



MEMBUMIKAN PESAN LANGIT: ANALOGI DAN METAFORA DALAM DAKWAH K.H. ANWAR ZAHID

Lucky Prihartanto

STID Al-Hadid, Surabaya

luckyprihartanto@stidalhadid.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan analogi dan metafora yang digunakan oleh K.H. Anwar Zahid dalam ceramahnya dengan tujuan memahami dan membuat mad'uw menerima pesan dakwahnya pada video berjudul "Abah Anza dan Habib Bidin Adu Kekuatan" yang diunggah pada 7 April 2026. K.H. Anwar Zahid merupakan dai kondang asal Bojonegoro yang dikenal dengan gaya dakwah humoris, komunikatif, dan kaya akan perumpamaan yang dekat dengan kehidupan sehari-hari jamaahnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode simak dan catat, serta analisis isi kualitatif yang mengintegrasikan Conceptual Metaphor Theory dengan analogi dalam logika dan retorika untuk menganalisis tiga pesan dakwah, yaitu transformasi diri pascapuasa Ramadhan, umur barokah, serta dualitas kebaikan dan keburukan manusia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa K.H. Anwar Zahid menggunakan analogi deklaratif untuk memperjelas gagasan abstrak dan analogi induktif untuk menarik kesimpulan, dengan source domain kontekstual seperti ulat, ular, sawah, dompet, dan kolak. Source domain yang sama dapat dipetakan secara berbeda sesuai kebutuhan konseptual, dan ketiga pesan konsisten menampilkan struktur retorik tiga bagian serta variasi emosi sesuai tema. Analogi dan metafora juga berfungsi persuasif dalam mengajak jamaah menerapkan nilai Islam. Temuan ini memperkaya kajian retorika dakwah dengan menjelaskan bukan hanya bentuk dan fungsi analogi, tetapi juga mekanisme kognitif di balik efektivitasnya.

Kata kunci: Analogi Dakwah, Metafora Konseptual, Retorika Dakwah, K.H. Anwar Zahid

Abstract: GROUNDING THE HEAVENLY MESSAGE: ANALOGY AND METAPHORS IN THE DA'WAH OF K.H. ANWAR ZAHID. This study aims to describe the analogies and metaphors employed by K.H. Anwar Zahid in his da'wah in the video titled "Abah Anza dan Habib Bidin Adu Kekuatan", uploaded on April 7, 2026. K.H. Anwar Zahid is a renowned preacher from Bojonegoro, celebrated for a style that is humorous, communicative, and rich in imagery drawn from his congregation's daily lives. Employing a descriptive qualitative approach, the study utilizes "listen-and-note" data collection and qualitative content analysis. It integrates Conceptual Metaphor Theory with the logic and rhetoric of analogy to analyze three key messages: self-transformation following the Ramadan fast, the concept of a blessed life, and the duality of human good and evil. The findings reveal that K.H. Anwar Zahid uses declarative analogies to clarify abstract concepts and inductive analogies to draw conclusions, drawing upon contextual source domains such as caterpillars, snakes, rice fields, wallets, and "kolak". The same source domains can be mapped differently to suit specific conceptual needs, and all three messages consistently exhibit a tripartite rhetorical structure alongside emotional variations tailored to the theme. These analogies and metaphors also serve a persuasive function, encouraging the congregation to embody Islamic values. The study enriches the field of da'wah rhetoric by elucidating not only the forms and functions of these analogies but also the cognitive mechanisms underpinning their effectiveness.

Keywords: Da'wah Analogy, Conceptual Metaphor, Da'wah Rhetoric, K.H. Anwar Zahid

Pendahuluan

Dakwah Islam merupakan aktivitas komunikasi dalam rangka menyebarkan nilai-nilai Islam yang didasarkan pada ajaran Al-Qur'an dan Sunnah Nabi. Al-Qur'an berisi "petunjuk" yang dapat membawa manusia pada kebahagiaan dan kesejahteraan di dunia dan di akhirat.¹ Keberhasilan dakwah Islam tidak hanya ditentukan oleh penguasaan materi, tetapi juga sangat bergantung pada metode dan cara penyampaian yang digunakan oleh dai. Dai yang mampu mengemas pesan dakwahnya secara menarik, mudah dipahami, dan relevan dengan kondisi *mad'uw* akan lebih berhasil dalam memahami, menyentuh perasaan, hingga mengubah perilaku *mad'uw*.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa metode penyampaian yang tepat memainkan peran penting dalam keberhasilan dakwah. Tajuddin mendokumentasikan keberhasilan Walisongo dalam menyebarkan nilai-nilai Islam di Pulau Jawa melalui pendekatan akulturasi budaya, yang menunjukkan pentingnya kesesuaian pesan dakwah dengan konteks masyarakat lokal.² Valentina menemukan bahwa keberhasilan K.H. Ali Mustofa dalam berdakwah di kawasan pedesaan ditentukan oleh penggunaan komunikasi yang kontekstual dan dekat dengan keseharian *mad'uw*.³ Penelitian Rusidi menunjukkan bahwa pesan keislaman

lebih mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat saat disampaikan dengan idiom, metafora, serta gaya tutur yang dekat dengan pengalaman hidup masyarakat.⁴

Studi-studi di atas memperkuat premis bahwa keberhasilan dakwah Islam dipengaruhi secara signifikan oleh cara penyampaian pesan, bukan semata-mata karena kedalaman materi yang disampaikan. Berdakwah kepada masyarakat pedesaan perlu menggunakan pendekatan yang khusus. Sukardi menyarankan model dakwah dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami mengingat masyarakat pedesaan yang menggunakan bahasa sederhana dan pilihan kata yang mudah dipahami dan dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat pedesaan.⁵ Di sisi lain, kesenjangan pemahaman agama antara dai dan masyarakat pedesaan tidak bisa dihindari dikarenakan perbedaan latar belakang pendidikan. Dai sangat mungkin menyampaikan pesan yang tidak dipahami oleh *mad'uw*.

Ditambah dengan berbagai konsep dalam Islam yang bersifat abstrak, berpotensi sulit dipahami masyarakat pedesaan yang terbiasa dengan hal-hal yang konkret dan sederhana. Untuk mengatasi jurang komunikasi ini, penggunaan analogi dan metafora dapat menjadi jembatan yang efektif dalam mengatasi masalah tersebut.⁶

¹ Deva Kurniawan dan M. Ag Drs. Saifuddin, "Dakwah Menurut M. Quraish Shihab Kajian Surat Ali-imran Ayat 104 Dan Surat An-nahl Ayat 125 Dalam Tafsir Al-misbah" (s1, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2022), <https://eprints.ums.ac.id/104661/>.

² Yuliyatun Tajuddin, *Walisongo Dalam Strategi Komunikasi Dakwah*, 8, no. 2 (2014).

³ Lutfi Putri Valentina, "Menelaah Komunikasi Dakwah Komunitas Desa:," *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah* 6, no. 1 (2025): 81–95, <https://doi.org/10.19105/meyarsa.v6i1.21315>.

⁴ Muhammad Rusidi dkk., "Bahasa sebagai Medium Dakwah Islam Lokal: Kajian Stilistika dan Sociolinguistik

dalam Tafsir Al-Ibriz," *JSI: Jurnal Studi Islam* 14, no. 2 (2025): 215–39, <https://doi.org/10.33477/jsi.v14i2.11373>.

⁵ Akhmad Sukardi, "Dakwah Pada Masyarakat Pedesaan (Suatu Tinjauan Sosiologis)," *Al-MUNZIR*, no. 2 (2015): 129–44, <https://doi.org/10.31332/am.v8i2.760>.

⁶ Mardiana Fitriani dkk., "Rhetorical Dakwah Through Characterization Metaphor: 'Dakwah Emha Ainun Najib (Cak Nun),' " 28 Agustus 2020, 267–70, <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200827.067>; Rokibullah Rokibullah, *Integrasi Retorika Klasik Dan Prinsip Qur'ani Dalam Strategi Dakwah Islam*

At-Tirmizi dalam Arsyad mengartikan analogi atau perumpamaan sebagai seni dalam menjelaskan pengertian, konsep dan gagasan yang abstrak untuk jadi lebih kongkrit atau lebih jelas. Jiwa, surga, neraka, nafsu, pahala, dosa adalah hal yang abstrak. Dengan analogi, berbagai hal tersebut bisa dijelaskan dengan lebih sederhana dan kongkret.⁷ Allah menggunakan analogi dan metafora dalam Al-Qur'an untuk menjelaskan konsep yang sulit dipahami, seperti gambaran melipatgandakan pahala infak dalam Surah Al-Baqarah ayat 261.⁸ Melalui perumpamaan sebutir biji yang menumbuhkan tujuh tangkai dengan seratus biji pada setiap tangkainya, konsep keuntungan infak yang awalnya abstrak menjadi lebih konkret. Hal ini efektif mendorong umat Islam untuk berlomba-lomba bersedekah.

Dengan demikian, penggunaan analogi dan metafora dalam Al-Qur'an tidak hanya berfungsi estetis untuk memperindah bahasa. Lebih dari itu, instrumen ini mengajak umat untuk berpikir, merenung, dan mengambil hikmah agar berbagai fenomena serta konsep dalam Islam menjadi lebih mudah dipahami.⁹ Secara umum, analogi adalah proses penalaran dari satu fenomena menuju fenomena lain yang sejenis kemudian disimpulkan bahwa apa yang terjadi pada fenomena pertama akan terjadi juga pada fenomena lain.¹⁰

Lakoff dan Johnson dalam Hartanto menyampaikan bahwa metafora bekerja dengan menggunakan prinsip bahwa seseorang dapat memahami sesuatu hal melalui proses pemahamannya akan hal lain yang telah dikenal dan dipahami sebelumnya berdasarkan pengalaman sehari-hari.¹¹

Analogi menjadi instrumen penting saat berdakwah kepada masyarakat pedesaan karena dapat menurunkan beban kognitif *mad'uw* dalam memahami konsep-konsep Islam yang abstrak.¹² Konsep-konsep tersebut dapat dijelaskan dengan menggunakan pengalaman sehari-hari, sederhana dan dekat dengan *mad'uw*, sehingga mereka tidak perlu susah payah untuk memahami konsep yang abstrak tersebut. Metafora mempengaruhi daya penerimaan *mad'uw* terhadap konsep yang abstrak karena penggunaan bahasa yang 'figuratif' dapat membangkitkan imajinasi dan perasaan yang lebih kuat karena dirasa familier dibanding bahasa 'literal' yang terasa 'jauh' sehingga dengan menggunakan metafora maka konsep yang abstrak dapat lebih mudah diterima oleh *mad'uw*.¹³

Salah satu dai yang kerap menggunakan analogi dan metafora secara efektif dalam ceramah-ceramahnya pada masyarakat pedesaan adalah K.H. Anwar Zahid. Beliau adalah salah satu dai kondang yang berasal dari Bojonegoro, Jawa Timur. Jamaahnya

Kontemporer | Jurnal Impresi Indonesia, 30 September 2025,
<https://jii.rivierapublishing.id/index.php/jii/article/view/7053>; Mansyuriadi Mansyuriadi dan Juhirman Sapriadi, "Metaphorical Leadership of a Muballigh in Establishing an Islamic School in A Marginal Rural Area: An Interpretive Phenomenological Study," *Hierophany: Journal of Islamic Religious Education* 1, no. 1 (2026): 1–20,
<https://doi.org/10.64850/hierophany.v1i1.210>.

