya kata moderasi kerap kali dipadankan pula dengan sebutan *moderator* yang memiliki arti seseorang penengah, ataupun peleraian.<sup>1</sup> Kata moderasi bagi Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) ialah mengurangi kekerasan dan menjauhi diri dari keekstreman. Secara universal, moderat berarti mengedepankan penyeimbang dalam perihal kepercayaan, moral, serta sifat, baik ketika memperlakukan orang lain sebagai individu, ataupun perihal yang lainnya. Moderasi Islam adalah sebuah cara pandang terkait proses memahami dan mengamalkan ajaran agama agar dalam melaksanakannya selalu dalam jalur moderat.

Kata *wasath* ataupun *wasathiyah* adalah bentuk kata moderasi dalam bahasa Arab, ataupun padanan kata *tawassuth* yang mempunyai makna tengah-tengah (*i'tidal*), adil, serta berimbang (*tawazun*). Ada pula arti *wasathiyah* secara istilah adalah nilai Islam yang dibentuk atas dasar pola pikir manusia yang lurus serta pertengahan, tidak kelewatan dalam sesuatu. Maksudnya, tidak condong antara ekstrem kanan (*fundamental*) serta ekstrem kiri (*liberal-sekuler*), sehingga pola pikir kita terletak di tengah-tengah. Orang yang mempraktikkan prinsip *wasathiyah* dapat disebut *wasith*. Ada pula lawan kata moderasi merupakan berlebihan, kelewatan, ataupun

---

<sup>1</sup> Iffati Zamimah, *Moderatisme Islam Dalam Konteks Keindonesiaan (Studi Penafsiran Islam Moderat M. Quraish Shihab)*, Volume 1, Nomor 1, Juli 2018, 84

dalam bahasa Arab disebut *tatharruf*, yang memiliki arti *extreme, radical*, serta *excessive*.<sup>2</sup>

Yusuf Al-Qardhawi menarangkan bahwa, *wasathiyyah* bisa disebut dengan kata *at-tawazun*, ialah upaya melindungi dan menyeimbang antara dua sisi ujung kanan atau pinggir kiri yang bertentangan, supaya tidak adanya mendominasi serta menegaskan yang lain. Salah satu contoh dua sisi yang saling bertolak belakang yakni antara spiritualisme bertolak belakang dengan materialisme, individualisme bertolak belakang dengan sosialisme, serta pemahaman-pemahaman realistik yang bertolak belakang dengan idealis. Bersikap sepadan dalam menyikapinya ialah dengan berikan porsi yang adil serta sepadan kepada tiap-tiap sisi ataupun pihak tanpa kelewatan.<sup>3</sup>

Menurut Hashim Kamali, moderasi ialah aspek berarti dalam agama Islam, dimana moderasi sanggup menolong terciptanya keharmonisan sosial, menyeimbang dalam kehidupan manusia serta permasalahan perorangan, baik dalam lingkungan keluarga ataupun masyarakat, dan ikatan antar manusia yang lebih luas.<sup>4</sup>

Moderasi memang sangat berarti, dalam alquran ada sebagian ayat yang menunjukkan akan berartinya moderasi tersebut. *Pertama*, selaku misi agama Islam, misi agama ini merupakan moderasi selaku rahmat untuk semesta alam yang di ridhai Allah *rah matan lil alamin*. *Kedua*, sebagai ciri ajaran Islam ialah agama yang cocok dengan kemanusiaan (fitrah) yang berlandaskan akidah, syariah serta muamalah, kepribadian ajaran Islam. *Ketiga*, ciri umat Islam merupakan umat yang moderat (ummatan wasatan).

---

<sup>2</sup> Lukman Hakim Saefuddin, *Moderasi Beragama*, (Jakarta: Badan Litbang Dan Diklat Kementerian Agama Ri, 2019) 15-16

<sup>3</sup> Iffati Zamimah, Volume 1, Nomor 1, Juli 2018, 82

<sup>4</sup> Bai Rohimah, *Persepsi Santri Tentang Moderasi Islam Dan Wawasan Kebangsaan*, Hayula: Indonesian Journal Of Multidisciplinary Islamic Studies, Vol. 3, No. 2, Juli 2019

Moderasi Islam wajib dimengerti selaku perilaku beragama yang mengedepankan keseimbangan dalam bersikap baik antara keyakinan dari agama sendiri (*eksklusif*) serta menghargai akan keyakinan terhadap agama orang lain (*inklusif*). Penyeimbang ataupun jalur tengah dalam aplikasi beragama ini yang hendak menjauhkan diri kita dari perilaku *ekstrem* berlebihan, *fanatik* serta perilaku *revolusioner* dalam kehidupan beragama, dengan terdapatnya metode inilah diharapkan umat beragama bisa memperlakukan satu sama lain secara terhormat, menerima perbandingan, dan hidup berdampingan dalam damai serta harmoni.<sup>5</sup>

Islam hakikatnya adalah agama moderasi, yakni seluruh ajarannya bersifat moderat, dimana ajaran Islam menyangkut tiga hal pokok, pertama akidah (kepercayaan), akidah merupakan aspek terpenting dalam ajaran Islam, aqidah Islamiah berupa pemahaman serta pengakuan tentang bentuk Tuhan yang Maha Esa. Sehingga dalam keyakinan ini, Islam terletak di tengah antara mereka yang mengingkari akan adanya bentuk Tuhan serta mereka yang memercayai banyak Tuhan. Kedua, syariah, syariah merupakan syarat yang diresmikan Allah serta Rasulnya dalam konteks aktivitas manusia. Aktivitas diartikan bisa berupa ibadah ataupun non ibadah. Ketiga, akhlak atau budi pekerti, aspek ini merupakan permasalahan yang berkaitan dengan budi pekerti serta tingkah laku.<sup>6</sup>

## 2. Ceramah

Ceramah ialah salah satu bentuk berdakwah. Dakwah dari segi bahasa berarti: panggilan, seruan ataupun ajakan. Sedangkan dalam wujud perkataan bahasa Arab diucap *mashdar*. Wujud kata kerja fiil

---

<sup>5</sup> Edy Sutrisno, *Aktualisasi Moderasi Beragama Di Lembaga Pendidikan, Jurnal Bimas Islam Vol 12 No. 1, 2019*

