

# KYAI SELEBRITI DAN MEDIA BARU

## THE CELEBRITY'S KYAI AND NEW MEDIA

Siti Mariatul Kiptiyah

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

sitimariatulkiptiyah1@gmail.com

### Abstrak

Tulisan ini menganalisis munculnya kyai selebriti di Indonesia utamanya pada K.H. Anwar Zahid yang ceramahnya banyak diunggah di media *YouTube*. Model dakwah dari waktu ke waktu terus berubah, dan ceramah di *YouTube* adalah salah satu bentuk bagaimana dakwah disebarluaskan melalui media baru. Studi ini akan menguji seberapa besar peran *YouTube* sebagai media baru dalam menciptakan otoritas baru bagi seorang kyai melalui pengajiannya. Kajian ini penting untuk melihat bagaimana kehadiran media baru memperkuat otoritas kyai sebagai pemimpin agama di masyarakat. Pertanyaan yang hendak penulis jawab dalam penelitian ini adalah seperti apakah otoritas kyai di era media baru? Bagaimana K.H. Anwar Zahid membangun otoritasnya? Bagaimana K.H. Anwar Zahid menggunakan otoritas tersebut dalam ceramahnya? Penelitian ini mengkombinasikan data empiris dan teoritis terhadap ceramah K.H. Anwar Zahid yang bersifat daring (*YouTube*) dan luring (langsung). Hasil studi ini menunjukkan bahwa media baru tidak menggeser otoritas tradisional seorang kyai sebagai pemimpin agama, tetapi justru otoritas tersebut semakin diperkuat dengan otoritas selebriti dari media baru yang mendapat pengakuan secara konsensus oleh masyarakat.

**Kata kunci:** ceramah, kyai, media baru, otoritas agama.

### Abstract

*This paper analyses the kyai selebriti in Indonesia, mainly on K.H. Anwar Zahid whose pengajian are widely uploaded in the YouTube. The model of dakwah has changed over time, and ceramah on YouTube is one of the models in which dakwah is disseminated through new media. This study will examines how far the roles of YouTube as a new media in creating new authority for a kyai. This study is important to see how the existence of new media strengthens the kyai's authority as a religious leader in society. The questions to be answered in this research are the following: How is kyai's authority in the era of new media? How did K.H. Anwar Zahid builds his authority? How did K.H. Anwar Zahid use that authority in his dakwah? This research combines empirical and theoretical data on K.H. Anwar Zahid which explore the online (YouTube) and offline (direct) data. The results of this study indicate that the new media does not shift the traditional authority of a kyai as a religious leader, but rather the authority is further strengthened with the celebrity's authority of a new media that gets consensus recognition by the public.*

**Keywords:** ceramah, kyai, new media, religious authority.

### Pendahuluan

Kyai atau pemimpin agama Islam di Indonesia merupakan sosok yang sangat sentral di masyarakat terkait kedudukannya sebagai pemegang otoritas keagamaan (Turmudi, 2006; Sunarwoto, 2015). Studi mengenai otoritas kyai telah banyak ditulis oleh sejumlah sarjana (Dhofier, 1994; Kramer & Schimdtke, 2006; Turner, 2007; Zaman, 2002, 2006, 2009; Fealy, 2009; Hatina, 2010; Meuleman, 2011). Menurut Fealy, otoritas kyai diperoleh terutama dari pengetahuan agamanya, khususnya dalam bidang tauhid, fiqh, dan bahasa Arab (Fealy, 2009: 23-24). Berbeda dari Fealy, Meir Hatina (2010: 2-3) dalam studinya mengungkapkan bahwa otoritas ulama (kyai) tidak semata-mata didapat berdasarkan

pada pengetahuan keagamaannya, atau kedudukannya sebagai pimpinan pesantren serta kemampuannya menyebarkan dakwah tetapi juga dari karismanya yang diperoleh melalui kesalehan dan sikap kesehariannya yang berhasil menciptakan kapasitas berkah dan keramat dalam dirinya. Dalam hal ini Sunarwoto (2015: 5) juga sependapat dengan Hatina bahwa masyarakat menghormati seorang kyai tidak serta merta karena pengetahuan agamanya melainkan juga karena sikapnya.

Beberapa kajian bahkan mendiskusikan otoritas kyai dalam konteks yang lebih spesifik. Di antaranya adalah kajian yang berkaitan dengan otoritas dan peran kyai dalam mengeluarkan fatwa (Kaptein, 2004; Ichwan,

2005; Hosein, 2008) dan peran kyai dalam kancah politik (Turmudi, 2006; Kholifah, 2010; Fauzi, 2012; Mochtar, 2015). Baru-baru ini kajian tentang otoritas kyai atau ulama dikaitkan dengan *oratorical* dakwah (Hoesteray, 2008, Howell, 2008, Howell, 2010, Millie, 2008, Hasan, 2009, Nisa, 2012). Akan tetapi, studi mereka secara umum fokus pada para penceramah populer yang aktif berdakwah secara daring (dalam jaringan) melalui media baru.

Tulisan ini menampilkan hal yang berbeda dengan fokus membahas seorang penceramah populer berlatar belakang kyai yang berdakwah dari luring (luar jaringan) ke daring (dalam jaringan), utamanya pada K.H. Anwar Zahid dari Bojonegoro, Jawa Timur. Dalam tulisan ini penulis tidak menempatkan kyai hanya sebagai pemilik otoritas keagamaan semisal berceramah, melainkan juga menghubungkannya dengan keberadaan media baru, khususnya *YouTube* yang berkontribusi dalam memperkuat otoritas pribadi K.H. Anwar Zahid dalam menyebarkan ajaran Islam.

K.H. Anwar Zahid dipilih sebagai fokus kajian karena ia merupakan kyai lokal sekaligus penceramah yang telah populer secara luring sejak 2007. Ia tidak berceramah secara *on air* menggunakan media radio atau televisi, tetapi belakangan video ceramahnya banyak diunggah di *YouTube* dan membuatnya semakin masyhur. Hal ini dibuktikan dengan salah satu video ceramahnya yang diunggah oleh akun Sayidun Java di *YouTube* pada 6 April 2017 di mana telah ditonton 2.695.771 kali penonton dengan *like* 8 ribu, *dislike* seribu dan 20 ribu *subscribe* (Ceramah “KH. Anwar Zahid adzan pakai nada dangdut” diakses pada 6 Juni 2017).

Sebagai sebuah media baru, *YouTube* memiliki kelebihan tidak hanya menampilkan gambar dan suara, melainkan merupakan media penyedia layanan video yang dapat diakses secara gratis baik mengunggah, menonton, maupun berbagi klip video. Selain itu, *YouTube* juga memiliki ruang penyaji komentar bagi penonton dan penonton dapat menyukai ataupun tidak menyukai postingan. Ceramah *YouTube* juga dapat menciptakan kesalehan atau pengalaman spiritual tersendiri bagi penontonya (Hirschkind 2012: 5-21). Ceramah *YouTube* ini menggambarkan suatu kenyataan bahwa dakwah di Indonesia kontemporer hari ini telah diwarnai oleh kehadiran aktif masyarakat Muslim dalam berbagai media sosial, yang disebut Nisa (2018:

1-2) sebagai *soft or light* dakwah. Dalam hal ini dakwah tidak sekedar mencakup aspek bahasa verbal melainkan juga bahasa visual yang memuat konten positif dan ujaran yang mengandung motivasi dalam postingan.

Tulisan ini mengeksplorasi seberapa besar peran *YouTube* sebagai media baru dalam menciptakan otoritas baru bagi seorang kyai melalui pengajiannya. Eksplorasi penulis fokus pada sejumlah video ceramah K.H. Anwar Zahid yang diunggah di *YouTube*. Studi ini untuk melihat bagaimana kehadiran media baru memperkuat otoritas kyai sebagai pemimpin agama di masyarakat. Tulisan ini setidaknya mendiskusikan tiga pertanyaan. Pertama, seperti apakah otoritas kyai di era media baru? Kedua, bagaimana K.H. Anwar Zahid membangun otoritasnya? Ketiga, bagaimana K.H. Anwar Zahid menggunakan otoritas tersebut dalam ceramahnya?

Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, tulisan ini dibagi menjadi lima bagian. Pada bagian pertama, tulisan ini memaparkan tentang latar belakang yang menjadi fokus kajian. Bagian kedua tulisan ini mendeskripsikan tentang kyai, otoritas agama, dan media. Pada bagian ketiga, tulisan ini menjelaskan profil singkat K.H. Anwar Zahid, di mana dengan media baru statusnya saat ini tidak hanya sebagai kyai melainkan juga sebagai selebriti. Dalam sub bab ini juga akan diuraikan mengenai latar belakang keilmuan K.H. Anwar Zahid hingga perjalanan karirnya dari masa ke masa. Pada sub bab berikutnya, penulis menyajikan pembahasan khusus terkait video ceramah K.H. Anwar Zahid di *YouTube* sebagai ruang pembentuk otoritas agama. Pada sub bab selanjutnya pembahasan penulis berkenaan dengan otoritas dan peranan media dalam pengajian K.H. Anwar Zahid. Terakhir, tulisan ini ditutup dengan kesimpulan.