⁷ Junaidi Arsyad, "Metode Perumpamaan Dalam Praktik Mengajar Rasulullah," *Nizhamiyah* 7, no. 1 (2017), <https://doi.org/10.30821/niz.v7i1.148>.

⁸ *Al-Qur'an Andalusia* (Tiga Serangkai, 2013). 86.

⁹ Nurul Magfiratullah dkk., "Perumpamaan Dalam Al-Quran: Makna, Fungsi Dan Implikasi Amsalul Quran," *Advances In Education Journal* 2, no. 3 (2025): 954–58.

¹⁰ Mundry Mundry, *Logika* (PT RajaGrafindo Persada, 2002). 139.

¹¹ Wido Hartanto, "Metafora Kognitif Tuturan Penceramah Dalam Pengajian Di Wilayah Surakarta (Cognitive Metaphor Teachings Speech Act in Surakarta)," *Kandai* 14, no. 2 (2018): 181–96,
<https://doi.org/10.26499/jk.v14i2.643>.

¹² Hartanto, "Metafora Kognitif.

¹³ Fitriani dkk., "Rhetorical Dakwah."

tersebar di berbagai kota dan desa di Jawa Timur dan Jawa Tengah. Beliau juga memiliki kanal YouTube dengan nama Anza Channel K.H. Anwar Zahid dengan 3,37 juta subscriber.¹⁴ Keistimewaan dakwah K.H. Anwar Zahid terletak pada gaya penyampaiannya yang humoris, ceplas-ceplos, menggunakan bahasa Jawa Timuran yang akrab dan egaliter, serta kaya akan analogi dan metafora yang dekat dengan kehidupan sehari-hari, sehingga mudah dipahami oleh berbagai kalangan jamaahnya.¹⁵

Rumusan masalah yang diajukan dalam studi ini adalah bagaimana penggunaan analogi dan metafora dalam ceramah K.H. Anwar Zahid untuk mempermudah pemahaman dan penerimaan pesan dakwah? Tujuan studi ini adalah untuk mendeskripsikan analogi dan metafora yang digunakan oleh K.H. Anwar Zahid dalam ceramahnya dengan tujuan memahami dan membuat *mad'uw* menerima pesan dakwahnya. Penelitian-penelitian terdahulu tentang K.H. Anwar Zahid telah dilakukan dari beberapa perspektif. Iroya, Ninggar, dan Windianti berfokus pada humor yang digunakan K.H. Anwar Zahid dalam beberapa video dakwahnya.¹⁶ Oki memperluas fokus kajian

pada retorika dakwah K.H. Anwar Zahid secara umum.¹⁷ Khiyaroh,¹⁸ Rofiq,¹⁹ dan Mubasit²⁰ mengkaji strategi dakwah K.H. Anwar Zahid dari perspektif yang lebih luas, mencakup pola interaksi dan integrasi metode tradisional-kontemporer. Sementara itu, Rifqi berfokus pada penggunaan YouTube sebagai media dakwah K.H. Anwar Zahid.²¹

Berdasarkan pemetaan tersebut, terlihat bahwa penelitian-penelitian terdahulu tentang K.H. Anwar Zahid lebih banyak melihat dari perspektif humor, retorika secara umum, strategi dakwah, dan pemanfaatan media YouTube. Belum ditemukan penelitian yang secara khusus dan mendalam tentang penggunaan analogi dan metafora dalam dakwah K.H. Anwar Zahid. Kebaruan studi ini terletak pada tiga aspek. Pertama, studi ini memfokuskan analisis secara spesifik pada penggunaan analogi dan metafora dalam dakwah K.H. Anwar Zahid. Ini adalah aspek yang belum disentuh secara mendalam oleh penelitian terdahulu. Kedua, studi ini memberikan kontribusi empiris pada kajian retorika dakwah berbasis kearifan lokal pedesaan, dengan menunjukkan bagaimana objek-objek keseharian masyarakat pedesaan

¹⁴ Anza Channel KH Anwar Zahid Anza Channel KH Anwar Zahid, "Anza Channel KH. Anwar Zahid," YouTube, diakses 14 April 2026, https://www.youtube.com/channel/UCVH1zmA53jM5_T-kxS8Etkw.

¹⁵ Mohammad Rofiq, "Strategi Dakwah K.H. Anwar Zahid," *Risda: Jurnal Pemikiran Dan Pendidikan Islam* 8, no. 2 (2023), <https://www.ejournal.staiarrosyid.ac.id/index.php/risda/article/view/142>; Nusaibah Samiyah Iroya dkk., "Kajian Humor Pada Dakwah Kyai Anwar Zahid," *AdZikra : Jurnal Komunikasi & Penyiaran Islam* 14, no. 1 (2023): 16–28, <https://doi.org/10.32678/adzikra.v14i1.6047>; Darmawan Oki, "Retorika Dakwah K.H. Anwar Zahid Dalam Media Sosial Youtube" (diploma, UIN Raden Intan Lampung, 2025), <https://repository.radenintan.ac.id/41273/>.

¹⁶ Iroya dkk., "Kajian Humor Pada Dakwah Kyai Anwar Zahid."

¹⁷ Oki, "Retorika Dakwah K.H. Anwar."

¹⁸ Intihaul Khiyaroh, "Dakwah Ala Anwar Zahid: Menjinakkan Islam Normatif Menjadi Islam Lokal Yang Mengglobal: Pandangan Kritis Terhadap Pola Dakwah Yang Disampaikan Anwar Zahid Di Beberapa Video Youtube-Nya," *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 2, no. 2 (2018): 81–89.

¹⁹ Rofiq, "Strategi Dakwah K.H. Anwar Zahid."

²⁰ Mubasit Mubasit, "Interactive Da'wah Communication of KH. Anwar Zahid on YouTube: Integrating Traditional and Contemporary Methods," *MUHARRIK: Jurnal Dakwah Dan Sosial* 8, no. 2 (2025): 20–31, <https://doi.org/10.37680/muharrik.v8i2.7902>.

²¹ M. Alfaynanur Rifqi, "Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Akun Youtube Anza Channel K.H Anwar Zahid)," *Busyro: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 5, no. 2 (2024): 69–79, <https://doi.org/10.55352/kpi.v5i2.1196>.

dapat dimanfaatkan sebagai sumber analogi (*source domain*) untuk menjelaskan konsep keagamaan yang abstrak (*target domain*). Oleh karena itu, tulisan ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan fokus pada analisis penggunaan analogi dan metafora dalam ceramah K.H. Anwar Zahid pada video berjudul “Abah Anza dan Habib Bidin Adu Kekuatan”,²² yang diunggah pada 7 April 2026. Pemilihan video ini didasarkan pada studi pendahuluan yang menemukan kekayaan data analogi dan metafora dalam ceramah tersebut.

Metode

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan. Analisis kualitatif digunakan untuk menunjukkan makna, deskripsi, serta menggambarkannya dengan kata-kata, bukan dengan angka.²³ Jenis deskriptif dipilih untuk menggambarkan, memetakan, dan menjelaskan secara sistematis bagaimana struktur analogi dan metafora dikonstruksikan dan berfungsi dalam ceramah K.H. Anwar Zahid. Sumber data primer adalah video ceramah berjudul “Abah Anza & Habib Bidin Adu Kekuatan” yang diunduh dari kanal YouTube resmi Anza Channel K.H. Anwar Zahid.²⁴ Video tersebut merekam ceramah K.H. Anwar Zahid bersama Habib Ali Zainal Abidin Assegaff pada acara pengajian dalam rangka Selamatan Giling 2026 yang diselenggarakan oleh Pabrik Gula Kebon Agung, Pakisaji, Kabupaten Malang, pada 5 April 2026, dengan topik umum “Hikmah Puasa

Ramadhan,” dan dihadiri oleh ratusan warga sekitar serta dari luar kota. Data sekunder berupa literatur akademik yakni buku, artikel jurnal, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan teori analogi, metafora, retorika dakwah, dan kajian terhadap dakwah K.H. Anwar Zahid, digunakan untuk memperkuat kerangka analisis dan pembahasan.

Pengumpulan data menggunakan teknik simak dan catat karena peneliti tidak terlibat secara langsung dan berperan hanya sebagai pemerhati,²⁵ yang dilakukan melalui dua langkah, yaitu: (1) menyimak video secara utuh dan mencatat seluruh pesan dakwah yang disampaikan; dan (2) mengidentifikasi pesan dakwah yang mengandung analogi dan metafora di dalamnya. Data pesan dakwah yang mengandung analogi dan metafora dianalisis menggunakan analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*) dengan kerangka teori analogi dalam retorika dan logika,²⁶ serta teori CMT (*conceptual methapore theory*).²⁷ Untuk menjamin validitas dan kredibilitas digunakan teknik triangulasi teori. Keabsahan data dan temuan diuji dengan cara membenturkan atau mengonfirmasikan data teks ceramah yang sama, menggunakan tiga sudut pandang teori sekaligus agar memperoleh kesimpulan yang objektif, kaya, dan sah.

Hasil dan Pembahasan

Analogi dalam Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah adalah proses pengiriman pesan dari dai kepada *mad’uw*

²² *Abah Anza & Habib Bidin Adu Kekuatan*, diarahkan oleh Anza Channel KH. Anwar Zahid, 2026, <https://www.youtube.com/watch?v=NH4W3syGWK> M.

²³ Lucky Prihartanto, “Kesantunan Bahasa Tubuh dalam Dakwah Gus Baha,” *Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 3, no. 1 (2025): 19–44, <https://doi.org/10.55372/bilhikmahjkpi.v3i1.51>.

²⁴ *abah Anza & Habib Bidin Adu Kekuatan*.

²⁵ Prihartanto, “Kesantunan Bahasa Tubuh dalam Dakwah Gus Baha.”

²⁶ Mundry, *Logika*; Gorys Keraf, *Argumentasi Dan Narasi* (PT Gramedia Pustaka Utama, 1991).