<sup>6</sup> M. Quraish Shihab, *Wasathiyah Wawasan Islam Tentang Moderasi Beragama*, (Tangerang: Lentera Hati, 2020), 45

nya dakwah merupakan: memanggil, menyeru ataupun mengajak (*da'a, yad'u, da'watan*).<sup>7</sup>

Dakwah ialah kegiatan serta upaya mengubah manusia, baik orang ataupun kelompok masyarakat dari suasana yang kurang baik kepada suasana lebih baik sehingga mendapatkan kebahagiaan di dunia serta akhirat. Dakwah dimaknai mengajak dalam hal kebaikan serta menyelamatkan kita di dunia akhirat. Sedangkan para ulama membagikan definisi yang ber varian, antara lain:

Menurut Nasarudin Latif dalam bukunya M. Munir serta Wahyu Llaihi mengatakan bahwa, dakwah merupakan tiap usaha ataupun kegiatan yang dilakukan dengan lisan ataupun tulisan yang bertabiat seruan, ajakan, panggilan, kepada manusia yang lain untuk beriman serta menaati perintah Allah swt yang cocok dengan pedoman akidah serta syariat dan akhlak islamiah.<sup>8</sup>

Ali Makhfudh dalam kitabnya “Hidayatul Mursyidin” berkata bahwa, dakwah merupakan usaha seorang untuk mendesak manusia berbuat kebaikan serta mengikuti petunjuk agama, dan menyeru mereka kepada kebaikan serta menghindari mereka dari perbuatan mungkar.

Ahmad Ghalwasy dalam bukunya “*ad Dakwah al Islamiah*” berkata bahwa, ilmu dakwah merupakan ilmu yang dipakai untuk mengenali bermacam seni mengantarkan yang tercantum ajaran Islam, yang meliputi akidah, syariat, ataupun akhlak.

Sebaliknya bagi Toha Yahya Oemar berkata bahwa, dakwah merupakan mengajak manusia dengan metode bil hikmah ataupun bijaksana kepada jalur yang benar yang sesuai dengan perintah Allah untuk kemaslahatan serta kebahagiaan mereka di dunia serta nanti di akhirat.

---

<sup>7</sup> Ahmad Warson Munawir, *Kamus Al-Munawir*, (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), 406

<sup>8</sup> M. Munir Dan Wahyu Llaihi, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), 20

Dakwah memiliki arti mengajak manusia ke jalur yang benar serta husnul khatimah, di ridhai Allah menuju jannah nya. Tujuan dakwah secara universal merupakan mencapai kebahagiaan dunia serta akhirat, Sebaliknya tujuan utama dakwah ialah ajakan untuk umat manusia supaya selalu berbuat baik di jalur yang benar serta di ridhai Allah supaya terwujudnya kebahagiaan serta kesejahteraan hidup di dunia ataupun di akhirat nanti.<sup>9</sup>

Ceramah merupakan metode dakwah yang dilakukan secara lisan. Ceramah ialah suatu teknik dalam dakwah yang banyak diwarnai oleh karakteristik bicara oleh seseorang pendakwah pada sesuatu kegiatan dakwah. Ceramah bisa pula bertabiat propaganda, seperti halnya: kampanye berpidato, khotbah, serta sambutan, dan lainnya. Sebaliknya tujuan ceramah yaitu guna membagikan nasihat, petunjuk serta mengajak umat manusia kepada jalur yang benar serta di ridhoi Allah swt, mengajak umat manusia yang telah memeluk agama Islam guna senantiasa meningkatkan taqwa nya kepada Allah swt.

Kegiatan berceramah tidak akan berjalan lancar tanpa adanya unsur ceramah, unsur-unsur tersebut adalah komponen yang harus ada dalam setiap kegiatan dakwah.

a. Pelaku Ceramah (dai),

Dai merupakan orang yang melakukan serta yang mengajak dakwah kepada orang lain, baik secara lisan, tulisan, ataupun perkataan yang dicoba secara orang, kelompok, ataupun organisasi ataupun lembaga.<sup>10</sup> Kedudukan dai sangatlah berarti karena dai wajib menguasai serta melakukan seluruh langkah yang strategis mengenai khalayak, pesan, metode yang digunakan serta media yang dipakai apakah sesuai dengan

---

<sup>9</sup> Irzum Fariyah, *Pengembangan Karier Pustakawan Melalui Jabatan Fungsional Perpustakaan Sebagai Media Dakwah*, Vol 2 No 1 (2014), 6

<sup>10</sup> Aminuddin, *Media Dakwah*, (Al-Munzir Vol 9 No 2, 2016), 358

keadaan khalayak atau tidak. Sejatinnya efektifitas dakwah dibentuk baik oleh dai, mad'u, metode serta media yang digunakan.<sup>11</sup>

Menjadi seorang dai ataupun komunikator dakwah bisa dikelompokkan dalam dua kriteria: *pertama*, secara umum merupakan orang muslim ataupun muslimah yang mukalaf atau dewasa merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan mereka, dimana dakwah ialah sesuatu yang melekat, dan sejatinnya tidak terpisahkan dari misinya selaku pemeluk agama Islam, sesuai dengan perintahnya “*sampaikanlah walaupun satu ayat.*” *Kedua*, secara khusus merupakan mereka yang mempunyai kemampuan khusus dalam bidang agama Islam, yang diketahui dengan panggilan ulama.<sup>12</sup>

b. Objek Ceramah (mad'u)

Mad'u merupakan tiap orang ataupun sekelompok orang yang menjadi target ataupun selaku orang yang menerima dakwah. Mad'u dalam jenis ini tanpa membedakan dari jenis kelamin, umur, pekerjaan, warna kulit, dan tidak membedakan dari agama pula. Allah ber firman QS. Saba':28 yang berbunyi “*dan kami tidak mengutus kamu, melainkan kepada umat manusia seluruhnya sebagai pembawa berita gembira dan sebagai pemberi peringatan, tetapi kebanyakan manusia tiada mengetahui.*” (QS. Saba': 28).<sup>13</sup>

Ditinjau dari tugas kerisalahan Rasulullah saw, maka objek dakwah dapat di kelompokkan menjadi dua kelompok:

---

<sup>11</sup> Eva Maghfiroh, *Komunikasi Dakwah; Dakwah Interaktif Melalui Media Komunikasi*, Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam, Volume 2, Nomor 1, Februari 2016, 41

<sup>12</sup> Imam Safii, *Modul Komunikasi Dakwah*, Institut Pesantren K. H. Abdul Chalim Pacet Mojokerto Indonesia.