Secara metodologi, penelitian ini mengkombinasikan data empiris dan teoritis terhadap ceramah K.H. Anwar Zahid. Data empirisnya bersumber dari penelaahan video ceramah K.H. Anwar Zahid yang diunggah di *YouTube* oleh beberapa akun. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara terhadap sejumlah audiens K.H. Anwar Zahid untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media dalam membentuk otoritas kyai. Sedangkan data teoritis artikel ini berasal dari pembacaan atas sejumlah literatur yang terkait dengan kyai, media, dan otoritas agama.

## Kyai, Otoritas Agama, dan Media

Untuk mengetahui hubungan antara kyai, otoritas agama, dan media maka terlebih dahulu dielaborasi konsep ketiganya. Secara umum kyai disebut juga ulama. Dalam Kamus Bahasa Indonesia, kata ulama diartikan sebagai orang yang pandai dalam pengetahuan agama Islam (Pusat Bahasa, 2008: 42). Nadirsyah Hosen (2008: 159) menambahkan bahwa ulama adalah istilah untuk menyebut ahli agama Islam secara umum. Hal ini dapat dipahami bahwa ulama merupakan mereka yang memiliki keahlian dalam bidang ilmu agama Islam seperti ilmu tafsir, hadits, kalam, bahasa Arab dengan paramasastranya seperti *balaghah*, *sharaf*, *nahwu*, dan sebagainya (Muhtarom, 2005: 12). Untuk konteks Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Madura, ulama lebih akrab disapa dengan Kyai (Dhofier, 1994: 55).

Di Indonesia, kyai merupakan tokoh agama yang memiliki posisi sentral di masyarakat. Posisi tersebut berkaitan dengan statusnya sebagai orang yang berpendidikan agama dan memiliki kekayaan yang banyak disalurkan untuk kepentingan umat (Turmudi 2006: 1). Oleh karena itu, secara tradisional figur kyai tidak dapat dilepaskan dari pesantren sebagai lembaga tempat belajar agama maupun belajar tentang arti kehidupan. Di pesantren tersebut, banyak orang yang *nyantri* atau belajar agama sekaligus mengabdikan kepada kyai, sehingga tidak hanya kebutuhan akan ilmu dan spiritualitas yang terpenuhi, melainkan juga kebutuhan ekonominya. Di desa-desa yang berada di Jawa Timur dan Jawa Tengah, eksistensi pesantren tidak sekedar sebagai lembaga pendidikan, melainkan juga memberdayakan masyarakat baik melalui pertanian, peternakan, perdagangan, maupun *home industri*, sehingga tercipta masyarakat yang religius sekaligus mandiri secara ekonomi. Peran sentral kyai tersebut menjadikannya memiliki status yang tinggi di masyarakat.

Tidak hanya itu, peran sentral kyai juga berlaku dalam hal menciptakan masyarakat religius. Terhadap hal ini, selain melalui sikap personalitasnya, kyai dituntut untuk berdakwah secara intens di masyarakat. Ketokohan seorang kyai tidak terbatas di dalam lingkungan pesantrennya melainkan juga hadir di masyarakat secara langsung. Dengan ilmu agamanya, kyai dibutuhkan masyarakat untuk menjadi pemimpin agama, pembimbing spiritualitas, serta pemberi

siraman rohani, sehingga masyarakat akan mampu mengetahui dan memahami ajaran-ajaran Islam dengan benar. Jadi, pada dasarnya masyarakat membutuhkan seorang dai yang berlatar belakang kyai dengan kredibilitas ilmunya untuk menuntun mereka menjalani kehidupan beragama dan bersosial dengan baik.

Sebagai pemimpin agama Islam, kyai menyandarkan dirinya pada otoritas agama. Otoritas agama merupakan sebuah konsep yang sangat luas, sukar dipahami, dan telah menjadi pusat perdebatan sekaligus kontestasi di kalangan umat Muslim (Kaptein, 2004; Kramer & Schimdtke, 2006; Zaman, 2009). Otoritas dapat didefinisikan sebagai hak untuk menerapkan ketaatan atas nama nilai-nilai umum dan aturan perilaku yang dimiliki oleh mereka yang menjalankan suatu wewenang dan mereka yang diberikan wewenang tersebut. Jika dikaitkan dengan agama, otoritas agama berarti ada hak untuk aturan-aturan yang tidak jelas yang dianggap sesuai dengan kehendak Tuhan. Gagasan tentang otoritas dalam Islam awalnya sangat bermasalah karena pada prinsipnya hanya Tuhan satu-satunya penguasa dan tidak mendelegasikan haknya melainkan hanya perintahnya untuk mematuhi peraturan-peraturan-Nya yang disampaikan melalui wahyu (Gaborieau, 2010: 1). Namun, Kramer (2006) akhirnya menyerderhanakan otoritas agama sebagai teks atau ajaran yang berdasarkan pada agama. Hal ini berbeda dengan otoritas keagamaan yang mana berpusat pada individu atau kelompok yang memiliki peran dalam kaitannya dengan suatu agama (Kramer & Schimdtke, 2006:3). Pemegang otoritas keagamaan Islam pertama kali adalah Nabi Muhammad saw. Seiring berjalannya waktu, otoritas keagamaan tersebut bergeser dari seorang individu yang otoritatif (Nabi) berubah menjadi individu-individu yang beragam sesuai dengan madrasah masing-masing. Di Indonesia, otoritas keagamaan dipegang oleh ulama dengan tradisi, *madhhab*, dan sumber keilmuan yang bervariasi.

Kyai merupakan pemilik otoritas keagamaan tertinggi dalam Islam di Jawa (Sunarwoto, 2015: 1-2). Otoritas keagamaan kyai dibangun di atas otoritas tradisional berupa kemampuan ilmu agamanya (Fealy, 2009, Hatina 2010, Sunarwoto 2015), lulusan pesantren dan Universitas Islam (Nisa, 2018: 5), sekaligus nasabnya yang berasal dari keluarga santri dan memiliki Pesantren (Dhofier, 1994, Turmudi, 2006). Selain itu, kyai juga memiliki otoritas karisma. Otoritas karisma berasal dari aura kyai dan dibentuk oleh

masyarakat yang memandang dan mengamati personalitas kyai dan perannya di masyarakat.

Peran sentral kyai telah membentuk otoritas tersendiri pada diri seorang kyai. Dengan otoritas tersebut, kyai menjadi sangat terpendang dan dihormati di kalangan masyarakat luas. Penghormatan masyarakat terhadap kyai ada kalanya tidak semata-mata karena ilmunya melainkan karena figur atau ketokohnya yang lahir dari karisma pribadinya. Dengan otoritas karismatik, kyai menjadi panutan dalam segala perbuatannya. Selain itu, sebagai pemegang otoritas karismatik kyai bisa menstimulasi pengikutnya untuk melakukan segala sesuatu karena mereka berada di bawah pengaruh dan otoritasnya (Turmudi, 2006: xvii). Dengan kata lain, otoritas karismatik merupakan otoritas yang lebih legal-rasional di tengah pertumbuhan dan kompleksitas masyarakat. Oleh karena itu, Weber memasukkan istilah karisma sebagai bagian dari pembentuk otoritas pemimpin yang lebih revolusioner sekaligus dapat mengalahkan otoritas tradisional seperti agama, kesucian, dan spiritualitas (Clark, 2012: 114).

Akan tetapi, tidak seperti otoritas tradisional, otoritas karismatik memiliki kelemahan. Hal ini dapat diamati bahwa otoritas karismatik seorang kyai pada dasarnya terbatas hanya pada pengertian legitimasi (Turmudi, 2006: xvii). Dalam masyarakat tertentu, seorang kyai diakui otoritasnya namun tidak demikian pada komunitas lainnya. Misalnya, kyai NU bisa saja otoritatif bagi kalangan NU, tetapi tidak sama halnya bagi kalangan lainnya. Begitu pula dengan kyai tarekat dan kyai partai yang masing-masing memiliki pengikut yang berbeda. Perbedaan ideologi telah membatasi otoritas kyai hanya sebagai tokoh sentral dari ideologi tertentu. Oleh karena itu, otoritas yang melekat pada kyai tidak bersifat utuh melainkan mengalami fragmentasi. Dengan fragmentasi tersebut, pertanyaan tentang siapa pemegang tunggal otoritas agama di masyarakat Muslim Indonesia menjadi problem yang sulit dijawab.