²⁷ G. Lakoff dan M. Johnson, “Conceptual Metaphor in Everyday Language,” dalam *Shaping Entrepreneurship Research* (Routledge, 2020).

melalui media tertentu dengan tujuan untuk mengubah kognisi, afeksi, konasi atau psikomotor agar mengarah kepada nilai-nilai Islam.²⁸ Dakwah tidak hanya bersifat transaksional, namun juga transformasional. Tantangan besar dalam dakwah terletak pada pesan dakwah yang bersumber dari wahyu sering kali bermuatan konsep-konsep yang abstrak, universal dan berada di luar jangkauan indra manusia. Di sisi lain, manusia terikat ruang, waktu dan kapasitas kognitif yang beragam. Menjembatani konsep keislaman yang abstrak kepada *mad'uw* yang konkret menjadi tugas utama para dai. Rusidi menegaskan bahwa pesan Keislaman akan lebih efektif apabila menggunakan idiom, metafora, gaya tutur yang akrab dengan pengalaman hidup masyarakat.²⁹

Dalam perspektif komunikasi, analogi dan metafora memegang tiga posisi strategis dalam sistem dakwah. *Pertama*, sebagai pen jembatan kognitif. Masyarakat memiliki latar belakang pendidikan dan kapasitas berpikir yang beragam. Analogi dan metafora bertindak meminjam realitas yang sudah sangat akrab di benak *mad'uw* untuk menjelaskan realitas baru yang abstrak, sehingga menurunkan beban kognitif mereka saat mencerna materi agama.³⁰ *Kedua*, sebagai penyelarar sosio-kultural *mad'uw* dengan pesan dakwah. Dakwah yang efektif adalah dakwah yang kontekstual. Keberhasilan dakwah kultural seperti yang dilakukan Walisongo secara

historis, ditentukan oleh kelihaian dai memotret kearifan lokal masyarakat.³¹ *Ketiga*, sebagai penggerak emosi dan tindakan. Bahasa literal cenderung kering. Sebaliknya, bahasa figuratif lewat perumpamaan, kiasan dan analogi mampu membangkitkan imajinasi, menyentuh sensitivitas rasa, dan memicu keterikatan emosional, sehingga *mad'uw* merasa "terbujuk" untuk mengamalkan pesan dakwah tersebut secara sukarela.³²

Analogi dan metafora juga sering digunakan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an. Dalam surat Az Zumar ayat 27, "*Sesungguhnya telah Kami buat kan bagi manusia dalam Al-Qur'an ini setiap macam perumpamaan supaya mereka dapat pelajaran.*"³³ Melalui metode ini, Allah SWT mengajak manusia berpikir dan merenung dengan menggunakan logika asosiatif agar manusia dapat mengambil pelajaran. Mengingat krusialnya analogi dan metafora dalam menjembatani pesan keislaman yang abstrak dengan realitas *mad'uw* yang konkret, maka diperlukan pisau analisis yang spesifik untuk membedahnya. Untuk melihat bagaimana analogi mempermudah *mad'uw* dalam memahami pesan dakwah, digunakan teori *Conceptual Metaphor Theory* (CMT).³⁴ Untuk melihat bagaimana bentuk dan fungsi analogi serta pengaruhnya terhadap perasaan *mad'uw* digunakan teori analogi dalam logika dan retorika.³⁵

²⁸ Achmad Al Farisi, "Teknik Argumentasi Ceramah Bertema Vaksinasi COVID-19 di Media Youtube," *INTELEKSIA: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 5, no. 1 (2023): 175–96, <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v5i1.234>.

²⁹ Rusidi dkk., "Bahasa sebagai Medium Dakwah Islam Lokal: Kajian Stilistika dan Sociolinguistik dalam Tafsir Al-Ibriz."

³⁰ Hartanto, "Metafora Kognitif Tuturan Penceramah Dalam Pengajian Di Wilayah Surakarta (Cognitive Metaphor Teachings Speech Act in Surakarta)."

³¹ Tajuddin, *Walisongo dalam Strategi Komunikasi Dakwah*; Valentina, "Menelaah Komunikasi Dakwah Komunitas Desa"; Rusidi dkk., "Bahasa sebagai Medium Dakwah Islam Lokal: Kajian Stilistika dan Sociolinguistik dalam Tafsir Al-Ibriz."

³² Rokibullah, *Integrasi Retorika Klasik Dan Prinsip Qur'ani Dalam Strategi Dakwah Islam Kontemporer / Jurnal Impresi Indonesia*.

³³ *Al-Qur'an Andalusia*.

³⁴ Lakoff dan Johnson, "Conceptual Metaphor in Everyday Language."

³⁵ Mundry, *Logika*; Keraf, *Argumentasi Dan Narasi*.

Conceptual Metaphor Theory

Titik tolak untuk menjelaskan mengapa metafora mempermudah penerimaan pesan dakwah terletak pada *Conceptual Metaphor Theory* (CMT) yang dikembangkan George Lakoff dan Mark Johnson.³⁶ Berbeda dari pandangan klasik yang memosisikan metafora semata sebagai hiasan gaya bahasa, CMT menegaskan bahwa metafora adalah mekanisme kognitif penting dalam cara manusia berpikir dan memahami realitas. Disini batas analogi dan metafora jadi kabur dan tidak lagi dibedakan. Lakoff dan Johnson merumuskan metafora konseptual sebagai proses pemetaan lintas domain (*cross-domain mapping*) yakni sebuah konsep abstrak (*target domain*) dipahami melalui struktur konsep lain yang lebih konkret dan telah akrab dalam pengalaman objek (*source domain*).³⁷ Formula umum metafora konseptual dituliskan sebagai 'A ADALAH B', misalnya berbuat baik layaknya menanam tanaman.

Teori CMT dibangun berdasarkan premis bahwa manusia tidak memiliki akses kognitif langsung terhadap konsep-konsep abstrak seperti waktu, emosi, moralitas, atau dalam konteks dakwah seperti supranatural, keimanan dan akhirat. Pemahaman terhadap konsep-konsep tersebut selalu dijembatani oleh pengalaman tubuh (*embodied experience*) dan pengalaman fisik-sosial yang lebih konkret.³⁸ Analogi dan metafora mempermudah penerimaan pesan dakwah karena dapat mengaktifkan skema kognitif yang sudah tersedia dalam struktur

pengetahuan *mad'uw*, sehingga *mad'uw* tidak perlu membangun pemahaman dari nol terhadap konsep yang asing, melainkan cukup mentransfer pemahaman yang telah dimiliki ke wilayah baru.

Dalam konteks dakwah di wilayah pedesaan, relevansi teori CMT semakin kuat karena *source domain* yang digunakan dai umumnya diambil dari pengalaman hidup masyarakat agraris seperti tanah, tanaman, air, musim tanam, ternak. Pemilihan *source domain* yang dekat dengan realitas hidup *mad'uw* bukan kebetulan, melainkan strategi kognitif yang secara langsung meningkatkan derajat pemahaman (*comprehensibility*) terhdap pesan dakwah. Dengan demikian, CMT berfungsi menjawab dimensi pertama dari rumusan masalah yakni analogi dan metafora mempermudah penerimaan pesan karena bekerja pada level kognitif-struktural, bukan sekadar level dekoratif bahasa.

Analogi dalam Logika dan Retorika

Analogi dapat ditinjau dari beberapa sudut pandang. Dalam logika atau penalaran, analogi adalah proses penalaran yang bertolak dari dua peristiwa khusus yang memiliki kemiripan, kemudian menyimpulkan bahwa apa yang berlaku untuk satu hal akan berlaku pula untuk hal lain.³⁹ Analogi juga dapat dipahami sebagai perbandingan antara dua objek, atau sistem objek, yang menonjolkan segi-segi di mana keduanya dianggap serupa.⁴⁰ Maka, analogi bekerja dengan cara membandingkan dua objek atau sistem yang ada pada keduanya,

³⁶ Lakoff dan Johnson, "Conceptual Metaphor in Everyday Language."

³⁷ Lakoff dan Johnson, "Conceptual Metaphor in Everyday Language."

³⁸ Lakoff dan Johnson, "Conceptual Metaphor in Everyday Language."

³⁹ Keraf, *Argumentasi Dan Narasi*.

⁴⁰ Paul Bartha, "Analogy and Analogical Reasoning," dalam *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*, Fall 2024 (Metaphysics Research Lab, Stanford University, 2024), <https://plato.stanford.edu/archives/fall2024/entries/reasoning-analogy/>.

dengan asumsi memiliki kesamaan atau kemiripan.

Dalam menyimpulkan dengan menggunakan analogi ada 3 unsur yakni (1) peristiwa pokok yang menjadi dasar analogi, (2) persamaan yang menjadi pengikat atau penghubungnya, (3) fenomena atau peristiwa yang hendak dianalogikan.⁴¹

Jika CMT menjelaskan mengapa metafora bekerja secara kognitif, maka pertanyaan berikutnya adalah bagaimana metafora dan analogi tersebut terwujud dan terklasifikasi secara kebahasaan dalam teks dakwah. Untuk menjawab pertanyaan ini, penelitian menggunakan kerangka retorika Gorys Keraf, khususnya konsepnya tentang analogi sebagai salah satu bentuk penalaran dan gaya bahasa. Keraf membedakan analogi ke dalam beberapa tipe fungsional, di antaranya analogi deklaratif (menjelaskan sesuatu yang belum diketahui melalui sesuatu yang telah diketahui, bertujuan memperjelas), analogi induktif (menyimpulkan kesamaan sifat berdasarkan kemiripan pada beberapa aspek, bertujuan meyakinkan), dan analogi kontrastif (mempertentangkan dua hal untuk mempertegas perbedaan makna, bertujuan mempertajam pemahaman).

Kerangka Keraf memberi kontribusi penting yang tidak dimiliki CMT, yakni penekanan pada fungsi retorik-estetis bahasa. Bagi Keraf, pemilihan gaya bahasa (termasuk metafora dan analogi) bukan semata soal efisiensi kognitif, melainkan juga soal keindahan (estetika) dan daya pikat pesan. Sebuah pesan dakwah yang disampaikan dengan analogi yang tepat tidak hanya lebih mudah dipahami, tetapi juga lebih enak didengar, lebih membekas dalam ingatan, dan lebih berpotensi diulang-ulang oleh komunikan dalam percakapan sehari-hari

mereka—sebuah efek yang dalam kajian retorika disebut sebagai daya ingat (memorability) pesan. Klasifikasi Keraf ini menjadi instrumen analisis yang operasional bagi penelitian untuk memetakan jenis-jenis analogi apa saja yang paling dominan digunakan dalam korpus data, sekaligus menjelaskan fungsi spesifik dari tiap jenis analogi tersebut terhadap tujuan komunikasi dakwah: apakah untuk menjelaskan, meyakinkan, atau mempertajam.

Dengan memadukan CMT dan Keraf, penelitian ini memperoleh dua lapis penjelasan yang saling melengkapi: CMT menjelaskan mekanisme kognitif di balik metafora (mengapa ia mudah dipahami), sedangkan Keraf menjelaskan wujud dan fungsi retorik dari analogi tersebut dalam teks (bagaimana ia disusun dan untuk tujuan komunikatif apa). Kombinasi ini menjawab dimensi kedua rumusan masalah, yakni fungsi metafora dalam memperindah pesan dakwah.

