



Model Komunikasi Dakwah Berbasis Kearifan Lokal di Desa Ganjar Sabar

Karyana Sofyan^{1*}, Asep Iwan Setiawan², Aang Ridwan¹, Nase¹

¹Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

²Jurusan Manajemen Haji dan Umrah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : karyana.sofyan@uinsgd.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kearifan lokal sebagai media dan simbol tabligh, sinergi media kearifan lokal dalam proses tabligh dan efek tabligh terhadap perubahan sosial-ekonomi mad'u di Desa Ganjar Sabar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan tabligh ini tampak dari efek konatif berupa peningkatan pendapatan, pelestarian tradisi lokal, dan penguatan solidaritas sosial. Tantangan berupa keterbatasan akses pasar dan pengelolaan umpan balik mad'u masih menjadi kendala yang perlu diatasi. Penelitian ini merekomendasikan penguatan komunikasi dakwah berbasis kolaborasi lintas sektor, dengan tetap menjadikan kearifan lokal sebagai media dan pendekatan utama dalam tabligh.

Kata Kunci : Tabligh; Komunikasi Dakwah; Kearifan Lokal

ABSTRACT

This study explores how the tabligh process, the delivery of da'wah messages by the communicator (the village government) to the mad'u (working-age widows), was designed using local wisdom in Ganjar Sabar Village as the medium of delivery. Using a qualitative case study. The findings show that the success of this tabligh is reflected in conative effects such as increased income, preservation of local tradition, and strengthened social solidarity. Challenges such as limited market access and managing mad'u feedback remain obstacles. This study recommends strengthening cross-sector collaborative da'wah communication while keeping local wisdom as the primary medium in tabligh

Keywords : Tabligh; Da'wah Communication; Local Wisdom

PENDAHULUAN

Kemiskinan merupakan tantangan multidimensi yang tidak hanya mencakup aspek ekonomi, tetapi juga sosial, budaya, dan moral. Di Indonesia, khususnya di wilayah pedesaan, kemiskinan sering kali menjadi hambatan utama dalam mencapai kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks ini, tabligh sebagai salah satu rumpun ilmu dakwah yang berorientasi pada penyampaian pesan keislaman melalui lisan, tulisan, maupun keteladanan (*uswah hasanah*) memegang peranan penting sebagai pendekatan komunikatif untuk membangun kesadaran masyarakat secara holistik terhadap persoalan kemiskinan. Kearifan lokal, dalam kerangka ini, tidak diposisikan sebagai tujuan akhir, melainkan sebagai media dan pendekatan kultural yang mempermudah proses penyampaian pesan dakwah, seperti nilai gotong royong, kesederhanaan, dan solidaritas, agar lebih mudah diterima dan diinternalisasi oleh masyarakat setempat (Rahman, 2020; Kusuma, 2019).

Tabligh yang mengintegrasikan pesan-pesan keagamaan dengan simbol dan tradisi lokal dapat menjadi strategi komunikasi yang efektif untuk membangun kesadaran masyarakat akan pentingnya kerja sama dalam mengatasi kemiskinan. Tradisi gotong royong, misalnya, dimanfaatkan sebagai media penyampai pesan *ta'awun* (tolong-menolong), sementara nilai-nilai spiritual dalam Islam mengenai *infaq*, *zakat*, dan *sedekah* disampaikan sebagai pesan dakwah tentang redistribusi kekayaan (Yusuf, 2018). Penelitian terdahulu umumnya mengkaji persoalan serupa dari sudut pandang tamkin atau pemberdayaan ekonomi umat, dengan menjadikan peningkatan pendapatan sebagai indikator keberhasilan utama (Masruroh & Farid, 2019; Mardhiyah, 2020). Penelitian ini mengambil posisi berbeda dengan menempatkan kajian pada rumpun tabligh, yakni menyoroti proses komunikasi dakwah itu sendiri, bagaimana pesan dirancang dan disampaikan, media apa yang digunakan, serta efek apa yang ditimbulkannya, sementara perubahan sosial-ekonomi dipandang sebagai dampak ikutan dari keberhasilan komunikasi tersebut.