Meskipun demikian, otoritas agama yang dipegang oleh dai dan daiyah cukup berpengaruh di masyarakat disebabkan intensitas eksistensinya di media. Mereka yang sering muncul di televisi, radio, atau bahkan media baru atau media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Video Blogs*, *YouTube*, *Instagram*, dan lain sebagainya akan lebih mudah terkenal dan menjadi selebriti dibanding mereka yang hanya

berceramah secara langsung (non-media). Jika pada 2000-an media televisi telah berhasil menciptakan popularitas para dai seperti Aa Gym, Yusuf Mansyur, dan Arifin Ilham (Fealy & White, 2008), belakangan, dai dan daiyah muda seperti Hanan Attaki dan istrinya Hanien Akira serta Natta Reza menjadi cepat terkenal karena aktif menyampaikan ceramahnya melalui *Instagram*. Melalui media *Instagram* tersebut mereka menampilkan suasana religius dengan ekspresi budaya pop yang menarik bagi pemuda Muslim (Nisa, 2018: 6) seperti memposting ceramahnya dalam video-video pendek yang penuh gambar warna-warni sebagai bagian dari kecanggihan teknologi media baru. Dengan teknologi media baru, dai dan daiyah dapat menjadi selebriti yang memperoleh perhatian penuh dari masyarakat, memiliki banyak pengikut, sehingga otoritas keagamaannya menguat. Bahkan kendati secara umum mereka adalah *lay preacher* (Howell, 2008: 40-62), tidak memiliki dasar pendidikan Islam yang kuat (Nisa, 2018: 5) yang setara dengan ulama (Millie, 2012; Muzakki, 2008), dan tidak lebih sekedar *entertain preacher* (Hoesteray, 2008, Howell, 2008).

Dengan demikian, kuatnya otoritas keagamaan seorang penceramah di Indonesia kontemporer erat kaitannya dengan keberadaan media baru di mana identik dengan otoritas selebritinya. Tetapi bagaimana jika dai yang populer di media baru adalah seorang kyai lokal yang telah memegang otoritas tradisional? Untuk menjawab pertanyaan ini bagian selanjutnya membahas mengenai sosok K.H. Anwar Zahid yang belakangan ini namanya semakin banyak dikenal masyarakat dari semua golongan di tingkat lokal maupun nasional sebagai seorang kyai selebriti.

### **Anwar Zahid: Kyai Selebriti**

Anwar Zahid merupakan seorang kyai dari Jawa Timur yang namanya populer di masyarakat sejak 2007. Popularitasnya itu bukan karena gelar kyai yang ia sandang sebagai tokoh agama dari kalangan NU dan pemimpin pesantren Assyafi'iyah, melainkan posisinya yang selama sepuluh tahun belakangan ini sebagai penceramah. Kyai muda yang memiliki nama lengkap Ahmad Anwar Zahid ini lahir pada tahun 1974 dalam keluarga santri pedesaan. Ayahnya seorang tokoh agama di desa Patoman, Simorejo, Kanor, sebuah kampung di daerah

Bojonegoro, Jawa Timur yang sekarang menjadi tempat tinggal Anwar Zahid.

Meskipun hidup di lingkungan pedesaan, keluarga Anwar Zahid sangat mengutamakan pendidikan terutama pendidikan agama. Sejak kecil Anwar Zahid dididik agama oleh orang tuanya sendiri. Setelah lulus Sekolah Dasar, ia baru diantar oleh ayahnya untuk *nyantri* di Tuban. Pesantren pertama yang dituju Anwar Zahid adalah Pondok Pesantren Langitan Tuban pimpinan K.H. Abdullah Faqih. Pesantren ini merupakan pesantren salaf dan di sini Anwar Zahid belajar Alquran, kitab-kitab hadis, fiqih, tasawuf, dan lain-lain. Setelah tiga tahun belajar di Langitan, Anwar Zahid kemudian pindah *mondok* ke Asrama Pesantren Ta'limul Qur'anil Adhim (APTQ) Bungah, Sampurnan, Gresik, Jawa Timur. Di Pesantren ini Anwar Zahid menghabiskan waktu beberapa tahun untuk mempelajari agama Islam melalui Alquran, Tafsir, dan berbagai literatur kitab kuning. Selain kedua Pesantren tersebut, Anwar Zahid juga pernah mengenyam pendidikan di Pesantren Abuya Sayyid Maliki Al-Hasani, Makkah (Setiawan dalam <http://blogsantridrajat.com> ditulis September 2016 dan Mammun dalam <http://profilbiodataustadz.blogspot.co.id> ditulis Oktober 2016)

Dengan latar belakang pendidikan sebagaimana di atas, Anwar Zahid menguasai ilmu-ilmu keislaman sebagai bekal ia berdakwah di masyarakat. Baginya, berdakwah adalah kewajiban (Ceramah daring Juni 2017). Siapapun yang telah belajar, maka wajib mengamalkan ilmunya dan membaginya pada masyarakat terutama pada masyarakat awam untuk menciptakan lingkungan yang harmonis sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini sesuai dengan hadis Nabi: *Ballighu 'anni walaw ayat* (sampaikanlah darimu walaupun satu ayat). Maka Anwar Zahid sejak tahun 2007 memulai karirnya sebagai penceramah di kampungnya, Bojonegoro.

Dengan kemantapan dan keikhlasan hati, Anwar Zahid berdakwah dari satu kampung ke kampung lainnya memenuhi undangan dari masyarakat. Berbagai undangan ia hadiri, mulai dari peringatan hari besar keagamaan hingga upacara adat dan nasional. Misalnya; Maulid Nabi, Isra' Mi'raj, Muharram, Ramadhan, Nuzulul Qur'an, Syawalan/Halal bi Halal, Meresmikan Masjid/Mushalla, HUT RI, Khitanan, Walimahan, Sedekah bumi, dan

sebagainya. Lokasi Anwar Zahid ketika berceramah pun tidak selalu di masjid, bahkan yang demikian itu jarang terjadi. Setiap undangan ceramah hampir selalu bertempat di lapangan atau alun-alun di mana memudahkan banyak orang untuk berkumpul tanpa mengenal hierarki sosial-agama.

Di Indonesia, lapangan atau alun-alun telah menjadi tempat yang multifungsi terutama bagi masyarakat pedesaan. Ia disediakan sebagai tempat berkumpulnya masyarakat secara terbuka. Semua pertunjukan diadakan di tempat tersebut. Selain karena luas, lapangan atau alun-alun bisa dijangkau oleh semua kalangan. Maka, di Jawa dan beberapa tempat lainnya, acara pengajian juga seringkali memanfaatkan lokasi tersebut, sama seperti acara pagelaran *wayang*, *kethoprak/ludruk*, *layar tancap* (semacam bioskop masyarakat desa zaman dahulu), festival budaya, konser seni musik; *dangdut*, *pop*, *rock*, dan sebagainya. Dengan diadakannya pengajian di lapangan, masyarakat Muslim pedesaan akan berbondong-bondong hadir tanpa ada perbedaan kelas. Berbeda ketika pengajian itu diadakan di dalam masjid, maka mereka yang jarang atau tidak pernah shalat di masjid akan merasa tidak pantas mengikuti. Karakteristik masyarakat yang demikian ini telah lama melekat, sehingga penceramah seperti Anwar Zahid yang tidak pilih-pilih undangan dan merakyat ini sangat sesuai bagi mereka.

“Kalau saya ya senang ikut pengajian Pak Kyai (Anwar Zahid) walaupun saya sendiri masih jarang-jarang jamaah di masjid. Bahasanya yang lugas kadang-kadang membuat saya tersindir, tapi saya suka ceramahnya, enak didengar dan lucu.” (Wawancara dengan Asep pada 29 Juni 2017)

Selain penampilannya yang khas, gaya dan bahasa ceramah K.H. Anwar Zahid juga unik. Sewaktu menyampaikan ceramah, mimik wajah dan bahasa tubuhnya “hidup” serta komunikatif, sehingga audien yang hadir merasa terhibur. Bahasa ceramahnya juga khas. Ia menggunakan bahasa campuran antara bahasa Jawa dan bahasa Indonesia dengan dialek Jawa Timuran. Pilihan diksi dalam ceramahnya selalu menggunakan diksi bahasa orang desa dan anak muda. Dengan demikian, K.H. Anwar Zahid diakui oleh masyarakat sebagai penceramah yang mampu membahasakan nilai-nilai Alquran dengan bahasa masyarakatnya yang mayoritas orang desa. Di antara informan yang penulis

wawancarai mengatakan bahwa salah satu faktor yang membuat dakwah K.H. Anwar Zahid dikenal oleh masyarakat luas adalah

“...karena dakwah beliau ini membumi banget. Beliau mampu membahasakan nilai-nilai agama dengan bahasa masyarakat. Jadi, kita mudah menerima.” (Wawancara dengan Ahmad pada 1 Juni 2017)

“Yang menarik juga, ceramahnya sangat kontekstual dalam ukuran masyarakat pedesaan. Gaya ceramahnya khas dengan kelucuan ala santri, dan beliau memiliki dasar keilmuan agama yang kuat, tidak seperti ustad-ustad baru di media sosial.” (Wawancara dengan Rahmawati 12 Juni 2017).