Sintesis Kerangka Teori

Ketiga kerangka teori di atas, apabila dirajut, membentuk satu alur argumentasi yang koheren dan berlapis untuk menjawab rumusan masalah penelitian ini secara menyeluruh. *Conceptual Metaphor Theory* menjelaskan fondasi kognitif mengapa metafora mempermudah pemahaman. CMT memetakan hal abstrak ke pengalaman konkret yang telah dikuasai komunikan. Teori analogi Gorys Keraf menjelaskan wujud dan fungsi retorik metafora tersebut dalam struktur teks dakwah, termasuk fungsi estetikanya dalam memperindah pesan. Logika analogi Munderi memberikan basis evaluatif untuk menilai kekuatan penalaran di balik analogi, menjelaskan

⁴¹ Munderi, *Logika*. 139.

mengapa analogi yang baik mampu mempersuasi secara rasional, bukan sekadar memikat secara emosional.⁴²

Pesan Dakwah Analogi K.H. Anwar Zahid

Ahmad Anwar Zahid lahir pada tahun 1974 dengan latar belakang religius. Ayahnya merupakan tokoh agama di Desa Patoman, Simorejo, Kanor, Bojonegoro. Setelah lulus SD, K.H. Anwar Zahid menempuh pendidikannya di Pondok Pesantren Langitan Tuban lalu pindah ke Asrama Pesantren Ta'limul Qur'anil Adhim di Gresik. Juga pernah bersekolah di Pesantren Abuya Sayyid Maliki al-Hasani di Makkah.⁴³

Ceramah K.H. Anwar Zahid memiliki ciri yang khas yakni penuh humor, pilihan kata yang ceplas-ceplus atau *to the point* serta menggunakan bahasa campuran dengan bahasa Jawa dan bahasa Indonesia. Meski begitu, K.H. Anwar Zahid tidak meninggalkan kualitas dari isi materi. Kebanyakan lokasi ceramah tidak bertempat di masjid, melainkan di lapangan atau alun-alun yang mampu menampung lebih banyak jamaah serta menghilangkan sekat-sekat sosial. Jamaahnya juga banyak yang merupakan warga desa dengan latar belakang pendidikan yang tidak terlalu tinggi serta berprofesi sebagai petani, nelayan pedagang.⁴⁴

Pada 5 April 2026, K.H. Anwar Zahid bersama dengan Habib Ali Zainal Abidin Assegaff menjadi pengisi dalam pengajian yang dilaksanakan oleh Pabrik Gula Kebon Agung, Pakisaji, Kabupaten Malang dalam rangka Selamatan Giling 2026. Bertempat di wilayah Pabrik Gula Kebon Agung dan dihadiri oleh ratusan warga sekitar dan dari luar kota.

Topik ceramah secara umum tentang Hikmah Puasa Ramadhan.⁴⁵

Terdapat tiga pesan dakwah yang mengandung analogi dalam ceramah tersebut. Pada pesan dakwah pertama terdapat analogi tentang bahwa Ramadhan seperti madrasah dan analogi kedua adalah puasanya ulat dan puasanya ular. Pada pesan dakwah kedua terdapat analogi tentang umur yang barokah layaknya sawah dan dompet. Pada pesan dakwah ketiga terdapat analogi tentang kebaikan dan keburukan dalam perilaku seperti padi dan rumput di sawah dan ada analogi kedua yang digunakan yakni kolak dan kotoran.⁴⁶ Tiga pesan dakwah ini yang hendak dianalisis dengan mempertimbangkan adanya muatan analogi di dalam pesan dakwah tersebut.

Analisis Analogi dan Metafora pada Pesan Dakwah Pertama

Pesan dakwah pertama bertema refleksi setelah Ramadhan, dengan inti pesan bahwa ibadah puasa semestinya menghasilkan perubahan karakter, bukan sekadar rutinitas belaka. K.H. Anwar Zahid membangun keseluruhan pesan di atas satu analogi terpusat yang diulang dan dikembangkan secara sistematis. Perbandingan antara '*poso ulo*' (puasa ular) dengan '*poso uler*' (puasa ulat) menjadi jangkar konseptual bagi seluruh pesan dakwah pertama. Pesan dakwah disampaikan menggunakan bahasa Jawa ngoko, idiom khas pedesaan, dan rujukan pada kehidupan agraris (*uler, ulo, kupu, entung, tanduran*) menempatkannya sebagai representasi khas dakwah pedesaan yang menjadi fokus kajian ini, sekaligus konsisten dengan gaya retorik analogis yang

⁴² Lakoff dan Johnson, "Conceptual Metaphor in Everyday Language"; Keraf, *Argumentasi Dan Narasi*; Mundry, *Logika*.

⁴³ Iroyna dkk., "Kajian Humor Pada Dakwah Kyai Anwar Zahid."

⁴⁴ Khiyaroh, "Dakwah Ala Anwar Zahid"; Iroyna dkk., "Kajian Humor Pada Dakwah Kyai Anwar Zahid."

⁴⁵ Abah Anza & Habib Bidin Adu Kekuatan.

⁴⁶ Abah Anza & Habib Bidin Adu Kekuatan.

selama ini menjadi ciri dakwah K.H. Anwar Zahid.

Secara umum, pesan dakwah dimulai dari premis normatif yakni Ramadhan sebagai madrasah pembentuk pribadi lebih baik, menuju elaborasi analogi puasa ular vs puasa ulat sebagai inti pesan, dan ditutup dengan seruan persuasif yakni meromadhankan bulan-bulan selain

Ramadhan. Struktur tiga bagian ini mulai dari premis, analogi, seruan menunjukkan bahwa analogi dalam teks ini tidak berdiri sendiri sebagai hiasan, melainkan menjadi inti pesan yang menjembatani premis normatif dengan seruan untuk berperilaku secara kongkrit. Ditemukan delapan bentuk analogi dan metafora dalam pesan dakwah pertama.

Tabel 1 - Analogi dan Metafora pada Pesan Dakwah Pertama

No	Ungkapan	Kutipan Langsung
1	Ramadhan adalah madrasah	"Ramadhan itu madrasah, harus bisa mengantarkan kita menjadi pribadi yang lebih baik"
2	Poso ulo (puasa ular)	" <i>Ulo</i> meskipun habis puasa, dia sama sekali nggak berubah... cuma <i>kate ngelungsungi</i> , ganti kulit"
3	Poso uler (puasa ulat)	"Selesai berproses berubah, namanya berubah, wajahnya berubah... tadinya <i>uler</i> , sekarang jadi kupu"
4	Entung / kepompong sebagai puasa	" <i>Entung</i> itu kan tidak makan, tidak minum, tidak <i>rabenan</i> . Kan puasa dia"
5	Terbang sebagai derajat tinggi	"Terbang ini kan simbol ketinggian derajat"
6	Setan dibelenggu/dilepas, perang	"Aku gak mau kalah perang melawan setan"
7	Pintu neraka ditutup/dibuka	"Pintu neraka ditutup serapat-rapatnya... sekarang dibuka selebar-lebarnya"
8	Meromadhankan bulan selain Ramadhan	"tugas kita... meromadhankan bulan-bulan selain ramadhan"

Analisis CMT menunjukkan bahwa target domain dari keseluruhan pesan adalah tentang kualitas transformasi spiritual pasca-Ramadhan, apakah ibadah puasa benar-benar mengubah karakter seseorang atau hanya mengubah penampilan luarnya saja. Perubahan spiritual ini adalah konsep yang abstrak dan sulit untuk dipahami karena tidak ada alat ukur untuk mengukur perubahan spiritual tersebut. K.H. Anwar Zahid dengan cerdas mengatasi masalah ini

dengan memetakan *target domain* tersebut ke *source domain* yang dekat dengan kondisi *mad'uw* yakni siklus biologis ular dan ulat yang sama-sama mengalami masa tidak makan (puasa secara biologis) namun hasilnya kontras.

Pemetaan pada kutub pertama menghasilkan konsep puasa tanpa transformasi adalah puasa ular hanya berganti kulit. Struktur biologis ular yang

hanya mengelupas kulit luar dipetakan pada kondisi spiritual seseorang yang menjalani puasa tetapi tidak mengalami perubahan esensial. “namanya tetap *ulo*, wajahnya tetap *ulo*, perilakunya tetap *ulo*”, pesan ini menunjukkan tidak adanya perubahan pada diri ular setelah puasa. Pemetaan ini presisi secara struktural, dimulai dari pergantian kulit adalah perubahan permukaan yang tidak menyentuh identitas dasar ular, persis sebagaimana K.H. Anwar Zahid mengkritik praktik puasa yang hanya mengubah rutinitas harian (makan sahur berlebihan akhirnya meninggalkan salat Subuh) tanpa mengubah karakter dasarnya.

Pemetaan pada kutub kedua menghasilkan konsep transformasi spiritual sejati seperti metamorfosis ulat menjadi kupu-kupu. Berbeda dari ular, metamorfosis ulat melibatkan perubahan total mulai dari perubahan bentuk tubuh, cara bergerak (merayap menjadi terbang), nilai sosialnya (hama perusak menjadi serangga bermanfaat dan indah). Setiap elemen dalam *source domain* dipetakan secara sistematis ke *target domain*. Melalui pesan “tadinya *ngerusak*, sekarang manfaat” K.H. Anwar Zahid memetakan pergeseran dari pribadi yang merugikan lingkungan menjadi pribadi yang memberi maslahat. Melalui pesan “kupu yang terbang ini kan simbol ketinggian derajat” K.H. Anwar Zahid sedang memetakan kondisi kongkret yakni “kupu yang terbang” ke wilayah abstrak berupa peningkatan derajat di sisi Allah.

Kekayaan titik pemetaan (*mapping points*) inilah yang menjadi indikator bahwa analogi yang digunakan K.H. Anwar Zahid adalah sistem yang kompleks. Kondisi ini menurut teori CMT justru meningkatkan daya pemahaman *mad’uw* karena setiap elemen

target domain memiliki padanan yang jelas dalam *source domain* *mad’uw*.

Pemilihan *source domain* berupa ular dan ulat yang dekat dengan masyarakat pedesaan menegaskan argumen inti CMT bahwa efektivitas analogi dan metafora bergantung pada kedekatan *source domain* dengan pengalaman konkret *mad’uw*. Masyarakat pedesaan yang berinteraksi langsung dengan ular dan ulat dalam kesehariannya, tidak memerlukan penjelasan tambahan untuk memahami perbedaan siklus biologis kedua hewan tersebut. Pemahaman tersebut sudah ada dalam pengetahuan mereka. Oleh karena itu analogi dan metafora ini meringankan beban kognitif *mad’uw*, karena hanya diminta mentransfer pengetahuan yang sudah dikuasai ke ranah spiritual yang baru. Inilah mekanisme presisi yang dimaksud teori CMT ketika menjelaskan mengapa metafora mempermudah pemahaman terhadap pesan.