<sup>13</sup> Tafsirweb, Surat Saba' 28, Agustus 3, 2021, <https://Tafsirweb.Com/7786-Quran-Surat-Saba-Ayat-28.Html>

*pertama*, umat dakwah, ialah umat yang sama sekali belum menerima dakwah, meyakini, serta mengamalkan ajaran yang terkandung dalam agama Islam. Sehingga dakwah mengajak mereka bertauhid serta beriman kepada Allah. Kedua, umat ijabah, umat dalam jenis ini merupakan umat yang memiliki sifat ikhlas untuk memeluk agama Islam serta umat tersebut sekalian berkewajiban buat melakukan dakwah, sehingga dapat meningkatkan mutu iman, Islam serta ihsan.<sup>14</sup>

c. Materi Ceramah

Materi Ceramah merupakan isi pesan ataupun materi yang di informasikan dai kepada mad'u, isi pesan tersebut berbentuk ajaran agama Islam sebagaimana yang ada dalam alquran serta hadis.<sup>15</sup>

Materi dakwah dalam Islam diklasifikasikan dalam tiga permasalahan pokok: *Aspek pertama*, aqidah ataupun keimanan yang hendak membentuk moralitas ataupun akhlak umat. Akidah Islamiyah mewujudkan dalam diri manusia. Permasalahan keimanan (aqidah) ini meliputi: iman kepada Allah, iman kepada malaikat Allah, iman kepada kitab Allah, iman kepada rasul Allah, iman kepada hari akhir, serta iman kepada qodho serta qodar. *Aspek kedua*, permasalahan keislaman (syariah), permasalahan syariah ini terbagi dua, syariah yang berkaitan dengan ibadah serta syariah yang berkaitan dengan muamalah. *Aspek ketiga*, permasalahan akhlak, permasalahan

---

<sup>14</sup> Syamsuddin AB, *Pengantar Sosiologi Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2016), 14

<sup>15</sup> Mohammad Hasan, *Metodologi Pengembangan Ilmu Dakwah*, (Surabaya: Pena Salsabila, 2013), 69-70

yang berkaitan dengan budi pekerti serta tingkah laku.<sup>16</sup>

d. Metode Ceramah

Metode berasal dari bahasa latin *methodos* merupakan cara yang dipakai, metode dakwah ialah cara yang ditempuh dalam melakukan dakwah, sehingga meminimalisir adanya rintangan ataupun masalah dalam berdakwah, agar supaya menggapai tujuan dakwah secara efektif serta memahami mad'u.

Metode dakwah berarti metode dalam melakukan dakwah, atau metode seorang dai guna menyampaikan materi dakwah Islam. Bentuk metode dakwah dibagi tiga:

*Pertama*, Metode bil hikmah artinya kebijaksanaan ataupun aksi yang baik serta benar. Kata hikmah dalam Alquran terulang sebanyak dua puluh kali. Berdakwah dengan tata cara ini harus mencermati suasana serta keadaan target dakwah tanpa memberatkan pada kemampuan mereka miliki, sehingga di dalam melaksanakan ajaran-ajaran Islam berikutnya, mereka sudah secara suka rela tidak adanya keberatan dan lainnya.<sup>17</sup>

*Kedua*, Metode mauidho hasanah (nasihat), kata mau'idho disebutkan Sembilan kali dalam Alquran. Metode mau'idho hasanah, yaitu berdakwah dengan cara membagikan nasihat ataupun mengantarkan ajaran agama Islam dengan lemah lembut dan rasa kasih sayang, serta penuh cinta sehingga nasihat serta ajaran Islam yang di informasikan bisa memegang hati mereka.

---

<sup>16</sup> Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, Dan Aplikasi Dakwah*, (Bandung: Citapustaka Media, 2015), 141

<sup>17</sup> Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, Dan Aplikasi Dakwah*, 141



*Ketiga*, Metode mujadalah (berdiskusi). Kata “jadilhum” terambil dari kata “jidal” yang bermakna dialog ataupun bukti-bukti yang mematahkan alasan baik yang dipaparkan itu diterima oleh seluruh orang ataupun cuma oleh mitra bicara. Tata cara ini menerangkan berdakwah dengan metode berdiskusi ataupun bertukar pikiran.<sup>18</sup>

e. Media Ceramah (wasilah)

Secara etimologi media berasal dari bahasa latin, adalah dari kata “*medius*”, dan jamak dari kata “*median*”, yang berarti perlengkapan perantara ataupun saluran (*channel*). Dalam perkembangan ilmu komunikasi, media dimengerti sebagai perlengkapan ataupun fasilitas yang di pergunakan dalam mengantarkan pesan dari seorang komunikator (dai) kepada komunikan (mad’u) ataupun khalayak rame.

Media dakwah ialah perlengkapan yang digunakan para dai guna mengantarkan materi dakwah (ajaran Islam) serta menolong menyukseskan proses dakwah mereka. Hamzah Ya’qub dalam bukunya Abdullah membagi wasilah dakwah jadi lima, yaitu: lisan, tulisan, lukisan, audiovisual serta akhlak.<sup>19</sup>

### 3. Kiai Anwar Zahid

Nama lengkap Anwar Zahid adalah Ahmad Anwar Zahid, KHAZ biasa disapa dengan panggilan KHAZ, lahir di Desa Simorejo, Kecamatan Kanor, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur, pada tanggal 11 Maret 1974. Ia adalah seorang dai atau penceramah sampai saat ini.