Di Desa Ganjar Sabar, tantangan yang dihadapi oleh janda usia produktif selaku *mad'u*, di tengah 367 orang janda yang tercatat di desa ini, tidak hanya mencerminkan kurangnya peluang kerja, tetapi juga menunjukkan pentingnya strategi tabligh yang tepat sasaran dalam menyampaikan pesan keislaman yang membangkitkan kesadaran dan kemandirian. Dalam beberapa kasus, ketergantungan ekonomi membuat mereka rentan terhadap praktik-praktik yang tidak bermartabat, seperti menjual diri dan ketergantungan pada bank emok, sehingga pesan dakwah yang disampaikan perlu dikemas melalui pendekatan yang kontekstual dengan kearifan lokal agar lebih mudah diterima dan mendorong perubahan sikap (Kartini, 2019). Pemerintah desa, selaku komunikator dakwah, melalui program tabligh berbasis kearifan lokal berupa

pelatihan keterampilan tradisional, penyuluhan agama, dan pendampingan usaha kecil berbasis potensi lokal, telah mengambil langkah nyata untuk menjawab tantangan ini, dengan menyatukan penyampaian pesan spiritual dan keteladanan nyata (dakwah bi al-hal), sehingga memberikan dampak positif baik dalam membangun kesadaran keagamaan maupun dalam melestarikan nilai-nilai lokal yang mendukung kebersamaan (Masruroh & Farid, 2019; Mardhiyah, 2020).

Penelitian ini berlokasi di Desa Ganjar Sabar, sebuah desa yang masih memelihara tradisi gotong royong, musyawarah, dan pengolahan hasil bumi sebagai bagian dari keseharian masyarakatnya, sehingga tradisi tersebut dapat difungsikan sebagai saluran komunikasi dakwah yang akrab dan dipercaya. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dirumuskan untuk menjawab tiga pertanyaan pokok, yaitu bagaimana pesan dakwah dirancang oleh pemerintah desa selaku komunikator dengan memanfaatkan kearifan lokal, bagaimana pesan tersebut disampaikan dan diterima oleh mad'u, serta efek apa yang ditimbulkannya bagi tatanan sosial-ekonomi masyarakat.

Adapun pertanyaan penelitian yang didalami meliputi bagaimana kearifan lokal sebagai media dan simbol tabligh?; bagaimana sinergi media kearifan lokal dalam proses tabligh?; dan efek tabligh terhadap perubahan sosial-ekonomi mad'u di Desa Ganjar Sabar?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus yang berpusat pada Desa Ganjar Sabar, karena proses tabligh, sebagaimana proses komunikasi pada umumnya, bersifat kontekstual dan bermakna ganda (multi-interpretable), sehingga sebuah pesan yang sama dapat dimaknai berbeda oleh mad'u yang berbeda tergantung latar belakang sosial dan pengalaman hidup masing-masing. Pendekatan kuantitatif yang mereduksi proses komunikasi ke dalam angka dan skor dipandang kurang memadai untuk menangkap kekayaan makna di balik penerimaan pesan dakwah tersebut. Subjek penelitian meliputi tiga kelompok, yaitu janda usia produktif selaku mad'u atau penerima pesan dakwah, aparat desa selaku komunikator dakwah yang bertanggung jawab atas perancangan dan penyampaian pesan, serta tokoh masyarakat dan pelaku tradisi lokal selaku komunikator pendukung (opinion leader). Ketiga kelompok subjek ini dipilih melalui teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan yang memiliki keterlibatan langsung dan pengetahuan memadai mengenai proses tabligh, dengan jumlah informan mengikuti prinsip kejenuhan data (data saturation), bukan ditentukan secara kaku di awal.

Data dikumpulkan melalui tiga metode utama, yaitu wawancara mendalam terhadap aparat desa, tokoh masyarakat, dan janda usia produktif untuk menggali pengalaman mereka terkait penyampaian, penerimaan, dan pemaknaan pesan dakwah; observasi langsung terhadap praktik penyampaian pesan yang

berlangsung dalam kegiatan kerajinan tangan dan pengolahan hasil bumi; serta dokumentasi berupa laporan desa, kebijakan program, dan catatan tradisi lokal. Data yang terkumpul dianalisis melalui analisis tematik tiga tahap, yaitu open coding untuk memberi label awal pada satuan makna, axial coding untuk mengelompokkan label ke dalam kategori unsur-unsur komunikasi dakwah (komunikator, pesan, media, mad'u, efek), dan selective coding untuk menarik benang merah antarkategori menjadi tema inti penelitian. Ketiga tahap ini dilakukan secara iteratif, dan validitas data dijaga melalui triangulasi sumber serta member checking bersama aparat desa dan tokoh masyarakat, meskipun penelitian ini menyadari keterbatasannya, yakni cakupan yang terbatas pada satu desa sehingga hasilnya kurang dapat digeneralisasi ke wilayah lain.