Dilihat dari jenis analogi Gorys Keraf, analogi ular-ulat dalam pesan ini paling tepat dikategorikan sebagai analogi kontrastif sekaligus induktif. Disebut kontrastif karena K.H. Anwar Zahid secara eksplisit mempertentangkan dua entitas (ular dan ulat) yang berbagi satu persamaan yakni sama-sama puasa untuk mempertajam perbedaan hasil akhirnya melalui pesan “*Uler sama ulo itu podo-podo poso, tapi jadinya gak sama. Endingnya berbeda.*” Kalimat ini adalah pernyataan paling jelas tentang adanya analogi kontrastif yang menjadi kerangka seluruh pesan berikutnya. Hal ini menunjukkan bahwa K.H. Anwar Zahid secara sadar menyusun pesannya dengan struktur yang kontras, bukan sekadar asosiatif saja.

Analogi ini juga berfungsi induktif karena K.H. Anwar Zahid menggunakannya untuk menggiring *mad'uw* pada satu simpulan umum yang bersifat menyeluruh dan meyakinkan bahwa ibadah tanpa perubahan adalah ibadah yang gagal mencapai esensinya, apa pun bentuk ibadah tersebut. Fungsi induktif ini terlihat dari cara K.H. Anwar Zahid menarik generalisasi dari kasus khusus (ular dan ulat) menuju prinsip umum tentang hakikat ibadah puasa, lalu mengaplikasikannya pada perilaku ibadah lainnya seperti qiyamul lail, membaca Al-Qur'an, dzikir.

Ditemukan pula jenis analogi deklaratif pada penjelasan "*entung*" atau kepompong. K.H. Anwar Zahid menjelaskan konsep yang belum tentu dipahami audiens tentang "*kepompong itu berpuasa*" dengan menghubungkannya pada hal yang telah *mad'uw* pahami yakni puasa itu tidak makan, tidak minum, tidak kawin, murni untuk tujuan klarifikasi tanpa muatan persuasi tambahan. Ini adalah ciri khas fungsi deklaratif dalam kerangka analogi Keraf.

Adapun metafora perang "*perang melawan setan*" dan metafora ruang "*pintu neraka dibuka atau ditutup*" berfungsi sebagai penguat retorik di bagian penutup. Pesan ini berdampak dalam meningkatkan intensitas emosional pesan menjelang seruan penutup. Hal ini sejalan dengan fungsi estetis-retorik yang ditekankan Keraf yakni gaya bahasa figuratif membuat pesan lebih membekas dan lebih berpotensi diingat serta diulang kembali oleh *mad'uw*.

Selain itu, K.H. Anwar Zahid secara konsisten menggunakan bahasa Indonesia bercampur Jawa ngoko sepanjang penyampaian analogi dan metafora seperti '*ulo*', '*uler*', '*entung*',

'nggeremet', '*mlungker*', '*diwadani*', '*dimencloki*'. Dari perspektif Keraf, pilihan diksi ini bukan sekadar soal kedaerahan, melainkan strategi penyampaian pesan yang memperkuat kesan keakraban dan egaliter, sehingga pesan terasa sebagai tuturan yang dekat, bukan ceramah normatif yang berjarak dengan *mad'uw*.

Kerangka analogi Mundiri menuntut penilaian atas kekuatan penalaran di balik analogi ular-ulat, bukan sekadar mengapresiasi keindahannya. Validitas sebuah analogi, dalam kerangka ini, ditentukan oleh relevansi dan jumlah titik kemiripan (*similarity points*) antara *source* dan *target*.

Pertama, titik kemiripan yang menjadi basis analogi yakni kedua hewan sama-sama mengalami periode tidak makan-minum, kondisi ini bersifat relevan dan bukan kemiripan yang 'pinggiran', karena periode 'tidak makan-minum' inilah justru substansi yang hendak dibandingkan dengan ibadah puasa itu sendiri. Kesesuaian inilah yang menjadikan analogi ini bukan sekadar kiasan hiasan, melainkan analogi dengan basis argumentatif yang sah.

Kedua, kekuatan analogi ini diperkuat oleh jumlah titik pemetaan yang konsisten dan koheren pada kedua kutub (*source domain* dan *target domain*), sebagaimana telah diuraikan pada analisis CMT mulai dari perubahan wujud, perubahan perilaku, perubahan nilai sosial (dari merugikan ke bermanfaat), dan perubahan status (dari merayap ke terbang) semuanya dipetakan secara paralel dan tidak saling kontradiktif. Semakin banyak titik kemiripan yang konsisten, semakin kuat daya persuasi analogi tersebut menurut kerangka analogi Mundiri.

Penggunaan analogi dan metafora dalam pesan dakwah ini terbukti mempermudah pemahaman dan penerimaan pesan dakwah melalui tiga mekanisme yang bekerja secara simultan dan saling menopang, persis sebagaimana dihipotesiskan dalam kerangka teori penelitian.

Pertama, pada level kognitif, analisis CMT menunjukkan bahwa K.H. Anwar Zahid memetakan konsep abstrak (kualitas transformasi spiritual pasca-Ramadhan) ke *source domain* secara konkret yang telah dikuasai *mad'uw*, dengan kepadatan titik pemetaan yang koheren dari ujung ke ujung. Mekanisme ini menjelaskan secara langsung mengapa pesan yang abstrak dapat dipahami *mad'uw* secara sederhana tanpa penjelasan tambahan.

Kedua, pada level retorik-estetik, analisis Keraf menunjukkan bahwa analogi disusun secara sadar dalam struktur yang berbentuk kontrastif sekaligus induktif, diperkaya juga dengan pilihan diksi lokal yang dekat, sehingga pesan tidak hanya mudah dipahami tetapi juga enak didengar dan

berpotensi diingat serta diceritakan ulang oleh *mad'uw*.

Ketiga, pada level rasional-emosional, berdasarkan teori analogi dalam logika menurut Mundry, membuktikan bahwa analogi ini memiliki basis penalaran yang relevan dan valid, bukan hanya indah dalam pemilihan kata, namun juga memiliki argumentasi yang kuat. Perpaduan basis rasional yang valid dengan daya tarik emosional ini yang membuat *mad'uw* mudah memahami dan menerima pesan dakwah dari K.H. Anwar Zahid.

Analisis Analogi dan Metafora pada Pesan Dakwah Kedua

Pesan utamanya adalah tentang umur yang barokah. Jika pada pesan dakwah pertama analogi dan metafora berbasis satu analogi sentral yakni tentang puasanya ular dan puasanya ulat. Di pesan dakwah kedua, konsep abstrak tentang umur yang barokah didekati dengan dua analogi berlapis yakni "*umur kuwi koyo sawah*" dan "*umur kuwi koyo dompet*". Ditemukan enam bentuk analogi dan metafora dalam pesan dakwah kedua.

Tabel 2 - Analogi dan Metafora pada Pesan Dakwah Kedua

No	Unit Ungkapan	Kutipan Representatif
1	Umur <i>mentes</i>	"Umur sing akeh ibadah'e... meskipun umure endek"
2	Sawah luas, hasil sedikit	"Sawah iku onok sing uombo, tapi panenane gak sepiruo, hasile titik"
3	Sawah sempit, hasil melimpah	"Ono sawah iku ciut, tapi hasile top. Panenane ndadi, maksimal"
4	Sawah luas, hasil melimpah	"Sawahe ombo, panenane ndadi, hasile akeh... umur spesial"
5	Dompet pendek, isi padat	"Dompet sing apik iku dompet sing akeh duwik'e"; bunyi "krek", "klotak"
6	Dompet panjang, lemas/kosong	"Dompet sing dowo tapi lemes, gak ono duwik'e"

Target domain pada pesan dakwah ini adalah konsep '*umur barokah*'. Konsep yang lebih abstrak dibandingkan pesan dakwah pertama, karena '*barokah*' sendiri adalah konsep teologis tanpa padanan inderawi secara langsung, ditambah '*umur*' sebagai durasi waktu yang juga tidak dapat diindera. Kesulitan kognitif ganda inilah yang tampaknya mendorong K.H. Anwar Zahid menggunakan dua *source domain* berbeda yakni sawah dan dompet, yang keduanya memiliki struktur konseptual dasar yang mirip yakni perbedaan antara ukuran/kapasitas wadah (luas sawah, panjang dompet) dengan kepadatan isi/hasil (hasil panen, isi uang).

Pemetaan pertama menghasilkan formula konseptual umur adalah sawah, dengan sub-pemetaan yakni luas sawah adalah panjangnya umur dan hasil panen adalah ganjaran atau barokahnya. K.H. Anwar Zahid tidak hanya mempertentangkan baik-buruk, melainkan memetakan matriks luas lahan vs hasil panen yang menghasilkan tiga kombinasi lahan luas-hasil sedikit, lahan sempit-hasil banyak, lahan luas-hasil banyak. Struktur matriks inilah yang secara kognitif lebih presisi, karena *mad'uw* diajak memahami bahwa umur panjang dan umur pendek bukan dua kategori tunggal, melainkan masing-masing dapat berujung baik atau buruk tergantung pada kepadatan amalnya.

Pemetaan kedua menghasilkan formula konseptual umur adalah dompet, dengan sub-pemetaan panjang dompet adalah panjang umur dan isi uang adalah kepadatan amal. Pemetaan ini menghadirkan elemen

sensorik tambahan yang tidak muncul pada analogi sawah, yaitu bunyi '*krek*' saat disobek, '*klotak*' saat dijatuhkan untuk menggambarkan kepadatan isi dompet. Pesan tersebut juga menghadirkan penggambaran multi-indrawi yakni visual dan audio sekaligus, yang dapat *source domain* jadi lebih nyata dan berdampak terhadap kemudahan pemahaman *mad'uw* terhadap *target domain*.

Penggunaan dua *source domain* berbeda untuk satu *target domain* yang sama menunjukkan fenomena yang dalam teori CMT yang disebut sebagai *multiple metaphors*⁴⁷ yakni strategi kognitif yang memperkuat pemahaman *mad'uw* karena setiap *source domain* menyoroti aspek berbeda dari *target domain* yang sama, mulai dari analogi sawah yang menonjolkan aspek 'hasil/produktivitas' dan analogi dompet yang menonjolkan aspek 'nilai/kepadatan'), sekaligus meningkatkan peluang setidaknya satu dari dua *source domain* tersebut relevan dengan pengalaman spesifik tiap *mad'uw* yang heterogen seperti petani, karyawan pabrik gula, maupun kalangan lain.

Dilihat dari kerangka Keraf, analogi sawah pada teks ini paling tepat dikategorikan sebagai analogi deklaratif yang diperkaya dengan struktur induktif bertingkat. Disebut deklaratif karena fungsi utamanya adalah menjelaskan konsep abstrak '*umur barokah*' melalui hal yang sudah *mad'uw* pahami dengan baik yakni hasil panen sawah. Sebelum masuk ke analogi, K.H. Anwar Zahid memberikan pesan pengantar yakni "*umur*

⁴⁷ Tomasz Dyrmo, "Extending Extended Conceptual Metaphor Theory: Rethinking Levels, Modalities, and Meaning-Making," *Cognitive Semiotics* 18, no. 1

(2025): 23–51, <https://doi.org/10.1515/cogsem-2025-2001>.

yang barokah tidak harus berumur panjang”.