Apa yang dikemukakan oleh informan di atas mewakili citra yang selama ini terbentuk dari eksistensi dakwah kyai lokal khususnya K.H. Anwar Zahid. Ia tidak sekedar membangun sebuah argumen tentang sosok K.H. Anwar Zahid, namun juga membandingkannya dengan para dai baru yang akhir-akhir ini populer di internet. Dengan komentarnya di atas, secara tidak langsung ia juga mengklaim bahwa otoritas tertinggi seorang pendakwah terletak pada sumber keilmuan agama yang mumpuni dan kemampuannya mengkontekstualisasikan nilai-nilai agama ke dalam konteks masyarakat. Kedua hal ini bisa ditemui dalam pribadi seorang yang berstatus sebagai dai kyai lokal, yakni K.H. Anwar Zahid.

Namun, Anwar Zahid bukanlah satu-satunya dai kyai yang muncul di Jawa Timur. Melalui radio, orang-orang di Jawa Timur mengenal banyak kyai yang berceramah baik dengan model mengaji kitab maupun ceramah biasa. Misalnya yang banyak diputar oleh masyarakat di daerah Tuban-Bojonegoro-Lamongan adalah pengajiannya K.H. Imron Jamil dari Pesantren Tambak Beras Jombang dan K.H. Abdul Ghafur dari Pesantren Sunan Drajat Lamongan. Pengajian para kyai tersebut ada yang *on air* (langsung disiarkan di radio) ada pula yang *off air* (melalui kaset). Beberapa informan yang penulis temui di Tuban, Bojonegoro, Lamongan, dan Rembang mengaku sering memutar pengajian-pengajian tersebut. (Wawancara dengan Ina, Sufyan, Hadi, dan Joko pada 4-5 Juli 2017)

“Suami saya setiap selesai *subuhan* selalu memutar pengajian Pak K.H. Imron Jamil. Saya ikut mendengarkan sambil menyiapkan sarapan. Alhamdulillah banyak nasihat yang

kami peroleh meskipun kami tidak pernah bertemu langsung dengan beliau. Tapi kami yakin beliau itu kyai yang berilmu tinggi.” (Wawancara dengan Ibu Ina pada 25 Juni 2017)

Dengan media radio, pengajian-pengajian tersebut sangat populer di masyarakat. Hal ini berbeda dengan kebiasaan Anwar Zahid. Ia tidak *on air* di radio, melainkan selalu hadir secara fisik di desa-desa dengan memenuhi undangan ceramah yang dialamatkan padanya. Dengan kata lain, jika para dai kyai memperoleh penggemar melalui radio yang termediasi, Anwar Zahid mampu mengumpulkan massa penggemarnya dalam bentuk kehadiran fisik.

Selain tidak muncul di radio, Anwar Zahid juga tidak populer di televisi. Ia tidak seperti almarhum K.H. Zainuddin MZ yang tersohor di radio dan televisi hingga mendapat sebutan sebagai dai sejuta umat. Ia juga tidak seperti K.H. Abdullah Gymnastiar, K.H. Yusuf Mansur, K.H. Arifin Ilham, dan sebagainya yang berceramah di televisi mewakili dai urban Muslim perkotaan. Tidak demikian dengan Anwar Zahid. Ia mewakili dai kyai lokal yang kukuh berdakwah ala santri dan secara fisik melayani masyarakat semua kalangan.

Karena itulah dari tahun ke tahun ceramah Anwar Zahid semakin terkenal di mana-mana. Tidak hanya di Jawa Timur, Anwar Zahid telah hadir mengisi pengajian diberbagai pulau di Indonesia seperti di Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, dan sebagainya. Jadwal ceramahnya pun semakin padat. Untuk menghadirkan Anwar Zahid, masyarakat harus antri hingga tiga tahun. Terlebih, sejak tahun 2011 ia membatasi jadwal ceramahnya hanya sebanyak tiga kali dalam seminggu. Hal ini karena selain berdakwah ke luar kota, ia memiliki tanggung jawab terhadap pesantrennya dan Majelis Ta’limnya yang bernama *Maqomam Mahmudah*. K.H. Anwar Zahid mendirikan pesantren sebagai salah satu cara membaktikan ilmunya dan mendidik kader-kader muda di daerahnya agar senantiasa memiliki ilmu agama yang cukup sebagai bekal hidup sekaligus memiliki kemampuan berdakwah. Sebagai wujud dari cita-cita tersebut Anwar Zahid juga memberikan beasiswa *nyantri* dan sekolah bagi anak-anak yang terkendala biaya. Sedangkan Majelis *Maqomam Mahmudah* ini merupakan majelis taklim dan dzikir secara rutin setiap malam Jum’at bagi masyarakat sekitar di mana K.H. Anwar Zahid tinggal (Mamnun dalam

<http://profilbiodataustadz.blogspot.co.id> ditulis Oktober 2016).

Disadari atau tidak, posisi Anwar Zahid sebagai dai kyai sebagaimana dipaparkan di atas telah melahirkan otoritas keagamaan yang kuat bagi dirinya. Ia berasal dari lingkungan keluarga santri, memiliki akar pendidikan Islam tradisional sejak kecil, hidup di pesantren, dan secara pribadi ia berupaya mengabdikan dirinya untuk berdakwah di masyarakat dengan menjadi dai, mendirikan pesantren serta majelis taklim. Kehadirannya secara fisik di tengah-tengah masyarakat dalam berbagai acara merupakan aspek penting dalam melahirkan otoritasnya sebagai dai. Masyarakat dapat bertemu secara langsung dengannya ketika mengaji dan mendakwahkan Islam. Model dakwah yang demikian menunjukkan pembauran antara kyai dengan masyarakat yang mana dapat memperkuat hubungan solidaritas sosial-agama. Hal ini tentu berbeda dengan dai yang *on air* di radio atau di media televisi di mana tidak dapat mengikat relasi yang lebih dekat karena ketiadaan perjumpaan langsung secara fisik. Model dakwah tradisional K.H. Anwar Zahid inilah yang mendorong popularitasnya dan membentuk otoritas baginya sebagai dai kyai.

Kuatnya otoritas K.H. Anwar Zahid sebagai dai kyai, seiring berjalannya waktu menjadikan banyak penggemarnya merekam ceramahnya sehingga tersebar melalui mp3 dan kaset. Begitu pula ketika memasuki era *network society* di mana internet dikenal luas dan menjadi bagian dari kehidupan semua lapisan masyarakat, ceramah Anwar Zahid semakin populer diunggah di media online seperti *YouTube*. Meskipun ceramahnya bersifat luring (*offline*) dan yang ada di mp3 dan *YouTube* hanya berupa rekaman, bagaimanapun bisa dikatakan bahwa media ceramah Anwar Zahid telah berevolusi dari non-media ke audio mp3 dan menuju audio visual di *YouTube*.

Meskipun demikian, media-media yang menjadi pilihan tersebarnya konten ceramah Anwar Zahid memiliki sifat yang sama, yakni dapat diakses dengan mudah dan gratis selama terhubung dengan internet. Hal ini akan memudahkan masyarakat semua kalangan untuk menjangkaunya. Baik mp3 maupun *YouTube* menjadi media bagi masyarakat untuk tetap bisa mendengarkan pengajian Anwar Zahid terutama bagi mereka yang tidak dapat hadir secara langsung karena perbedaan ruang, persoalan

waktu, tenaga, ataupun biaya. Dengan demikian, masyarakat dapat mengaji dan mendengarkan ceramah Anwar Zahid secara luring (*offline*) maupun daring (*online*).

### ***YouTube* sebagai Ruang Pembentukan Otoritas Agama**

Masuknya nama Anwar Zahid dalam media baru yaitu *YouTube* sebagai seorang penceramah tradisional telah menciptakan dua kemungkinan. Pertama, apakah ia dapat mempertahankan otoritasnya yang diperoleh melalui ceramah luring? Kedua, apakah ia justru akan tergerus oleh keberadaan dai dan daiyah baru yang sejak awal telah muncul di media-media baru dengan membawakan dakwah model baru yang disesuaikan dengan gaya anak muda, Muslim urban, dan budaya pop sebagaimana disebut para sarjana sebagai *Islamic Televangelists* (Echchaibi, 2010, Howell, 2008). Dalam media baru ini otoritas tradisional dai kyai Anwar Zahid berkontestasi dengan otoritas selebriti dai dan daiyah baru. Apakah *YouTube* mampu menjadi ruang pembentukan otoritas baru bagi seorang dai kyai? Bagaimana pula ruang moral yang terbentuk dalam ceramah *YouTube*?