---

<sup>18</sup> Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, Dan Aplikasi Dakwah*, 142

<sup>19</sup> Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, Dan Aplikasi Dakwah*, 142

KHAZ ialah seorang penceramah yang fenomenal dengan gaya pembawaannya saat di pengajian. KHAZ terkenal di semua kalangan lewat celetukan nya semacam “*Qul hu wae lek kesuwen*”, KHAZ juga terkenal dalam gaya pembawaannya yang lucu serta ceplis-ceplos berdasarkan kehidupan setiap hari mad'u.<sup>20</sup>

Isi dalam ceramah KHAZ kerap membahas mengenai permasalahan ubudiah, amaliah dan syariah, selain itu KHAZ juga mengulas mengenai isu-isu terbaru dan membagikan uraian secara rinci yang gampang diterima, dengan gaya bicaranya yang khas dengan mengombinasikan bahasa Jawa selaku wujud dari humor-humor santai, lucu serta apa adanya yang bersumber pada realita kehidupan tiap hari.

YouTube menjadi media yang digunakan KHAZ untuk menyalurkan dakwahnya ke publik, video-video pengajian yang KHAZ isi pun sudah banyak tersebar serta terekspos di media sosial, salah satunya video-video yang berada di YouTube Anza Channel. Anza Channel ialah channel YouTube untuk fasilitas publikasi Pondok Pesantren Sabilun Najah Simorejo yang di asuh oleh KHAZ sendiri. Salah satu video yang terletak di channel tersebut ialah ceramah “K.H. Anwar Zahid Terkini 2020 Di Berbek Kab. Sidorejo Jawa Timur.”<sup>21</sup>

#### 4. Audiens

Audiens merupakan khalayak pendengar dari dakwah yang kita sampaikan. Paling utama dakwah lewat ceramah. Secara umum audiens dapat di katakan seorang mad'u.

Di saat seorang dai hendak berceramah, sebaiknya seorang dai dituntut untuk paham terlebih

---

<sup>20</sup> Kutsi Afifudin, *Retorika Dakwah K.H. Anwar Zahid Di Youtube (Pengajian Maulid Nabi Di Desa Godo Kec. Winong Kab. Pati)*, (Semarang: Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2017), 88

<sup>21</sup> Ema Yuniar, Dkk, *Jurnal Volume 20 Nomor 2, Juli 2019*

dulu akan keadaan khalayak orang yang hendak didakwa-hi. Hal ini di sebabkan keadaan tiap-tiap khalayak yang berbeda, semacam perbandingan usia antara anak muda dengan orang tua, antara warga pegunungan serta warga pinggir laut, di pedesaan serta warga di kota. Seorang dai tidak boleh membandingkan gaya pembicaraan terhadap dua kelompok berbeda sebagai penerima dakwah. Tetapi, apabila seseorang dai dapat mencermati siapa khalayak pendengarnya, maka akan lebih gampang dirinya untuk mempersiapkan materi dakwahnya supaya pas tepat sasaran, sehingga terdapat besar kemungkinan dakwah yang di informasikan akan lebih efisien, efektif serta gampang diterima oleh mad'u.<sup>22</sup>

Seorang da'i dalam menghadapi audiens yang berbeda-beda tingkatan pengetahuan serta pikirannya, maka ia wajib mempunyai kompetensi dengan beberapa uraian, pengetahuan, penghayatan, serta sikap dari mad'u, dan seseorang dai wajib mempunyai ketrampilan tertentu yang mencukupi. Kompetensi seorang dai merupakan sesuatu penggambaran sempurna serta sekalian sasaran yang wajib mereka hirau, kompetensi tersebut meliputi: *pertama*, kompetensi *substantif*, yang berbentuk uraian agama Islam secara cukup, tepat, serta benar. Tidak hanya itu seorang dai mempunyai pemahaman hakikat gerakan dakwah, mempunyai akhlak yang terpuji, mengenali pertumbuhan universal yang relatif luas untuk menggapai audiens, memahami keadaan area dengan baik, memiliki rasa ikhlas dalam rangka menyiarkan agama Islam karena Allah. *Kedua*, kompetensi metodologis, ialah mampu membuat perencanaan dakwah yang akan dicoba serta sekalian sanggup melakukan perencanaan tersebut dengan baik.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Udji Asiyah, *Dakwah Simpatik*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), 77

<sup>23</sup> Muhammad Alim Ihsan, *Efektifitas Dakwah Dalam Mengembangkan Kognitif-Fungsional Audiens: Suatu Pendekatan Psikologi Sosial*, Jurnal Hunafa, Vol.7, No.01, April, 2010:91-106

## 5. Media Sosial YouTube

Media sosial ialah suatu media online yang digunakan untuk bersosialisasi antara satu orang dengan orang lain di dunia maya. Sedangkan YouTube ialah bentuk dari media sosial yang di dalamnya berisikan kumpulan video-video. Pengguna YouTube bisa dengan leluasa mengakses video dengan cara mengunduh ataupun menyebar luaskan video, di dalam YouTube banyak sekali ditemukan video seperti videoklip, film pendek, serial televisi, trailer film, video tutorial serta masih banyak lagi.

Micheal Cross menjelaskan bahwa media sosial merupakan suatu term yang mendeskripsikan bermacam-macam teknologi, teknologi ini mampu mengikat setiap orang untuk bekerja sama, saling bertukar pikiran, serta bisa digunakan dalam berhubungan melalui pesan yang berbasis website.<sup>24</sup>

Pada masa teknologi saat ini hampir semua golongan masyarakat menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, untuk mencari informasi, serta memperoleh informasi. Media sosial yang mayoritas orang pakai seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, Telegram, Google, dan lain sebagainya. Sementara itu, terdapat sebagian media sosial yang terjaring dalam situs pribadi semacam web serta sebagian media mainstream yang menyediakan konten yang menggunakan jejaring sosial semacam Kompasiana, Tribunnrs, serta lain- lain.<sup>25</sup>

YouTube adalah sarana video online, yang mana kegunaan dari situs ini ialah sebagai media untuk orang-orang mencari, melihat serta berbagi video lewat suatu website.<sup>26</sup> Didirikan pada bulan

---

<sup>24</sup> Umi Aflaha, *Kaos Hadis Sebagai Media Dakwah Dan Komunikasi Alternatif Inject: Interdisiplinay Journal Of Comunicatioan*, Vol.2, No.2, Desember 2017

<sup>25</sup> Umi Aflaha, *Interdisiplinay Journal Of Comunicatioan*, Vol.2, No.2, Desember 2017.