Sifat induktif bertingkat terlihat dari cara K.H. Anwar Zahid menyusun tiga skenario secara berurutan mulai dari buruk lalu baik lalu ideal, seperti tangga penalaran, menggiring *mad'uw* pada satu kesimpulan umum tentang hakikat umur barokah mulai dari sawah luas tapi hasil buruk ke sawah sempit tapi hasil bagus dan yang paling ideal adalah sawah luas dan hasil maksimal.

Analogi dompet memberikan fungsi kontras sekaligus berperan sebagai penguat terhadap konsep yang telah dibangun melalui analogi sawah. Fungsi pengulangan pesan yang sama melalui citra berbeda ini bertujuan untuk mencegah kebosanan sekaligus memperkuat daya ingat melalui pengulangan yang memiliki makna.

Satu elemen retorik penting yang tidak muncul pada pesan dakwah pertama adalah penutup berupa pertanyaan retorik langsung kepada jamaah yakni “*lebih pilih yang mana?*”. Dalam kerangka Keraf, pertanyaan retorik berfungsi meningkatkan daya persuasi karena menempatkan *mad'uw* sebagai partisipan aktif yang seolah-olah diminta membuat keputusan, padahal jawabannya sudah didesain secara implisit oleh keseluruhan bangunan analogi sebelumnya. Hal ini memperkuat fungsi persuasif analogi dan metafora dalam pesan dakwah, tidak hanya sekadar fungsi deskriptif.

Dari segi diksi, penggunaan bahasa Jawa ngoko yang konsisten seperti '*mentes*', '*ombo*', '*ciut*', dan '*lemes*', sejalan dengan pola pada data pertama, menegaskan ciri khas gaya retorik K.H. Anwar Zahid yang mengutamakan keakraban dengan bahasa

lokal sebagai strategi membangun kedekatan dengan *mad'uw*.

Titik kemiripan yang mendasari kedua analogi bersifat substansial, baik pada analogi sawah maupun analogi dompet. Terdapat relasi antara 'ukuran/kapasitas wadah' dan 'kepadatan/nilai isi' yang logis, sawah luas tidak otomatis menghasilkan panen melimpah, sebagaimana umur panjang tidak otomatis menghasilkan amal yang banyak. Kesesuaian konsep inilah yang menurut kerangka analogi Mundry menjadi penentu utama validitas sebuah analogi, dan pada kedua analogi ini kesesuaian tersebut sangat kuat karena relasi 'kapasitas vs isi' berlaku identik pada *source domain* dan *target domain*.

Kekuatan analogi ini juga didukung oleh konsistensi logis antar konsep analoginya. Analogi sawah yang menghasilkan tiga variasi yakni sawah luas-hasil sedikit, sawah sempit-hasil banyak, sawah luas-hasil banyak, membentuk kombinasi yang lengkap dan tidak kontradiktif, meskipun ada kemungkinan skenario keempat yang secara logis mungkin yakni sawah sempit-hasil sedikit dan memang sengaja tidak dimunculkan karena tidak relevan dengan konsep pesan dakwahnya. Kelengkapan kombinasi dalam analogi ini menunjukkan kecermatan struktur argumentasi K.H. Anwar Zahid.

Analisis terhadap pesan dakwah kedua ini mengonfirmasi kembali bahwa analogi dan metafora mempermudah pemahaman dan penerimaan pesan dakwah melalui tiga mekanisme yang telah dirumuskan dalam kerangka teori. Level kognitif melalui analisis CMT menunjukkan *metaphorical mapping* yang presisi antara kapasitas-wadah dan kepadatan-isi dan diulang pada dua *source*

domain berbeda untuk memperkuat pemahaman *mad'uw*. Pada level retorik-estetis, analisis Keraf menunjukkan fungsi deklaratif-induktif bertingkat yang diperkaya dengan variasi ekspresi berupa audio dan ditutup dengan pertanyaan retorik yang bersifat persuasif.

Simpulan dari pesan dakwah kedua ini sejalan dan memperkuat simpulan dari pesan dakwah pertama yakni penggunaan analogi dan metafora dalam komunikasi dakwah mempermudah pemahaman dan penerimaan pesan dakwah. Sebagai tambahan, pesan dakwah kedua menunjukkan adanya variasi strategi dalam komunikasi dakwah yang memperkaya hasil temuan.

Analisis Analogi dan Metafora pada Pesan Dakwah Ketiga

Pesan dakwah ketiga adalah tentang kebaikan dan keburukan dalam diri manusia. Berbeda dari dua pesan dakwah sebelumnya yang masing-masing dibangun di atas satu tema tunggal dengan analogi berlapis. Pesan dakwah ketiga berisi dua analogi dengan fungsi yang berbeda secara berurutan yakni analogi sawah (padi vs rumput) untuk menjelaskan kemungkinan terdapat kebaikan dan keburukan sekaligus dalam diri manusia. Lalu analogi kolak-kotoran untuk

menjelaskan bahaya mencampurkan kebaikan dan keburukan. Menariknya, analogi pada pesan dakwah ketiga menggunakan *source domain* yang sama dengan pesan dakwah kedua yakni sawah, tetapi dengan *target domain* yang berbeda.

Struktur pesan dakwah bergerak dari simpulan normatif tentang hidup bukan soal panjang umur, melainkan kualitas amal, prestasi, dan manfaat, menuju premis keagamaan tentang sifat manusia yang memiliki kebaikan dan keburukan yang tidak dapat diukur proporsinya secara pasti, dilanjutkan dengan larangan bersikap ujub dalam pesan "*rumongso apik iku ora apik*".

Dilanjutkan dengan dua analogi berurutan yakni sawah dan rumput, kemudian kolak-kotoran yang masing-masing menjawab pertanyaan berbeda yakni analogi sawah menjawab '*bagaimana bersikap terhadap kebaikan dan keburukan dalam diri*', sedangkan analogi kolak-kotoran menjawab '*mengapa kebaikan dan keburukan tidak boleh dicampur*'. Struktur dua analogi yang saling melengkapi bukan sekadar pengulangan ini menunjukkan kerumitan argumentasi yang lebih tinggi dibanding dua pesan dakwah sebelumnya. Ditemukan tiga bentuk analogi dan metafora dalam pesan dakwah ketiga.

Tabel 3 - Analogi dan Metafora pada Pesan Dakwah Ketiga

No	Unit Ungkapan	Kutipan Representatif
1	Padi vs rumput dalam sawah	" <i>Pari iku simbole apik, suket iku simbole elek... parine dirumat, suket'e diresik'i</i> "
2	Kolak dicampur kotoran	" <i>Campuren karo kotoran sak sendok... kotoran rasa kolak</i> "
3	Pertanyaan retorik berlapis	" <i>Dadine, kotoran rasa kolak atau kolak rasa kotoran?</i> "; " <i>sing diguwak kotorane tok atau sak kolak-kolak'e?</i> "

Target domain pada analogi pertama adalah tentang konsep keberadaan kebaikan sekaligus keburukan dalam diri manusia juga adanya seruan untuk terus menjaga kebaikan dan membuang keburukannya. K.H. Anwar Zahid memetakan konsep ini ke *source domain* yang dekat dengan *mad'uw* yakni "isi dari sawah" dengan formula konseptual kebaikan adalah padi, keburukan adalah rumput yang ada dalam satu sawah yang sama. Cara merawat kebaikan diibaratkan seperti bertani yakni merawat padi dan membersihkan rumput yang tumbuh.

Titik krusial pada pemetaan ini adalah padi dan rumput tumbuh pada lahan sawah yang sama, sebagaimana kebaikan dan keburukan hidup berdampingan dalam diri yang sama. Berbeda dengan analogi ular-ulat pada pesan dakwah pertama yang memisahkan dua entitas berbeda secara total. Struktur pemetaan 'dalam satu wadah, ada dua isi yang berlawanan, maka butuh penanganan berbeda' inilah yang secara presisi menerjemahkan konsep abstrak tentang kebaikan sekaligus keburukan dalam diri manusia ke dalam realitas pertanian yang dipahami oleh *mad'uw*.

Target domain pada analogi kedua adalah konsep tentang bahaya dari mencampuradukkan kebaikan dan keburukan. K.H. Anwar Zahid memetakan konsep ini ke formula konseptual kebaikan yang bercampur keburukan adalah kolak yang bercampur kotoran.

Pemetaan ini memiliki karakter yang berbeda dari seluruh analogi pada dua pesan dakwah sebelumnya. Analogi ini memetakan sebuah prinsip kontaminasi sesuatu yang kotor terhadap sesuatu yang bersih dalam

jumlah berapa pun akan merusak sesuatu yang bersih secara keseluruhan, tidak peduli proporsi volumenya. Prinsip fisika ini dipetakan langsung ke prinsip moralitas yakni keburukan sekecil apa pun yang bercampur dengan kebaikan akan 'mengalahkan' keseluruhan nilai kebaikan tersebut, terlepas dari proporsi volumenya.

Dua analogi ini, meski sama-sama bertema kebaikan-keburukan, bekerja pada level pemetaan konseptual yang berbeda. Analogi sawah memetakan tentang bagaimana dua hal bertentangan hidup berdampingan dan masing-masing perlu ditangani secara berbeda, sementara analogi kolak-kotoran memetakan tentang bagaimana pencampuran dua hal berbeda menghasilkan kemenangan/dominasi salah satu secara tidak proporsional. *Mad'uw* diajari tentang cara memelihara dualitas moral dalam diri melalui analogi pertama serta cara menjaga kemurnian saat keduanya berpotensi bercampur melalui analogi kedua.

Ditinjau dari kerangka Keraf, analogi padi-rumput tergolong analogi deklaratif sekaligus berfungsi persuasif. K.H. Anwar Zahid tidak hanya menjelaskan fakta bahwa manusia memiliki dua sisi (kebaikan dan keburukan sekaligus), tetapi juga menyarankan tindakan konkret yakni '*parine dirumat, suket'e diresik'i*'.

Analogi kolak-kotoran tergolong analogi induktif dengan intensitas persuasif yang tinggi, karena dai menggiring *mad'uw* dari satu ilustrasi konkret dan ekstrem, "*kolak anget sak ember dicampur kotoran anget sak sendok*" menuju kesimpulan umum yang berlaku umum yakni keburukan sekecil apa pun mengalahkan kebaikan sebanyak apa

pun apabila dicampur. Tingkat kontras yang sengaja dipilih dai yakni seember berbanding satu sendok merupakan strategi retorik untuk memperkuat daya persuasi dari pesan dakwahny melalui perbedaan kuantitatif yang signifikan, sehingga semakin timpang rasio yang digunakan, semakin kuat kesan bahwa prinsip yang diajarkan bersifat mutlak, bukan sekadar kecenderungan umum.