Pada dasarnya model pengajian K.H. Anwar Zahid secara luring (*offline*) dan daring (*online*) tidak banyak perbedaan. Pengajian yang ada di media daring *YouTube* adalah hasil pengambilan gambar dan suara berupa video dari pengajian luring. Suara, gambar, dan penampilan Anwar Zahid ketika berceramah di media luring maupun daring semuanya sama. Yang berbeda hanyalah sifat media yang mengemas ceramah tersebut. Pada pengajian luring, audien dapat melihat dan mendengar secara langsung penceramah dan ceramahnya di suatu majelis. Mereka juga bisa mengamati seberapa antusias para hadirin dan merasakan bagaimana suasana yang terbentuk ketika pengajian itu berlangsung. Hal ini berbeda dengan pengajian daring yang melibatkan situs internet. Pada pengajian daring, kita seperti menonton film, melihat dan mendengar apa yang disampaikan dai melalui layar komputer atau sejenisnya tanpa memiliki rasa yang sama dengan menyaksikan secara langsung setiap adegannya. Akan tetapi, salah satu sifat pengajian daring adalah dapat ditonton berulang-ulang sehingga kita bisa terus mengingat materi ceramah dari Anwar Zahid. Seorang informan yang mengaku lebih sering

membuka video ceramah K.H. Anwar Zahid di *YouTube* mengatakan:

“Saya sering menonton pengajian itu berulang-ulang sampai bosan tetapi tetap tidak bosan. Saya hafal beberapa ucapan pak Yai, dan itu membuat saya selalu teringat sehingga saya lebih berhati-hati dalam bersikap.” (Wawancara dengan Eko pada 1 Juli 2017)

Karena menggunakan jaringan internet, pengajian daring mampu bertahan lama di dalam sebuah situs. Ini berbeda dengan pengajian luring yang ditangkap otak manusia, sehingga jika tidak fokus maka memori tentang nasihat-nasihat yang disampaikan seorang dai mudah hilang. Pengajian daring juga bersifat lebih fleksibel dalam arti dapat diakses oleh siapapun, kapanpun, dimanapun, dan dalam kondisi apapun selagi memiliki jaringan internet.

Sebagaimana yang penulis sampaikan pada pembahasan sebelumnya bahwa pengajian Anwar Zahid seringkali berlangsung di lapangan atau ruang terbuka yang mudah dijangkau semua orang, maka, ia selalu disediakan panggung untuk berceramah di sana. Di panggung itu terdapat sepasang meja dan kursi dengan sejumlah minuman untuknya. Tetapi, Anwar Zahid ketika ceramah lebih sering berdiri agar dapat menjangkau seluruh audiennya. Seperti halnya dai lainnya, setelah mengucap salam ia membaca kalimat *muqaddimah* sesuai dengan acara yang diadakan panitia, lalu disusul dengan ucapan penghormatan untuk para ulama, pejabat, tim keamanan, panitia, serta para hadirin. Dalam kalimat akhir *muqaddimah*-nya ia selalu membaca doa *Rabb-ishrahli shadri wa yassirli amri wah-lul ‘uqdatan min-li-sani yaf-qahu qawli wa ja’alli wa-ziran min ahli. Rabbana la tuziq qulubana ba’da idz hadaytana wa hablana min ladunka rahmatan innaka anta al-wahhab.* Yang demikian ini dapat kita saksikan secara luring maupun daring.

Untuk melihat bagaimana pengajian Anwar Zahid secara daring, pertama-tama, penulis mulai dengan memeriksa sejumlah video ceramahnya yang dibagi ke *YouTube*. Video pengajian tersebut dikemas dengan menarik, yakni sebelum masuk ke konten ceramah, video tersebut menyajikan suara (lagu), gambar, dan tulisan berupa nasihat. Penulis ambil contoh pada video pengajian Anwar Zahid yang diunggah oleh akun “Pengajian Terbaru 2016”. Ketika meng-klik sebuah video ceramah, kita

akan disuguhi gambar seperti pemandangan luar angkasa dengan gemerlap warna-warni bintang. Beriringan dengan munculnya gambar, terdengar suara lagu India “Tum Hi Ho” yang liriknya digubah menjadi lirik lagu shalawat Nabi “Ya Rasulallah” dimulai dari intro singkat dan dilanjutkan dengan se bait lagu. Kemudian sebelum lagu itu berakhir, muncul kalimat pembuka yang hanya ditemui dalam ceramah daring *YouTube* sebagaimana berikut:

“Assalamualaikum. Selamat datang kembali di chanel Pengajian Terbaru 2016. Jangan lupa *subscribe* ya. Semoga bermanfaat.”

“Jangan lupa *share*. Gratis. Satu kebaikan yang kita sebar, kita juga akan mendapat kebaikan yang sama pula.”

Kalimat ini menjadi ungkapan bahwa dengan menyebarkan video ceramah ini akan memperoleh pahala yang mana hal ini tidak pernah dijumpai dalam ceramah luring. Dalam ceramah luring, siapa yang hadir dalam majelis itulah yang mampu mendengar dan mendapat ilmu dari kyai, dan mereka yang datang ke pengajian tentu akan mendapat pahala. Jikalau kemudian orang tersebut menceritakan konten ceramahnya pada orang lain, ia juga berpeluang memperoleh pahala (*ballighu ‘anni walaw ayat*) tetapi apa yang ia sampaikan sudah bercampur dengan pemahamannya, bukan murni apa yang disampaikan oleh penceramah. Berbeda dengan ceramah daring, orang yang mendapat pahala bukan sekedar dia yang menonton, melainkan juga mereka yang membagi video ceramah tersebut secara utuh. Dengan kata lain, media baru (*YouTube*) memberi ruang kebaikan lebih banyak dalam hal menyampaikan ceramah Anwar Zahid.

Video ceramah K.H. Anwar Zahid rata-rata berdurasi sekitar 1 jam 30 menit. Video tersebut diunggah di *YouTube* oleh seseorang dengan sejumlah akun yang berbeda. Di antaranya adalah akun “Pengajian Terbaru 2016”, “UMAMTV01”, “Amin Lestari”, “Xiaomi Redmi”, “Last Love”, “Santri Wati”, “Dakwah Islam”, “Buddy Mambrah”, “Pintu Hidayah”, “Studio Pengajian Islam”, “Aswaja Tube”, “Anwar Zahid Mania”, “K.H. Anwar Zahid” sendiri, dan sebagainya. Akun tersebut tersedia secara gratis bagi siapa saja yang ingin mengeposkan video ke situs ini. Selain itu, pengunjung juga bisa menambahkan tanggapan di bagian “komentar” yang ada di bawah jendela video. Tidak ada informasi yang cukup

mengenai pemilik akun-akun tersebut. Akun-akun pengunggah video ceramah K.H. Anwar Zahid sifatnya juga tidak tetap.

Link akun pengunggah video dapat diakses secara mudah dengan *klik* di bagian sudut kanan atas layar *YouTube*. Di halaman tersebut terdapat tautan ke koleksi video favorit, komentar pengunjung, informasi tentang biografi singkat K.H. Anwar Zahid dan tema ceramahnya yang telah disusun oleh pemilik akun web. Namun, untuk dapat memberi komentar di halaman milik situs web, pengunjung *YouTube* harus memiliki akun *Youtube* pribadi, sehingga

dapat diakses melalui tautan di setiap komentar. Di masing-masing akun, video ceramah K.H. Anwar Zahid ini dipersonalisasi secara beragam dari segi audio, visual, maupun gambarnya.

Sebagai kelanjutan dari pemeriksaan terhadap video ceramah di *YouTube* K.H. Anwar Zahid, penulis secara langsung masuk ke konten video tersebut. Eksplorasi yang pertama penulis tujukan pada 3 video ceramah yang memiliki jumlah *viewers* paling tinggi pada 6 Juni 2017, sebagaimana berikut:

| Judul Ceramah                            | Diposkan      | <i>Viewers</i> | <i>Like</i> | <i>Dislike</i> | Jumlah Komentar |
|--|---------------|----------------|-------------|----------------|-----------------|
| Ngapalke Jeneng Randha sak-Kecamatan     | 12 maret 2017 | 723.546        | 3.326       | 358            | 500             |
| Jilbabane Gedhe Tapi Germo               | 21 maret 2017 | 506.797        | 2.328       | 310            | 457             |
| Lagi Iki Ono Setan Iso Muni Allahu Akbar | 9 mei 2017    | 131.915        | 951         | 67             | 201             |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dalam waktu 4 bulan sejak video diunggah, jumlah penontonnya telah mencapai lebih dari 700 ribu penonton, sebuah angka yang sangat besar. Selain itu, perbandingan antara yang menyukai (*like*) dan yang tidak menyukai (*dislike*) juga tidak seimbang di mana yang menyukai jauh lebih banyak. Begitu pula dengan jumlah komentar yang sebagai respon dan banyak mengandung ujaran-ujaran positif, seperti doa, perasaan damai, memperoleh ilmu, hingga mengharap berkah kepada K.H. Anwar Zahid.