<sup>26</sup> Eribka Ruthellia David, Dkk, *Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial*

februari 2005 oleh tiga orang mantan karyawan PayPal, ialah Chad Hurley, Steve Chen serta Jawed Karim. Nama YouTube sendiri termotivasi dari nama suatu kedai pizza serta restoran yang berada di Jepang tepatnya di San Mateo, California.

Pada tahun 2006, youtube.com sudah menjadi situs website yang bertumbuh serta berkembang dengan cepat. Pada tahun ini unggahan video baru sudah sebanyak 65.000 serta mencapai 100.000 ke situs website video YouTube, dengan unggahan sebanyak itu membuat YouTube merambah ke bidang pemasaran serta periklanan kerjasama dengan NBC.<sup>27</sup>

YouTube memanglah membawa perubahan yang sangat luar biasa kepada masyarakat, terutama anak muda yang memiliki hobi membuat video, serta membuat film dokumenter. Setelah adanya YouTube masyarakat dengan mudah menyebar luaskan hasil karyanya. Saat ini YouTube telah menjelma sebagai situs website online dengan menjadi video provider paling dominan di Amerika Serikat sampai dunia, dengan menguasai 43% pasar diperkirakan 20 Jam durasi video di *upload* ke YouTube tiap menit nya dengan 6 milyar *views* per hari.

YouTube secara totalitas telah menjangkau lebih banyak penonton yakni mempunyai lebih dari satu milyar pengguna tanpa batasan umur baik dari anak-anak, remaja, dewasa, ataupun orangtua. Tidak ada batasan durasi untuk mengunggah video inilah yang membuat banyak dari sebagian pengguna betah berlama-lama memakainya, tidak hanya itu kelebihan lain yang lebih menarik dari YouTube adalah berbayar. YouTube membagikan penawaran untuk siapapun yang mengunggah videonya ke YouTube

---

*Dan Politik Universitas Sam Ratulangi*, E-Journal “Acta Diurna” Volume Vi. No. 1. Tahun 2017

<sup>27</sup> Edy Chandra, *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, Vol. 1, No. 2, Oktober 2017, 406-417

serta memperoleh minimum 1000 *viewers* atau penonton maka akan diberikan honor.<sup>28</sup>

Sifat internet yang senantiasa mengalami pertumbuhan, terutama YouTube yang saat ini sudah menjadi penyalur bermacam berbagai kebutuhan dari penggunaannya, hingga teknologi serta fitur yang ada juga tidak luput dari pergantian serta fitur-fitur yang ditawarkan dengan kemajuan teknologi pula makin terus maju. Adapun fitur-fitur dalam YouTube:

*Pertama.* Beranda, dalam aplikasi YouTube terdapat tampilan utama yang disebut beranda, fitur ini digunakan pengguna dalam melihat halaman utama pada aplikasi YouTube.

*Kedua.* Akun YouTube, Akun YouTube pada aplikasi YouTube di pakai untuk mengunggah video ke YouTube. Pengguna wajib masuk terlebih dahulu menggunakan akun YouTube dengan memakai email. Di dalam akun YouTube terdapat: channel saya, YouTube studio, waktu tonton, dapatkan YouTube premium, pembelian dan langganan, ganti akun, aktifkan mode samara, data anda di YouTube, setelah, dan bantuan & saran.<sup>29</sup>

*Ketiga.* Pencarian, Fitur pencarian pada aplikasi YouTube di gunakan untuk mencari video apa saja yang ingin pengguna cari.

*Keempat.* Unggah video dan live streaming, pada aplikasi YouTube di gunakan untuk mengunggah video yang ingin diunggah ke YouTube oleh penggunaannya. Selain unggah video, di YouTube juga bisa digunakan untuk live streaming atau siaran langsung.

*Kelima.* Eksplorasi pada aplikasi YouTube di gunakan untuk melihat video yang paling trend topik di media YouTube. Dalam fitur tersebut terdapat fitur trending, game, film, musik, berita, dan olahraga.

---

<sup>28</sup> Fatty Faiqah, Dkk, *Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar Vidgram*, Jurnal Komunikasi Kareba, Vol. 5 No.2 Juli - Desember 2016

<sup>29</sup> Eribka Ruthellia David, Dkk, E-Journal “Acta Diurna” Volume VI. No. 1. Tahun 2017

*Keenam. Subscription*, pada fitur ini pengguna bisa gunakan untuk melihat video yang telah pengguna ikuti, dengan menekan fitur tersebut pengguna dengan mudah mencari dan melihat video yang telah di ikuti sebelumnya.

*Ketujuh. Lonceng subscribe*, fitur ini bermanfaat untuk memperoleh pemberitahuan video yang baru diunggah yang sudah pengguna ikuti, ketika ada unggahan video baru dari channel YouTube yang di tekan lonceng subscribe nya, maka video tersebut akan muncul di *handphone* pengguna. Disitu pengguna juga dapat mendownload nya serta bisa menambahkan video ke koleksi pengguna.

*Kedelapan. Koleksi*, dalam fitur koleksi banyak opsi di dalamnya seperti: histori, video anda, hasil download, film anda, tonton nanti, serta video yang disukai.<sup>30</sup>

Sekarang ini masyarakat berkomunikasi dengan mudahnya dahulu apabila ingin berkomunikasi hanya dengan berjumpa serta tatap muka, namun di zaman modernisasi, zaman yang serba ada ini telah merubah seluruh gaya hidup masyarakat dengan memberikan sarana yang menunjang untuk berkomunikasi, dengan terdapatnya teknologi internet lebih mempermudah orang untuk memperoleh data dari dunia luar melalui media sosial semacam media YouTube.

YouTube selaku media dakwah merupakan alat perlengkapan yang digunakan para dai untuk berceramah yakni mengantarkan materi dakwah serta membantu menyukseskan proses dakwah.<sup>31</sup> Media YouTube ialah salah satu media yang dapat digunakan untuk berceramah. Media YouTube dimanfaatkan pengguna media untuk melihat bermacam konten

---

<sup>30</sup> Yogi Ridho Firdaus, *Dakwah Melalui Konten Video Ceramah Dalam Media Youtube (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2015-2017 Fakultas Dakwah Iain Salatiga)*, (Salatiga: Institut Agama Islam Negeri (Iain) Salatiga, 2018),

<sup>31</sup> Abdullah, *Ilmu Dakwah Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi, Dan Aplikasi Dakwah*, Hal 142

video, bisa juga digunakan pengguna untuk berbagi aktivitas kehidupannya dengan *live streaming*. Sehingga untuk seorang dai serta mad'u di permudah dalam penyampaiannya serta melihatnya. YouTube pula semacam media televisi, namun media YouTube lebih gampang diakses serta lebih banyak konten video yang disajikan dan bisa menjadi media dakwah dalam wujud video ceramah kapan pun serta dimana pun.