Pertanyaan retorik berlapis pada penutup yakni *"kotoran rasa kolak atau kolak rasa kotoran?"*, dilanjutkan *"sing diguwak kotorane tok atau sak kolak-kolak'e?"* merupakan teknik retorik deduksi terpandu. K.H. Anwar Zahid tidak menyatakan kesimpulan secara langsung, melainkan menuntun *mad'uw* melalui serangkaian pertanyaan berurutan hingga kesimpulan terasa ditemukan sendiri oleh *mad'uw*, bukan didiktekan oleh dai. Teknik ini mampu meningkatkan daya penerimaan pesan karena *mad'uw* mengalami proses penalaran sebagai keterlibatan aktif, bukan pasif menerima instruksi.

Konsisten dengan dua data sebelumnya, diksi bahasa Jawa ngoko dipertahankan sepanjang pesan yakni *'suket'*, *'diresik'i'*, *'diguwak'*, termasuk penggunaan aforisme berbahasa Jawa yang padat makna yakni *'rumongso apik iku ora apik'*. Sebuah bentuk gaya bahasa yang oleh Keraf dikategorikan sebagai gaya bahasa penegasan dengan ada repetisi pada bunyi *'apik'* pada posisi berlawanan makna, menciptakan efek paradoks yang mengejutkan sekaligus mudah diingat karena struktur bunyinya simetris.

Pengujian terhadap analogi padi-rumput menunjukkan validitas yang kuat karena titik kemiripannya bersifat struktural dan ganda.

Pertama, kesamaan struktur 'satu wadah berisi dua elemen berlawanan nilai' antara sawah (padi-rumput) dan diri manusia (baik-buruk). Kedua, ada kesamaan tindakan dalam bertani yakni merawat padi vs membersihkan rumput dan praktik moral yakni memelihara kebaikan vs membersihkan keburukan. Dua lapis kesamaan struktural yang saling terkait ini menjadikan analogi ini memiliki validitas argumentatif yang tinggi menurut kerangka Mundry, karena kemiripan tidak berhenti pada tingkat objek permukaan karena sama-sama 'ada dua unsur', melainkan menembus ke tingkat relasi fungsional yakni unsur baik memerlukan penguatan, unsur buruk memerlukan penghapusan.

Analogi kolak-kotoran justru merupakan analogi paling valid diantara analogi lainnya, karena memang didasarkan atas fakta bahwa makanan yang bersih bisa terkontaminasi oleh zat kotor dengan volume kecil sekalipun. Analogi ini valid secara faktual ataupun struktural dalam menjelaskan kebaikan akan terkontaminasi apabila tercampur keburukan, meskipun sedikit. Hal ini menjadikan analogi kolak-kotoran sebagai salah satu analogi dengan tingkat validitas penalaran tertinggi di antara ketiga pesan dakwah yang telah dianalisis.

Analisis terhadap pesan dakwah ketiga ini kembali mengonfirmasi kerangka teori penelitian ini yakni analogi dan metafora mempermudah pemahaman dan penerimaan pesan dakwah bukan hanya karena mekanisme kognitif-retoris-emosional secara umum, tetapi juga karena kemampuan K.H. Anwar Zahid dalam memilih *source domain* yang premisnya secara faktual valid, sehingga daya persuasi analogi tidak semata bertumpu pada aspek kedekatan semata, melainkan juga pada

hukum yang bersifat universal dan tak terbantahkan secara inderawi. Temuan ini memperkaya kerangka Mundiri dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa tingkat validitas analogi dakwah dapat bervariasi dari yang bertumpu pada skema budaya (pesan dakwah pertama) hingga yang bertumpu pada hukum universal (pesan dakwah ketiga), namun keduanya sama-sama efektif secara persuasif selama titik kemiripannya relevan dengan pesan yang disampaikan.

Pada level psikologis, pesan dakwah ketiga ini juga memperluas pemahaman tentang efek afektif analogi dan metafora dengan menunjukkan peran emosi jijik sebagai jalur persuasi moral yang belum muncul pada dua pesan dakwah sebelumnya. Temuan ini menunjukkan bahwa repertoar emosi yang dimanfaatkan dalam menyusun analogi dan metafora pada pesan dakwahnya cukup luas, disesuaikan dengan sifat pesan moral yang hendak ditekankan.

Analisis Makro

Dengan tersedianya tiga data pesan dakwah, ditemukan beberapa pola penggunaan analogi dan metafora. *Pertama* adalah temuan bahwa *source domain* sawah digunakan dua kali oleh K.H. Anwar Zahid pada dua konteks berbeda pada pesan kedua dan ketiga dengan pemetaan konseptual yang berbeda. Pada pesan dakwah kedua, analogi sawah digunakan untuk memetakan hubungan antara 'kapasitas lahan vs hasil panen' untuk menjelaskan hubungan antara panjang umur dan kepadatan amal. Pada pesan dakwah ketiga, analogi sawah digunakan untuk memetakan hubungan 'kondisi

berdampingan antara dua tanaman (padi dan rumput) yang sifatnya berlawanan dalam satu lahan' untuk menjelaskan dualitas moral manusia yakni kebaikan dan keburukan dalam diri manusia.

Temuan ini menjadi bukti kuat bagi argumen CMT bahwa *source domain* bukanlah 'kamus baku' yang maknanya tetap, tidak fleksibel dan tidak bisa digunakan berulang. *Source domain* dapat digunakan kembali sesuai kebutuhan konseptual pesan yang berbeda-beda. Hal ini juga menunjukkan penguasaan K.H. Anwar Zahid terhadap berbagai hal yang dekat dengan *mad'uw* nya, sehingga bisa dengan kreatif menggunakan *source domain* yang sama untuk *target domain* yang berbeda.

Lakoff dan Johnson menegaskan bahwa metafora konseptual yang paling efektif adalah yang berangkat dari pengalaman dan lingkungan yang telah terinternalisasi secara mendalam.⁴⁸ Jamaah K.H. Anwar Zahid yang mayoritas petani dan warga pedesaan di Kabupaten Malang memiliki skema kognitif sawah, hasil panen, metamorfosis ulat, dan kolak yang sangat matang. Dengan memanfaatkan skema-skema ini, K.H. Anwar Zahid tidak perlu membangun pemahaman dari nol, melainkan cukup mengaktifkan skema yang sudah ada dan memetakannya ke domain target keagamaan

Kedua, ketiga data secara konsisten menampilkan struktur retorik tiga bagian yang sama yakni premis normatif di awal, elaborasi melalui satu atau lebih analogi di tengah, dan penutup persuasif yang mengarahkan pada keputusan/sikap tertentu. Konsistensi struktur pesan pada

⁴⁸ Lakoff dan Johnson, "Conceptual Metaphor in Everyday Language."

tiga pesan dakwah dengan tema yang berbeda yakni transformasi spiritual, umur barokah, dan dualitas moral, menunjukkan bahwa pola ini bukan kebetulan, melainkan direncanakan dengan baik dan konsisten digunakan K.H. Anwar Zahid sebagai kerangka penyusunan pesan dakwahnya.

Ketiga, variasi jenis emosi yang dieksploitasi mulai dari takut-harap pada pesan dakwah pertama, resonansi ekonomi-personal pada pesan dakwah kedua, jijik pada pesan dakwah ketiga menunjukkan bahwa K.H. Anwar Zahid tidak hanya memanfaatkan satu bentuk emosi secara berulang, tetapi mengadaptasi berbagai jenis emosi yang sesuai dengan tema spesifik yang dibahas mulai dari transformasi karakter dipersuasi melalui takut-harap, kualitas hidup dipersuasi melalui resonansi kebutuhan ekonomi harian, dan kemurnian niat dipersuasi melalui emosi jijik. Variasi ini menunjukkan kepekaan retorik tingkat tinggi dalam memilih jenis emosi yang paling sesuai dengan struktur pesannya, bukan sekadar mengandalkan satu formula emosional yang diulang terus-menerus.

Ketiga temuan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan analogi dan metafora oleh K.H. Anwar Zahid dalam komunikasi dakwah kepada masyarakat pedesaan mempermudah pemahaman dan penerimaan pesan dakwah, melalui kombinasi sistematis antara pemetaan kognitif yang presisi (CMT), struktur retorik yang berulang namun adaptif (Keraf), validitas penalaran yang terjaga meski bertumpu pada basis berbeda-beda—baik

budaya maupun fisik (Mundiri). Konsistensi pola pada tiga pesan dakwah dengan tema berbeda memberi landasan yang cukup kuat untuk menegaskan bahwa temuan ini bersifat sistematis dan bukan kebetulan semata.

Posisi Temuan dalam Konteks Penelitian Terdahulu

Temuan pada studi ini menunjukkan bahwa K.H. Anwar Zahid memfungsikan analogi tidak hanya untuk memperjelas gagasan yang masih abstrak, mempermudah penerimaan pesan dakwah serta dijadikan sebagai landasan dalam menarik kesimpulan dan mengajak jamaah melakukan perbuatan tertentu. Temuan penelitian ini melengkapi temuan Oki⁴⁹ tentang retorika dakwah K.H. Anwar Zahid dengan menunjukkan bahwa analogi merupakan instrumen retorik utama yang bekerja tidak hanya pada level bahasa, tetapi juga pada level kognitif melalui mekanisme yang dijelaskan CMT.

Temuan ini juga memperkuat pandangan Arsyad dan Magfiratullah dkk.⁵⁰ tentang fungsi analogi dalam tradisi Islam, dengan tambahan penjelasan mekanisme kognitifnya. Pilihan *source domain* yang konsisten dari kehidupan pertanian-pedesaan mencerminkan prinsip komunikasi dakwah yang menekankan kesesuaian pesan dengan konteks kehidupan *mad'uw*.⁵¹ CMT memberikan penjelasan ilmiah mengapa prinsip tersebut efektif, karena *source domain* yang familiar mengaktifkan skema kognitif yang sudah terinternalisasi, sehingga pemahaman dan penerimaan

⁴⁹ Oki, "Retorika Dakwah KH. Anwar Zahid Dalam Media Sosial Youtube."

⁵⁰ Arsyad, "Metode Perumpamaan Dalam Praktik Mengajar Rasulullah"; Magfiratullah dkk., "Perumpamaan Dalam Al-Quran."

⁵¹ Rokibullah, *Integrasi Retorika Klasik Dan Prinsip Qur'ani Dalam Strategi Dakwah Islam Kontemporer* / *Jurnal Impresi Indonesia*; Valentina, "Menelaah Komunikasi Dakwah Komunitas Desa."

pesan terjadi lebih mudah dan lebih mendalam dalam diri *mad'uw*.

Dibandingkan dengan pendekatan Mundiри dan Keraf⁵² yang menekankan struktur dan fungsi retorisi, penambahan CMT memungkinkan analisis yang lebih komprehensif karena tidak hanya mendeskripsikan apa yang dilakukan analogi dan metafora serta bagaimana ia bekerja secara retorisi, tetapi juga mengapa ia efektif secara kognitif.⁵³ Ini adalah kontribusi metodologis yang dapat menjadi rujukan penelitian analogi dan metafora dalam retorika dakwah selanjutnya.