Dilihat dari segi judul ceramah, “Ngapalke Jeneng Randha sak-Kecamatan”, “Jilbabane Gedhe Tapi Germo,” dan “Lagi Iki Ono Setan Iso Muni Allahu Akbar” secara umum tidak menampilkan sebagai judul ceramah, melainkan ungkapan-ungkapan yang mengandung lelucon dengan bahasa Jawa Ngoko. Begitu pula ketika kita menonton videonya, kita akan terkesan dengan penampilan K.H. Anwar Zahid yang sederhana, humoris, serta kemampuannya untuk membahasakan ajaran-ajaran Alquran dengan kemasan yang menghibur pendengar. Uniknya, ceramah K.H. Anwar Zahid ini menggunakan bahasa Jawa dengan logat khas *Jawa Timuran* yang lebih kasar bila dibandingkan bahasa para dai pada umumnya. Keunikan dakwah K.H. Anwar Zahid ini banyak mendapat respon positif dari

masyarakat. Hal ini seperti yang terlihat dari sejumlah komentar dari para *viewers* di situs *YouTube*-nya.

Berdasarkan penelusuran penulis, jenis respon yang paling umum tertinggal dibagian “komentar” video ceramah K.H. Anwar Zahid berupa rasa senang (mendapat ilmu, terhibur, memperoleh semangat, dan ketenangan), pujian, dan doa. Berikut ini penulis tampilkan komentar yang penulis ambil dari situs tersebut di mana beberapa orang misalnya mengatakan seperti ini: “Nyimaknya adeemmm, *nggak* bikin bosen. Segeerrrrr, Original”; “Sejuuuuuk *tenan* (sangat menyejukkan)”; “*Pikiran semrawut digawe rungokne iki jan langsung adem* (mendengarkan ceramah ini mengubah pikiran ruwet menjadi tenang.)” Ungkapan-ungkapan tersebut menggambarkan betapa ceramah K.H. Anwar Zahid memiliki efek khusus bagi para pendengarnya terutama dalam hal ketenangan jiwa. Sekilas, pertanyaan penulis adalah unsur apa yang membuat suasana hati mereka tenang ketika mendengar ceramah tersebut?. Jika karena humornya, jawaban tersebut terkesan kurang meyakinkan. Sebab, humor itu menghibur namun hanya sesaat dan tidak terkait dengan perasaan damai yang melekat di hati pendengar.

Komentar serupa datang dari berbagai kota dan negara seperti Hongkong, Taiwan, Malaysia, Dubai, Thailand, dan sebagainya. Perbedaan ruang menjadikan mereka memilih

untuk mengikuti pengajian (ceramah) K.H. Anwar Zahid di *YouTube* untuk memperoleh tambahan ilmu.

“Assalamualaikum Taiwan hadir nderek ngaos pak Kyai Anwar Zahid. Barokalloh mugu diparingi kesehatan ugi rizki ingkang barokah. Amin”; “Walaupun aku nggak bisa lihat aslinya KH. Anwar Zahid tapi aku selalu mengikuti pengajiannya lewat *YouTube*. Terima kasih Pak Ustad, tambah ilmu juga akhirnya. Alhamdulillah ayem dan seneng atiku.”

Ada juga yang secara terang-terangan mengaku mendengarkan ceramah K.H. Anwar Zahid sambil bekerja dapat menambah asupan semangat.

“Ngasto sambil mirengne pengaosane pak kyai Anwar malah makin semangat, nambah ilmu lan terhibur kalih guyonanne. Mugu-mugu barokah angsal kulo mirengne pengaosane pak kyai anwar, amin (Mengajar sambil mendengarkan pengajian pak Kyai Anwar Zahid semakin membuat penulis semangat, bertambah ilmu, dan terhidur dengan candaannya. Semoga dengan mendengarkan pengajian beliau, penulis bisa mendapat barokahnya, amin).”

Komentar lainnya banyak yang bernada pujian. Misalnya: seseorang menulis komentar: “Ceramah yang mudah dipahami oleh semua golongan mulai dari yang muda sampai yang tua. *Good Kyai Anwar Zahid.*” Ada pula yang mengatakan:

“Iyo iki ceramah sing nggak bikin bosan. Mudah dipahami”; “Subhanallah, ceramahnya sungguh bermanfaat dan penuh arti. Terima kasih Pak Kyai”; “Ulama itu ya seperti ini, memberikan pencerahan bukannya mengkafirkan, menghujat, menghina, mendoakan keburukan untuk orang lain...!”

Komentar-komentar tersebut lebih menunjukkan sebuah ekspresi yang lahir dari mereka yang mengapresiasi ceramah K.H.

Anwar Zahid secara konten. Kesan penulis, ada banyak hal yang dapat diambil oleh para pendengar ketika menyimak apa yang disampaikan oleh K.H. Anwar Zahid. Hal ini karena K.H. Anwar Zahid merupakan tipe penceramah yang mampu membahasakan ajaran-ajaran Islam dengan bahasa dan tradisi masyarakatnya, sehingga penyampaiannya mudah dipahami oleh masyarakat, terutama kalangan orang desa atau kelas sosial menengah ke bawah. Dengan latar kehidupannya sebagai *Kyai* kampung, K.H. Anwar Zahid sangat menyadari siapa dan ada di mana dirinya dan masyarakatnya. Oleh karena itu, ia memilih menggunakan dialek bahasa *Bojonegoro-an* salah satu alasannya adalah kepentingan audien. Begitu juga dengan kemasan materi ceramahnya yang dibuat sedemikian “santai tapi serius” dan dibumbui dengan humor. Agaknya, jika para wali seperti Sunan Bonang dan Sunan Kalijaga berdakwah dengan menyertakan unsur seni agar mudah diterima masyarakat, demikian halnya dengan K.H. Anwar Zahid.

Kembali menjelajahi kolom komentar di jendela video ceramah K.H. Anwar Zahid, kita juga mendapati sejumlah ucapan yang berisi doa dan harapan dari para pengunjungnya. Misalnya: “Assalamualaikum wr.wb. nderek ngaji pak kyai, ngalap barokahenipun mugu-mugu manfaat dunia akhirat Amin Amin Amin YRA...”; “Pak Kyai semoga sehat dan kita dapat selalu mendengar dakwahnya terus!!!”; “Justru ada *guyone niku lho bah* yang bikin semangat kerja. Buka *YouTube* ya hanya *dengerin* ceramah abah Anwar. Semoga Abah Kyai selalu sehat amin.”; “Sehat terus *nggih* Pak. *Ngaose penak*, mudah dipahami dan dimengerti. *Ono selingane marai ora ngantuk*. Penontone semangat.”; “Semoga bisa meneladani.” Kemudian ada juga seseorang yang menulis doa yang panjang seperti di bawah ini:

بِسْمِ اللَّهِ مَشَاءَ اللَّهِ اللَّهُمَّ بَارِكْ لَنَا وَسَيِّخْنَا وَاسْتَانِدْنَا فِي عِلْمِهَا وَيَطْوِلْ فِي عَمْرِهَا وَيُعْطِ بِهَا الصِّحَّةَ وَالْعَافِيَةَ يَا رَبَّ الْعَالَمِينَ اللَّهُمَّ انصُرِ الْمُسْلِمِينَ أَهْلَ السَّنَةِ وَالْجَمَاعَةَ فِي أِنْدُونِيْسِيَا وَفِي كُلِّ مَكَانٍ يَا رَبَّ اللَّهُمَّ تَقَبَّلِ الدَّعَاءَنَا إِنَّكَ سَمِيعٌ مُجِيبٌ الدَّعَاءِ اللَّهُمَّ أَمِينَ يَا أَرْبَ الْعَالَمِينَ.

Dari sekian respon para pengunjung yang disampaikan di kolom komentar, sangat sedikit yang memberi respon negatif. Dari video yang paling banyak ditonton, hanya ada satu orang yang memberi tanggapan agak

berbeda dengan mayoritas. Tulisnya: “Pak yai *mbok ojo* pidato jorok lah.” Kalimat tersebut tidak lama kemudian segera direspon oleh pengunjung lain, seperti berikut:

“Jangan dilihat dari segi pornonya mbak karena itu hanya selingan supaya tidak bosan. Mohon dilihat dari segi makna ceramah nya” dan “*Hmm,, ngetarani nek ra naite mirengne abah anwar, komentar tirose porno. hmmmmmm...ngajiii nek ra enek guyone jama'ah yo ngantok brow.*”

Seperti yang ditulis oleh Hirschkind, mereka yang mengunjungi halaman komentar semacam itu selain mengekspresikan penghakiman, juga tampil dengan sebuah tanggapan etis. Ruang virtual di mana ceramah disajikan telah menghasilkan pembedaan moral melalui praktik komentar dan tanggapan (Hirschkind, 2012: 9).