Bersumber pada pembahasan di atas, bisa disimpulkan bahwa media YouTube merupakan salah satu media yang efisien guna menyebarkan bermacam informasi serta memperoleh informasi. Tidak hanya itu YouTube pula dimanfaatkan sebagai media dakwah lewat konten video ceramah, dengan memakai media YouTube memudahkan dalam penyampaiannya serta melihatnya. Seperti dalam video ceramah KHAZ di YouTube Anza Channel. Disini peneliti memakai teori *speech code* untuk membuktikan permasalahan yang ada.<sup>32</sup>

## 6. Teori Speech Code

*Speech code* merupakan bagian dari *intercultural communication*. *Speech code* adalah teori yang memandang budaya sebagai konstruksi sosial serta pola simbol, pendapat, dan aturan-aturan. Secara umum *speech code* artinya kode bicara. Teori *speech code* mempelajari tentang keahlian berbahasa orang asing dalam membiasakan suasana dalam area yang baru.<sup>33</sup> Seperti halnya seseorang yang baru pindah rumah dari Negeri A ke Negeri B, mereka harus menyesuaikan diri terhadap lingkungan yang baru serta harus bisa memahami *speech code* atau bahasa yang digunakan di lingkungan tersebut. Fokus

---

<sup>32</sup> Yogi Ridho Firdaus, *Dakwah Melalui Konten Video Ceramah Dalam Media Youtube (Studi Pada Mahasiswa Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan 2015-2017 Fakultas Dakwah Iain Salatiga)*

<sup>33</sup> Khefti Al Mawalia, *Komunikasi Antar Budaya Madura Dan Yogyakarta (Studi Etnografi Adaptasi Speech Code Pada Mahasiswa Madura Di Masyarakat Yogyakarta)*, 21



dalam teori ini menganalisis etnografi komunikasi, membantu kita mengenali dalam seluruh budaya, dari budaya lama ke budaya yang baru, serta teori *speech kode* memiliki kode obrolan yang unik yang secara spesial mengaitkan psikologis, sosiologis, dan retorik. Oleh karena itu, arti suatu kode obrolan tergantung bagaimana kode obrolan tersebut disusun ke dalam percakapan dilakukan oleh orang yang melaksanakan komunikasi itu sendiri.<sup>34</sup>

Gerry Philipsen dipandang sebagai orang yang mempublikasikan teori ini. Ia berusaha menjawab akan adanya *speech code* dalam budaya serta bagaimana substansi dan kekuatan dalam sebuah budaya, ia mengatakan bahwa proposisi *speech code* adalah: *Pertama*, dimana terdapat suatu budaya, disana akan ditemui *speech kode* yang khas. *Kedua*, dalam suatu *speech code* mencakup retorika, psikologi, serta sosiologi budaya. *Ketiga*, dalam suatu komunikasi seseorang, pemakaian *speech code* tergantung bagaimana pembicara dan pendengar untuk mengkreasikan komunikasi mereka. *Keempat*, istilah, ketentuan, dan premis *speech code* terpaut ke dalam pembicaraan itu sendiri. *Kelima*, *speech code* dapat di gunakan untuk menghasilkan keadaan yang mencukupi untuk menerangkan serta menjelaskan formula serta moralitas dari perilaku komunikasi.<sup>35</sup>

Menurut Philipsen substansi *speech code* dalam kehidupan sosial meliputi tiga fungsi: *Pertama*. Psikologi, dalam lingkup psikologi, kode bicara adalah karakteristik dari diri seseorang itu sendiri. *Kedua*. Sosiologi, pada lingkup sosiologi, kode bicara dapat dilihat dari metode berbicara serta metode berkomunikasi yang efisien. *Ketiga*. Retorika, retorika mengungkapkan struktur diri masyarakat, aksi strategis serta tidak peduli terhadap budaya. Kode merupakan ketentuan bagaimana cara kita

---

<sup>34</sup> Hasrullah, Beragam Perspektif Ilmu Komunikasi, 57

<sup>35</sup> E.M. Griffin, *A First Look At Communication Theory Eight Edition*, (NY: The McGraw-Hill Companies, Inc. 2012), 422-428

mengombinasikan sesuatu ciri, ciri dapat berbentuk perkataan, perilaku, serta konsep.<sup>36</sup>

*Speech code* mempunyai proposisi kedudukan dalam pembuatan bukti diri *speech code* yang terdapat pada suatu budaya, proposisi tersebut, yaitu kekhasan *speech code*, di setiap budaya yang berbeda pasti akan ditemui perbandingan *speech code*. kekhasan *speech code*, diantaranya: *Pertama*, logat. Bagi Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), logat merupakan metode mengucapkan kata (aksen) ataupun lekuk lidah yang khas yang dipunyai oleh setiap orang yang biasanya cocok dengan asal wilayah maupun suku bangsa yang orang tersebut tinggal. *Kedua*, Intonasi serta tekanan berbicara, intonasi merupakan besar rendahnya suatu nada pada kalimat yang membagikan penekanan pada perkata tertentu di kalimat. Sedangkan tekanan merupakan wujud besar ataupun kecilnya, Panjang ataupun pendeknya, keras ataupun lembutnya suara ataupun pengucapan seseorang. *Ketiga*, tempo ataupun kecepatan berdialog. Kecepatan berdialog merupakan keahlian seorang buat mengendalikan waktu kecepatan dalam berdialog hingga sela waktu berhenti. Untuk tolak ukur kecepatan berdialog seseorang merupakan lawan bicaranya sendiri. Karena setiap orang pasti memiliki kecepatan yang berbeda-beda dalam berbicara. *Keempat*, Partikel serta dialek bahasa. Partikel bahasa merupakan peleburan arti seragam yang disematkan serta digabungkan didalam bahasa Indonesia. Umumnya partikel bahasa berasal dari dialek bahasa wilayah yang digunakan seorang kala berdialog. Partikel serta dialek umumnya berbentuk ungkapan ataupun imbuhan pada kalimat yang di ucapkan dalam kehidupan sehari-hari. *Kelima*, mimik. Mimik merupakan hasil dari satu ataupun lebih gerakan pada wajah. Mimik adalah salah satu