Simpulan

Hasil studi menunjukkan bahwa K.H. Anwar Zahid menggunakan analogi dan metafora sebagai instrumen retorisi utama dalam menyampaikan pesan dakwah kepada jamaah pedesaan di Kabupaten Malang. Berdasarkan analisis terhadap tiga pesan dakwah yakni transformasi diri setelah puasa Ramadhan, umur yang barokah, serta dualitas kebaikan dan keburukan dalam diri manusia, ditemukan bahwa K.H. Anwar Zahid menggunakan dua jenis analogi, yakni analogi deklaratif untuk memperjelas gagasan abstrak dan analogi induktif untuk menarik kesimpulan, dengan *source domain* yang bersumber dari kehidupan sehari-hari masyarakat pedesaan seperti ulat, ular, sawah, dompet, dan kolak. Fungsi analogi dan metafora tidak berhenti pada pemahaman dan penerimaan tapi juga menggerakkan *mad'uw* untuk berperilaku tertentu.

Analisis lintas ketiga pesan dakwah (analisis makro) mengungkap tiga pola penting.

Pertama, *source domain* yang sama (sawah) dapat digunakan berulang dengan pemetaan konseptual yang berbeda untuk *target domain* yang berbeda pula, sebagai bukti bahwa *source domain* bersifat fleksibel dan dapat dimanfaatkan secara kreatif, bukan bersifat tetap seperti kamus baku. Kedua, ketiga pesan dakwah konsisten menampilkan struktur retorisi tiga bagian yakni premis normatif, elaborasi melalui analogi dan metafora, dan penutup persuasif, yang menunjukkan bahwa pola ini direncanakan dan digunakan secara sistematis. Ketiga, K.H. Anwar Zahid mengadaptasi jenis emosi yang dibangkitkan sesuai dengan tema pesan mulai dari takut-harap, resonansi ekonomi-personal, dan jijik, yang menunjukkan kepekaan retorisi tingkat tinggi dalam menyusun pesan dakwahnya.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi dengan mengintegrasikan *Conceptual Metaphor Theory* (CMT) dengan teori analogi retorisi (Keraf) dan logis (Mundiри), sehingga analisis tidak berhenti pada deskripsi bentuk dan fungsi analogi, melainkan juga menjelaskan mengapa analogi tersebut efektif dalam mempermudah pemahaman dan penerimaan *mad'uw* terhadap pesan dakwah. Kontribusi ini melengkapi dan memperkuat temuan penelitian terdahulu tentang retorika dakwah K.H. Anwar Zahid maupun fungsi analogi dan metafora dalam tradisi dakwah Islam secara umum. Secara praktis, temuan ini merekomendasikan bagi para dai yang berdakwah di masyarakat pedesaan untuk memanfaatkan *source domain* yang dekat dan familier dengan pengalaman keseharian jamaah, sebagai

⁵² Mundiри, *Logika*; Keraf, *Argumentasi Dan Narasi*.

⁵³ Lakoff dan Johnson, "Conceptual Metaphor in Everyday Language."

strategi retorik untuk menjembatani konsep-konsep keagamaan yang abstrak dengan realitas hidup *mad'uw*.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menganalisis satu video ceramah dari K.H. Anwar Zahid dengan pendekatan deskriptif kualitatif, sehingga temuan tidak

dapat digeneralisasikan secara luas. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek kajian pada dai lain atau video ceramah lain dari K.H. Anwar Zahid, guna menguji konsistensi pola penggunaan analogi dan metafora yang ditemukan dalam studi ini.

Bibliografi

- Al-Qur'an Andalusia*. Tiga Serangkai, 2013.
- Anza Channel K.H. Anwar Zahid, dir. *Abah Anza & Habib Bidin Adu Kekuatan*. 2026. <https://www.youtube.com/watch?v=NH4W3syGWKM>.
- Arsyad, Junaidi. "Metode Perumpamaan Dalam Praktik Mengajar Rasulullah." *Nizhamiyah* 7, no. 1 (2017). <https://doi.org/10.30821/niz.v7i1.148>.
- Bartha, Paul. "Analogy and Analogical Reasoning." Dalam *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*, Fall 2024. Metaphysics Research Lab, Stanford University, 2024. <https://plato.stanford.edu/archives/fall2024/entries/reasoning-analogy/>.
- Dyrmo, Tomasz. "Extending Extended Conceptual Metaphor Theory: Rethinking Levels, Modalities, and Meaning-Making." *Cognitive Semiotics* 18, no. 1 (2025): 23–51. <https://doi.org/10.1515/cogsem-2025-2001>.
- Farisi, Achmad Al. "Teknik Argumentasi Ceramah Bertema Vaksinasi COVID-19 di Media Youtube." *INTELEKSIA: Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah* 5, no. 1 (2023): 175–96. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v5i1.234>.
- Fitriani, Mardiana, Lalu Thohir, dan Nawawi Nawawi. "Rhetorical Dakwah Through Characterization Metaphor: 'Dakwah Emha Ainun Najib (Cak Nun).'" 28 Agustus 2020, 267–70. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200827.067>.
- Hartanto, Wido. "Metafora Kognitif Tuturan Penceramah Dalam Pengajian Di Wilayah Surakarta (Cognitive Metaphor Teachings Speech Act in Surakarta)." *Kandai* 14, no. 2 (2018): 181–96. <https://doi.org/10.26499/jk.v14i2.643>.
- Iroyna, Nusaibah Samiyah, Adzan Ninggar, dan Nur Anisa Gama Windianti. "Kajian Humor Pada Dakwah Kyai Anwar Zahid." *AdZikra : Jurnal Komunikasi & Penyiaran Islam* 14, no. 1 (2023): 16–28. <https://doi.org/10.32678/adzikra.v14i1.6047>.
- Keraf, Gorys. *Argumentasi Dan Narasi*. PT Gramedia Pustaka Utama, 1991.
- Khiyaroh, Intihaul. "Dakwah Ala Anwar Zahid: Menjinakkan Islam Normatif Menjadi Islam Lokal Yang Mengglobal: Pandangan Kritis Terhadap Pola Dakwah Yang Disampaikan Anwar Zahid Di Beberapa Video Youtube-Nya." *Alamtara: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 2, no. 2 (2018): 81–89.

- Kurniawan, Deva, dan M. Ag Drs. Saifuddin. "Dakwah Menurut M. Quraish Shihab Kajian Surat Ali-imran Ayat 104 Dan Surat An-nahl Ayat 125 Dalam Tafsir Al-misbah." S1, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2022. <https://eprints.ums.ac.id/104661/>.
- Lakoff, G., dan M. Johnson. "Conceptual Metaphor in Everyday Language." Dalam *Shaping Entrepreneurship Research*. Routledge, 2020.
- Magfiratullah, Nurul, Nasrullah Bin Sapa, dan Muhammad Amin Sahib. "Perumpamaan Dalam Al-Quran: Makna, Fungsi Dan Implikasi Amsalul Quran." *Advances In Education Journal* 2, no. 3 (2025): 954–58.
- Mansyuriadi, Mansyuriadi, dan Juhirman Sapriadi. "Metaphorical Leadership of a Muballigh in Establishing an Islamic School in A Marginal Rural Area: An Interpretive Phenomenological Study." *Hierophany: Journal of Islamic Religious Education* 1, no. 1 (2026): 1–20. <https://doi.org/10.64850/hierophany.v1i1.210>.
- Mubasit, Mubasit. "Interactive Da'wah Communication of K.H. Anwar Zahid on YouTube: Integrating Traditional and Contemporary Methods." *MUHARRIK: Jurnal Dakwah Dan Sosial* 8, no. 2 (2025): 20–31. <https://doi.org/10.37680/muharrik.v8i2.7902>.
- Mundiri, Mundiri. *Logika*. PT RajaGrafindo Persada, 2002.
- Oki, Darmawan. "Retorika Dakwah K.H. Anwar Zahid Dalam Media Sosial Youtube." Diploma, UIN Raden Intan Lampung, 2025. <https://repository.radenintan.ac.id/41273/>.
- Prihartanto, Lucky. "Kesantunan Bahasa Tubuh dalam Dakwah Gus Baha." *Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* 3, no. 1 (2025): 19–44. <https://doi.org/10.55372/bilhikmahjkpi.v3i1.51>.
- Rifqi, M. Alfaynanur. "Pemanfaatan Channel Youtube Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Akun Youtube Anza Channel K.H Anwar Zahid)." *Busyro: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 5, no. 2 (2024): 69–79. <https://doi.org/10.55352/kpi.v5i2.1196>.
- Rofiq, Mohammad. "STRATEGI DAKWAH K.H. ANWAR ZAHID." *Risda: Jurnal Pemikiran Dan Pendidikan Islam* 8, no. 2 (2023). <https://www.ejournal.staiarrosyid.ac.id/index.php/risda/article/view/142>.
- Rokibullah, Rokibullah. *Integrasi Retorika Klasik Dan Prinsip Qur'ani Dalam Strategi Dakwah Islam Kontemporer | Jurnal Impresi Indonesia*. 30 September 2025. <https://jii.rivierapublishing.id/index.php/jii/article/view/7053>.
- Rusidi, Muhammad, Muhammad Taufiq, dan Dian Istiqomah. "Bahasa sebagai Medium Dakwah Islam Lokal: Kajian Stilistika dan Sociolinguistik dalam Tafsir Al-Ibriz." *JSI: Jurnal Studi Islam* 14, no. 2 (2025): 215–39. <https://doi.org/10.33477/jsi.v14i2.11373>.
- Sukardi, Akhmad. "Dakwah Pada Masyarakat Pedesaan (Suatu Tinjauan Sosiologis)." *Al-MUNZIR*, no. 2 (2015): 129–44. <https://doi.org/10.31332/am.v8i2.760>.
- Tajuddin, Yuliyatun. *Walisongo Dalam Strategi Komunikasi Dakwah*. 8, no. 2 (2014).
- Valentina, Lutfi Putri. "Menelaah Komunikasi Dakwah Komunitas Desa." *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah* 6, no. 1 (2025): 81–95. <https://doi.org/10.19105/meyarsa.v6i1.21315>.
- Zahid, Anza Channel KH Anwar Zahid Anza Channel KH Anwar. "Anza Channel K.H. Anwar Zahid." YouTube. Diakses 14 April 2026. https://www.youtube.com/channel/UCVH1zmA53jM5_T-kxS8Etkw.

Zellatifanny, Cut Medika, dan Bambang Mudjiyanto. "TIPE PENELITIAN DESKRIPSI DALAM ILMU KOMUNIKASI." *Diakom : Jurnal Media dan Komunikasi* 1, no. 2 (2018): 83–90. <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i2.20>.