Telah disebutkan di atas bahwa sebuah video ceramah Anwar Zahid mampu menciptakan ruang moral bagi para audien. Hal ini tentu tidak terlepas dari eksistensi sebuah media baru yang di antaranya terletak pada suara dan gambar. Memang, secara visual, video ceramah Anwar Zahid tidak cukup bagus karena terkadang gambarnya tidak fokus akibat pengambilan gambarnya dengan kamera sederhana dan seadanya. Namun, hal itu tidak berpengaruh terhadap para pengunjungnya. Bahkan, berdasarkan komentar-komentar pengunjung, tidak ada pengunjung yang meragukan video ceramah tersebut. Fenomena ini membuktikan bahwa visualitas ceramah tidak menjadi hal yang cukup urgen bagi para audiennya.

Dengan demikian, eksplorasi ini menunjukkan bahwa sebuah media online dalam hal ini *YouTube* dengan arsitekturalnya mampu membentuk otoritas keagamaan pada praktik berceramah seorang kyai. Ceramah *YouTube* juga mengahdirkan ruang moral bagi penontonnya tidak hanya berupa konten ceramah KH. Anwar Zahid tetapi juga aspek-aspek lain yang ditampilkan oleh media baru tersebut. Hal ini tidak saja menjadikan otoritas dakwah KH. Anwar Zahid dapat bertahan di dalam media baru melainkan media baru tersebut semakin memperkuat otoritasnya sebagai dai kyai selebriti.

### Otoritas dan Media Akar Rumpun

Apa yang dikenal masyarakat Muslim Indonesia sebagai ceramah agama, penulis tempatkan sebagai salah satu model dakwah, sebagaimana disebut Julian Millie dengan dakwah *oratory* (Millie 2008: 80-94). Dakwah, dengan kata lain merupakan *oral exegesis* (Gade, 2004: 16; Gorke & Pink, 2014: 361-378)

terhadap Alquran yang diaplikasikan dengan beragam cara dalam konteks global. Maka, penceramah atau pendakwah pada dasarnya adalah interpreter Alquran yang menyeru kepada umat untuk menuju pada ketaatan dan kesalehan hidup.

Karena statusnya sebagai interpreter Alquran, seorang dai memiliki otoritas untuk menyampaikan ajaran-ajaran Alquran. Otoritas ini tidak muncul dengan sendirinya melainkan dibangun dengan berbagai cara sehingga dapat diterima oleh audiennya. Oleh karena itu, latar pendidikan sangat menentukan apakah seorang dai tersebut layak atau tidak untuk menyampaikan ajaran Islam.

Begitu juga dengan gaya bahasa yang digunakan oleh seorang kyai dalam berceramah. Terhadap hal ini, otoritas penceramah juga menguat ketika materi yang disampaikan mampu menyentuh hati para pendengarnya. Yang demikian ini tidak serta-merta karena kekuatan suara seorang dai, melainkan pada teknik retorika yang memadai sehingga bahasa ceramahnya dapat dengan mudah dipahami oleh audien.

Tidak seperti para dai baru yang berceramah menggunakan media-media baru dengan gaya yang dibuat-buat agar menarik perhatian audiens, Anwar Zahid tetap dengan gayanya sendiri yang lugas dan dialek bahasa yang khas orang kampung. Agar audiensnya cepat memahami apa yang ia sampaikan, ia seringkali menggunakan diksi bahasa lokal Jawa sekalipun ia berceramah menggunakan bahasa Indonesia.

Anwar Zahid juga memiliki *tagline* ceramah yang sangat terkenal di masyarakat, yaitu kalimat *Qulhu wae Lek, Kesuwen*. Kalimat ini tidak sekedar kalimat lelucon melainkan memiliki makna yang dalam dan kontekstual. Mulanya, dengan *tagline* ini menggambarkan ketika Anwar Zahid mengkritik imam masjid yang bersikeras membaca ayat Alquran yang panjang ketika shalat berjamaah padahal ia tidak hafal ayat tersebut. Kritik tersebut sangat kontekstual mengingat shalat jamaah tersebut dilakukan dengan makmum yang terdiri dari orang-orang usia lanjut di sebuah kampung. Maka, kritiknya adalah *Qulhu wae Lek, Kesuwen*, maksudnya baca ayat-ayat pendek saja yang dibahasakan dengan ayat-ayat yang diawali dengan kata *Qulhu*. Ungkapan yang menggelitik ini kemudian menjadi populer di kalangan

masyarakat pecinta Anwar Zahid, termasuk dari kalangan anak-anak.

Popularitas ceramah Anwar Zahid, di antaranya juga karena ia mampu mengemas ceramahnya dengan kemasan yang sangat baik. Sejak pembukaan, ia telah membidik audien dengan tepat, dakwahnya interaktif, dan langsung pada inti persoalan yang diangkat. Meskipun seringkali diselingi humor, tetapi ia menyampaikan itu dengan serius, sehingga terkesan sangat ‘memasyarakat’. Jika kita mengamati ceramah Anwar Zahid, kita akan mendapati bahwa image yang muncul adalah Anwar Zahid sebagai orang kampung, berceramah di kampung-kampung, dengan bahasa kampung, sehingga terkadang terkesan kasar dan kritiknya pedas. Tetapi, yang demikian itu justru menjadi ciri khas untuknya di mana seorang penceramah seringkali menghalus-haluskan ucapan, beliau tidak demikian, melainkan sangat apa adanya.

Selain itu, materi yang disajikan pun sangat khas kampung. Maksudnya, karena di sebuah kampung ada kelompok sosial terkecil yaitu keluarga, maka tausiyahnya selalu berkaitan dengan bagaimana membina keluarga yang baik, bagaimana tercipta hubungan yang baik antara suami dengan istri, anak, dengan orang tua, menantu dengan mertua. Ketika permasalahan diperluas dengan komunitas kampung, maka ditambahkan materi bagaimana menjadi pribadi yang berbudi, bagaimana menciptakan kehidupan yang baik dengan tetangga, dan sebagainya. Dengan kata lain, dalam setiap tausiyahnya Anwar Zahid selalu mengutamakan hal-hal yang sangat sederhana yang sering banyak masyarakat lupa, mendekati masalah-masalah yang terjadi di masyarakat, sehingga mudah dicerna.

Dalam ceramahnya yang lain, Anwar Zahid seringkali menyinggung persoalan yang bersifat nasional. Seperti ketika menyinggung tentang pertandingan sepak bola timnas Indonesia di mana sebelum bertanding diadakan istighosah khusus oleh kyai dan masyarakat Indonesia agar timnas dapat juara. Akan tetapi ketika berlaga dengan timnas Malaysia, timnas Indonesia tetap kalah. Yang demikian ini oleh Anwar Zahid disamakan dengan istighosah sebelum main judi. Jadi, yang salah bukan istighosahnya melainkan tidak menempatkan sesuatu pada tempatnya. Anwar Zahid juga mengkritik orang-orang yang meneriakkan

‘takbir’ dengan lantang untuk membongkar dan membakar warung-warung pada bulan Ramadhan, untuk demo, dan merusak tatanan masyarakat, padahal pada zaman dahulu orang berteriak “takbir” untuk mengusir syetan atau penjajah (Ceramah daring Desember 2016).

Di tengah arus media baru, otoritas ceramah Anwar Zahid tetap bertahan bahkan dapat dikatakan menguat. Hal ini dapat dilihat dari audiennya yang pada mulanya terdiri dari masyarakat lokal di Indonesia berubah menjadi masyarakat Indonesia di berbagai negara. Anwar Zahid diminta untuk mengisi pengajian pada warga Indonesia yang tinggal di luar negeri seperti Jepang, Malaysia, Taiwan, Hongkong, dan Korea. Dengan demikian, Anwar Zahid yang secara pribadi adalah seorang kyai, pemegang otoritas agama di masyarakat, dengan media baru yang ia gunakan dalam menyebarkan dakwahnya yakni *YouTube*, ia mampu mempertemukan otoritas lama dengan otoritas baru dan semakin menguatkan posisinya sebagai seorang pendakwah yang semakin mendunia.

Di samping itu, pada praktiknya otoritas Anwar Zahid tidak sekedar tampak ketika berceramah melainkan juga ketika berhubungan dengan audiens. Anwar Zahid termasuk kyai yang dapat dengan cepat membangun relasi dengan masyarakat pencintanya sekaligus aparaturnya yang selalu mendapat tugas mengamankan pengajian Anwar Zahid. Seperti sepak bola, grup band, atau Habib Syekh, Anwar Zahid juga memiliki fans dengan nama Anzmania yang aktif di media twitter dan instagram.<sup>1</sup> Secara real, fans ini terdapat di berbagai kota dan selalu hadir memeriahkan pengajian Anwar Zahid. Dalam setiap pengajiannya, Anwar Zahid disertai oleh kelompok Banser (Barisan Anzor Serbaguna). Meskipun dalam setiap pengajian Anwar Zahid panitia telah mengundang pihak kepolisian dan TNI, kelompok Banser ini seakan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehadiran Anwar Zahid.