---

<sup>36</sup> E.M. Griffin, *A First Look At*, 424

wujud komunikasi non verbal serta bisa mengantarkan keadaan emosi dari seorang.<sup>37</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan dalam melaksanakan suatu penelitian. Tujuan dari adanya penelitian terdahulu mengetahui pokok masalah yang hendak peneliti teliti. Beberapa tulisan atau hasil penelitian yang peneliti paparkan adalah:

*Pertama*, artikel penelitian yang dilakukan oleh Syarifuddin dan Moh. Ali Aziz (2020) dengan judul “*Dakwah Moderat Pendakwah Nadlatul Ulama (Analisis Konten Moderasi Beragama Berbasis Sejarah)*”, Fokus dalam penelitian ini mengenai dakwah melalui konten video yang bertujuan untuk menguk dakwah moderasi agama yang berbasis sejarah bagi para pendakwah NU, dengan subjek penelitiannya K.H Muhammad Muwafiq, K.H. Ahmad Baha’udin Nursalim, serta Dr. Habib Muhammad Luthfi Bin Ali Yahya. Sedangkan hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa dakwah moderasi yang di informasikan oleh ulama-ulama Nahdlatul Ulama adalah menanamkan dan menyebarkan moderasi beragama serta kenyamanan dalam beragama. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penyusun ialah sama-sama mengkaji tentang dakwah moderat melalui YouTube, namun yang membedakan ialah subjek penelitiannya, dimana subjek yang peneliti teliti yaitu KHAZ.<sup>38</sup>

*Kedua*, artikel penelitian yang dilakukan oleh M. Alfin Fatikh (2020) dengan judul “*Tantangan Komunikasi Islam Moderat Di Era New Media*”, Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan menggambarkan secara detail sebuah penelitian, artikel penelitian ini di harapkan dapat mengungkap secara

---

<sup>37</sup> Ananda Sisilia Sasya, *Proses Adaptasi Speech Code Dalam Komunikasi Antarbudaya Mahasiswa Asal Kalimantan Timur Terhadap Mahasiswa Asal Jawa Timur (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Umm Angkatan 2014)*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2019), 20-21

<sup>38</sup> Syarifuddin Dan Moh. Ali Aziz, *Dakwah Moderat Pendakwah Nadlatul Ulama (Analisis Konten Moderasi Beragama Berbasis Sejarah)*, *HIKMAH*, Vol. 15 No. 1 Juni 2020

terang data-data yang menunjang akan tantangan bagi umat tentang Islam moderat di new media. Penelitian ini menggunakan *analisis framing*, analisis ini digunakan untuk mengetahui realita-realita yang muncul saat ini dalam bentuk new media. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa channel media wajib turut serta dalam mendesak terciptanya perdamaian guna upaya membangun agama dan budaya, terutama media YouTube. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penyusun ialah sama-sama mengkaji tentang dakwah melalui media YouTube, namun yang membedakan ialah subjek penelitian serta fokus penelitiannya, dimana subjek penelitian ini pada KHAZ sedangkan fokusnya terletak pada moderasi Islam dalam ceramah KHAZ.<sup>39</sup>

*Ketiga*, penelitian yang dilakukan oleh Yusril Fadkhul Hakim (2016) dengan judul “*Retorika K.H. Anwar Zaid Saat Ceramah Tentang Keagamaan Di Tuban.*” Masalah yang diteliti dalam penelitian ini merupakan pelaksanaan humor dan penerapan gaya bahasa yang digunakan K.H. Anwar Zaid. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan humor yang meliputi kejelekan, kekeliruan, pembebasan ketegangan dan gaya bahasa simbolik dalam video K.H. Anwar Zaid dikala ceramah tentang keagamaan di daerah Tuban. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis kualitatif, sedangkan penelitiannya menggunakan metode simak yakni dengan teknik sedap serta dua teknik lanjutan (teknik simak bebas libat cakap dan teknik catat) untuk mengumpulkan data. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penyusun ialah sama-sama mengkaji tentang dakwah yang dilakukan KHAZ, namun yang membedakan ialah fokus peneliti dan media yang digunakan peneliti, dimana fokus yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pesan moderasi Islam yang disampaikan KHAZ di YouTube Anza Channel.<sup>40</sup>

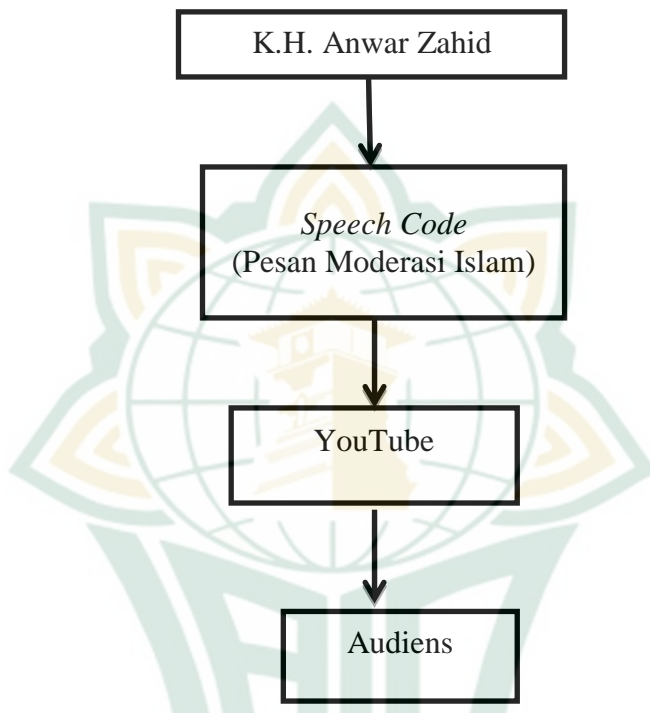
---

<sup>39</sup> M. Alfin Fatikh, *Tantangan Komunikasi Islam Moderat Di Era New Media*, Jurnal Al-Tsiqoh (Dakwah Dan Ekonomi), Vol. 5. No. 2. November 2020

<sup>40</sup> Yusril Fadkhul Hakim, *Retorika K. H. Anwar Zaid Saat Ceramah Tentang Keagamaan Di Tuban*, (Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2016)

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir merupakan suatu bagan yang menjelaskan secara garis besar alur logika berjalannya sebuah penelitian.