Dengan demikian, munculnya kyai selebriti tidak dapat dilepaskan dari fenomena publik Islam dan komodifikasi agama. Hal ini dapat dimaknai bahwa dengan media baru, Islam

---

<sup>1</sup>Anzmania merupakan komunitas jamaah pengajian K.H. Anwar Zahid yang dibentuk oleh bagian manajemen dakwah K.H. Anwar Zahid, aktif di *Twitter* dan *Instagram* @Anzmania.Indonesia. Tujuannya untuk berbagi informasi antar jamaah.

dapat diekspresikan sedemikian rupa tanpa harus menceraibut otoritas tradisional seorang kyai dalam hal ini pemilik otoritas keagamaan dari akarnya. *YouTube* sebagai media baru telah memperkuat otoritas Anwar Zahid dalam posisinya sebagai kyai lokal menjadi kyai global.

### Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan penulis di atas, ada hubungan yang erat antara kyai, media, dan otoritas agama. Kyai sebagai pemegang otoritas agama tertinggi di Indonesia, pada dasarnya otoritasnya tersebut mewakili otoritas tradisional yang bersumber dari keilmuan Islam dan karismanya. Dengan hadirnya media baru otoritas tersebut tidak semakin memudar melainkan semakin menguat. Diunggahnya video-video ceramah K.H. Anwar Zahid di *YouTube* menjadikan otoritas K.H. Anwar Zahid sebagai penceramah bertambah kuat dengan otoritas selebriti yang didapatnya dari media. Otoritas selebriti yang mendapat pengakuan dari masyarakat secara konsensus ia dapatkan terutama tampak pada banyaknya pengikut atau pecinta K.H. Anwar Zahid baik yang tergabung dalam Anzamania maupun yang tidak. Dengan demikian, media baru berpeluang memperkuat otoritas K.H. Anwar Zahid dengan menjadi dai kyai selebriti yang memanfaatkan media *YouTube* dalam menyebarkan pengajiannya.

### Daftar Pustaka

Anna M. Gade. (2004). *Perfection Makes Practice: Learning, Emotion, and The Recited Qur'an in Indonesia*. Honolulu: University of Hawai'i Press.

Clark, Lynn Schofield. (2012). "Religion and Authority in a Remix Culture: How a Late Night TV Host Became an Authority on Religion" in Gordon Lynch and Jolyon Mitchell with Anna Strhan (ed.), *Religion, Media, and Culture: A Reader*. London: Routledge, hlm. 111-121.

Dhofier, Zamakhsyari. (1994). *Tradisi Pesantren: Studi Tentang Pandangan Hidup Kyai*, Jakarta: LP3ES.

Echaibi, Nabil. (2011). "From Audio Tapes to Video Blogs: the Delocalisation of Authority in Islam", *Nations and Nationalism* 17 (1), hlm. 25-44.

Fauzi, Muhammad Latif. 2012. "Traditional Islam in Javanese Society: The Roles of *Kyai* and *Pesantren* in Preserving Islamic Tradition and Negotiating Modernity", *Journal of Indonesian Islam* 6 (1), hlm. 125-144.

Fealy, Greg and Sally White (ed). 2008. *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*. Singapura: ISEAS.

Fealy, Greg. 2009. *Ijtihad Politik Ulama: Sejarah NU 1952-1967*, terj. Farid Wajidi dan Mulni Adelina Bachtiar, cet. ke-4. Yogyakarta: LKiS.

Gaborieau, Marc. (2010). "The Redefinition of Religious Authority Among South Asian Muslim From 1919 to 1956." in Azyumardi Azra, Kees Van Djik, dan Nico J.G. Kaptein (ed.), *Varieties of Religious Authority: Changes and Challenges in 20th Century Indonesian Islam*. Singapura: ISEAS, hlm. 1-16.

Halim, Fachrizal A. (2015). "Reformulating the Madhhab in Cyberspace: Legal Authority, Doctrines, and Ijtihad among Contemporary Shafi'i Ulama", *Islamic Law and Society*, hlm.413-435.

Hasan, Noorhaidi. (2009). 'The making of public Islam: piety, agency and commodification on the landscape of the Indonesian public sphere', *Contemporary Islam*, 3(3), hlm. 229–250.

Hatina, Meir. 2010. *Ulama, Politics, and the Public Sphere: An Egyptian Perspective*. Turki: The University of Utah Press.

Hirschkind, Charles. (2012). "Experiments in Devotion Online: The *YouTube* Khutba", *Journal Middle East Study*. hlm. 5-21.

Hosen, Nadirsyah. (2008). "Online Fatwa in Indonesia: From Fatwa Shopping to Googling A Kyai" in Greg Fealy and Sally White (ed.), *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*. Singapura: ISEAS, hlm. 159-173.

Hoesterey, James B. (2008). "Marketing morality: the rise, fall and rebranding of Aa Gym", in Fealy and White 2008, hlm. 95–112.

Howell, Julia Day. (2008). "Modulations of Active Piety: Professors and Televangelists

- as Promoters of Indonesian “sufisme”, in Fealy and White, hlm. 40–62.
- Ichwan, Moch. Nur. (2005). “‘Ulama’, State and Politics: Majelis Ulama Indonesia after Suharto,” *Islamic Law and Society*, 12 (1), hlm. 15-72.
- Kailani, Najib. (2012). “Forum Lingkar Pena and Muslim Youth in Contemporary Indonesia.” *Review of Indonesian and Malaysian Affairs*, 46 (1), hlm. 33-53.
- Kaptein, Nico J.G. (2004). “The Voice of the Ulama: Fatwas and Religious Authority in Indonesia”, *JSTOR*, 49 (125), hlm. 115-130.
- Kholifah, Siti. (2010). “The Discourse of Woman Santri (Students in Islamic Boarding School) about Politics in East Java-Indonesia”, *OIDA International Journal of Sustainable Development*, 1 (9), hlm. 81-88
- Masud, Muhammad Khalid, Armando Salvatore, dan Martin Van Bruinessen (ed.). (2006). *Islam and Modernity: Key Issues and Debates*. Edinburg: Edinburg University Press.
- Meuleman, Johan. (2011). “Dakwah, Competition of Authority and Development”, *JSTOR* 167 (2/3), hlm. 236-269
- Millie, Julian. (2008). “‘Spiritual meal’ or ongoing project? The dilemma of *dakwah* oratory”, in Fealy and White, hlm. 80–94.
- . (2012). ‘Oratorial Innovation and Audiences Heterogeneity in Islamic West, *Indonesia* 93, hlm. 123–145.
- Mochtar, Hilmy. (2015). “The Nahdlatul ‘Ulama and Politics in Indonesia: A Case Study of Ahl Sunnah Wal-Jama’ah in Jombang Regency”, *Journal of Education and Social Sciences* 2, hlm. 72-76.
- Muhtarom. (2005). *Reproduksi Ulama di Era Globalisasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mushonnif, Ahmad. (2013). “Fragmentasi Otoritas Antar Organisasi Pemerintahan dan Organisasi Keagamaan dalam Penentuan Awal Bulan Islam”, *Al-Hukama* 3 (2), hlm. 165-179.
- Muzakki, Akh. (2008). “Islam as a Symbolic Commodity: Transmitting and Consuming Islam through Public Sermons in Indonesia”, in Pattana Kitiarsa (ed.), *Religious Commodifications in Asia: Marketing Gods*. Routledge: London and New York, hlm. 205-219.
- Nisa, Eva F. (2018). “Creative and Lucrative *Da’wa*: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia.” *ASIASCAP: DIGITAL ASIA* 5, hlm. 1-32.
- Pink, Johanna dan Andreas Gorke (ed.). (2014). *Tafsir and Islamic Intellectual History: Exploring the Boundaries of A Genre*. New York: Oxford University Press.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa.
- Schmidtke, Sabine dan Gudrun Kramer (ed.). (2006). *Speaking for Islam: Religious Authorities in Muslim Societies*. Leiden: Brill.
- Sunarwoto. (2015). “Contesting Religious Authority: A Study on Dakwah Radio in Surakarta Indonesia.” *Disertasi*, Tilburg: Tilburg University.
- Turmudi, Endang. (2006). *Strugling for the Umma: Changing Leadership Roles of Kyai in Jombang, East Java*. Australia: the Australia National University Press.
- Turner, Bryan S. (2007). “Religious Authority and the New Media”, *Theory, Culture and Society* 24, hlm. 117-134.
- Zaman, Muhammad Qasim. (2002). *The Ulama in Contemporary Islam: Custodians of Change*. Princeton: Princeton University Press.
- Zaman, Muhammad Qasim. (2006). “The Ulama in Contemporary Islam and their Conception of the Common Good”, in Almando Salvatore dan Dale F. Eickelman (ed.), *Public Islam and The Common Good*. Leiden: Brill, hlm. 129-156.
- Zaman, Muhammad Qasim. (2009). “The Ulama and Contestation on Religious Authority”, in Muhammad Khalid Masud, Armando Salvatore, dan Martin Van Bruinessen (ed.), *Islam and Modernity: Key Issues and Debates*. Edinburg University Press, hlm. 206-236.