Bagan 2.1 Model Moderasi Islam KHAZ

KHAZ ialah salah satu pendakwah yang fenomenal dengan ceramah dalam pengajiannya. KHAZ terkenal di semua kalangan lewat celetukannya semacam “*Qul hu wae lek kesuwen.*”<sup>41</sup> Isi ceramah KHAZ kerap mengulas mengenai isu-isu terbaru dan membagikan uraian secara rinci yang gampang diterima, dengan gaya bicaranya yang khas dengan mengombinasikan bahasa Jawa selaku wujud dari humor-humor santai, lucu serta apa adanya yang bersumber pada realita kehidupan tiap hari. KHAZ

---

<sup>41</sup> Kutsi Afifudin, *Retorika Dakwah K.H. Anwar Zahid Di Youtube (Pengajian Maulid Nabi Di Desa Godo Kec. Winong Kab. Pati)*, 88

merupakan kiai yang berasal dari Simorejo, Kecamatan Kanor, Kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur, dalam ceramahnya KHAZ memakai bahasa informal dan terkadang cenderung menggunakan bahasa Jawa sehingga terkesan santai dalam pembawaannya, dengan bahasa semacam itu ceramah yang diberikan akan lebih gampang diterima oleh audiens.<sup>42</sup>

Moderasi atau *wasathiyah* merupakan suatu yang mengendalikan pelakunya untuk melaksanakan kegiatan yang tidak boleh menyimpang dari ketentuan yang telah disepakati tadinya. Dalam moderasi Islam mengulas mengenai tiga materi pokok dalam Islam, yakni pesan aqidah (kepercayaan), syariah (pengamalan terhadap ibadah ritual ataupun non ritual), serta akhlak (budi pekerti).<sup>43</sup>

*Speech code* adalah teori yang memandang budaya selaku konstruksi sosial serta pola simbol, komentar, serta aturan-aturan di dalamnya. Secara umum *speech code* artinya kode bicara. Teori *speech code* menekuni tentang kemampuan berbahasa orang asing dalam membiasakan suasana dalam area yang baru. Menurut Philipsen substansi *speech code* dalam kehidupan sosial meliputi tiga fungsi: psikologi, sosiologi, dan retorika.<sup>44</sup>

YouTube ialah salah satu bentuk media sosial yang populer serta berkembang pesat. Pengguna YouTube bisa dengan leluasa mengakses video dengan cara mengunduh ataupun mengeshare video. YouTube digunakan guna mengantarkan pesan dakwah dengan metode berbeda, kreatif, serta inovatif.

Audiens merupakan khalayak pendengar dari dakwah yang kita sampaikan. Seorang dai dalam menghadapi audiens yang berbeda-beda tingkatan pengetahuan serta pikirannya, maka seseorang dai wajib

---

<sup>42</sup> Ema Yuniar, Dkk, *Penggunaan Bahasa Oleh K. H. Anwar Zahid Dalam Ceramah Agama*, Jurnal Volume 20 Nomor 2, Juli 2019

<sup>43</sup> M. Quraish Shihab, *Wasathiyah Wawasan Islam Tentang Moderasi Beragama*, 45

<sup>44</sup> Khefti Al Mawalia, *Komunikasi Antar Budaya Madura Dan Yogyakarta (Studi Etnografi Adaptasi Speech Code Pada Mahasiswa Madura Di Masyarakat Yogyakarta)*, 21

mempunyai kompetensi dengan beberapa uraian, pengetahuan, penghayatan, serta sikap dari mad'u, dan seseorang dai wajib mempunyai ketrampilan tertentu yang mencukupi. Dalam dunia dakwah audiens biasa disebut mad'u.<sup>45</sup>

KHAZ adalah seorang dai, dalam ceramahnya KHAZ mengantarkan pesan yang mengulas mengenai tiga materi pokok dalam Islam, yakni pesan aqidah (kepercayaan), syariah (pengamalan terhadap ibadah ritual maupun non ritual), serta akhlak (budi pekerti), tiga materi pokok tersebut ialah identitas *wasathiyyah* dalam ajaran Islam, dimana semua ajaran dalam moderasi Islam bertabiat moderat. Moderasi memanglah sangat diperlukan orang saat ini, guna sebagai keseimbangan maupun jalan tengah dalam aplikasi beragama yang hendak menghindarkan kita dari perilaku *ekstrem* berlebihan. KHAZ ceramahnya memanglah disukai dari seluruh golongan, penggunaan gaya bicaranya yang khas dengan mencampurkan bahasa Jawa sebagai bentuk humor-humor santai, lucu, serta apa adanya yang bersumber pada realitas kehidupan tiap hari. Ini memanglah pas dengan teori *Speech code*. Secara umum *speech code* artinya kode bicara. Teori *speech code* mempelajari tentang keahlian berbahasa orang asing dalam membiasakan suasana dalam area yang baru. Seperti KHAZ yang menggunakan bahasa khasnya dalam menyampaikan pesan, selain itu KHAZ juga menggunakan YouTube sebagai media nya dalam berceramah, seperti halnya ceramahnya di YouTube Anza Channel yang sudah memiliki 366 ribu *subscribe*.<sup>46</sup> Dengan jumlah *subscribe* sebanyak itu YouTube mampu membantu dai dalam menyebar luas kan ajaran Islam ke khalayak sehingga memudahkan mad'u atau audiens dalam menerima pesan yang disampaikan K. H. Anwar Zahid.

---

<sup>45</sup> Udji Asiyah, *Dakwah Simpatik*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016), 77

<sup>46</sup> Anza Channel, *K.H. Anwar Zahid Terkini 2020 Di Berbek Kab. Sidorejo Jawa Timur*, <https://www.youtube.com/C/Anzachannelkhanwarzahid>, Di Akses Pada 8 September 2021 Pada Pukul 08.42