LANDASAN TEORITIS

Sebagai landasan dalam memahami pendekatan tabligh berbasis kearifan lokal, bagian ini menguraikan secara ringkas teori dan konsep komunikasi dakwah yang relevan, mencakup posisi tabligh di antara rumpun ilmu dakwah lainnya, model komunikasi dakwah beserta unsur-unsurnya, dan kearifan lokal sebagai media tabligh. Dalam kajian ilmu dakwah, kajian dakwah lazim dipetakan ke dalam empat rumpun besar, yaitu tabligh, irsyad, tadbir, dan tamkin. Tabligh berkaitan dengan penyampaian pesan keislaman secara langsung melalui lisan, tulisan, maupun media, dengan tekanan utama pada proses komunikasi antara komunikator dan mad'u, berbeda dari tamkin yang berorientasi pada pemberdayaan ekonomi dan penguatan kapasitas masyarakat sebagai tujuan program. Penelitian ini secara sengaja memosisikan kajiannya pada rumpun tabligh, bukan tamkin, karena titik tekan yang hendak diungkap adalah proses komunikasi dakwah itu sendiri, bagaimana pesan dirancang, media apa yang digunakan, dan bagaimana pesan diterima oleh mad'u, bukan semata evaluasi keberhasilan program pemberdayaan ekonomi. Implikasinya, data mengenai peningkatan pendapatan tidak dibaca sebagai variabel keberhasilan utama sebagaimana lazim dalam kajian tamkin, melainkan sebagai indikator efek konatif dari sebuah proses tabligh yang berhasil.

Kearifan lokal (local wisdom) bukan sekadar warisan budaya, melainkan sistem nilai, pandangan hidup, dan strategi kehidupan yang dimiliki masyarakat setempat untuk menjawab berbagai masalah dalam pemenuhan kebutuhan mereka. Dalam konteks tabligh, kearifan lokal berfungsi sebagai "wadah" atau media praktis yang membuat pesan agama lebih mudah diterima karena tidak terasa asing atau memaksa. Kearifan lokal berfungsi sebagai filter, pengendali, dan integrator budaya luar (dalam hal ini pesan dakwah) agar menyatu dengan budaya asli tanpa menimbulkan gejolak.

Kearifan lokal merupakan pengetahuan, nilai, dan tradisi yang berkembang dalam suatu komunitas sebagai hasil adaptasi terhadap lingkungannya, yang di Indonesia sering kali mencerminkan prinsip-prinsip sosial seperti gotong royong, musyawarah, dan solidaritas. Dalam perspektif tabligh, kearifan lokal difungsikan sebagai media dan simbol penyampai pesan dakwah kepada masyarakat, sebuah pendekatan yang relevan terutama di wilayah pedesaan karena tradisi dan norma setempat menjadi saluran komunikasi yang telah akrab dan dipercaya (Kartini, 2019). Penggunaan simbol dan nilai lokal dalam penyampaian pesan dakwah memberikan pendekatan komunikasi yang lebih holistik dalam membangun kesadaran kolektif terhadap persoalan kemiskinan (Rahman, 2020). Fungsi kearifan lokal sebagai media tabligh dapat dipahami melalui dua jalur sekaligus, yaitu jalur simbolik, di mana tradisi seperti gotong royong dan musyawarah menjadi simbol yang mengandung pesan moral tertentu, dan jalur praksis, di mana kearifan lokal difungsikan sebagai wadah atau forum konkret tempat pesan dakwah disampaikan secara langsung, misalnya melalui kegiatan pelatihan bersama atau kelompok usaha. Kedua jalur ini saling melengkapi dan menjelaskan mengapa kearifan lokal menjadi media tabligh yang lebih efektif dibandingkan penyampaian pesan secara formal-seremonial semata. Temuan pada komunitas adat Cireundeu menguatkan hal ini, di mana pesan dakwah yang disampaikan dengan menghormati dan merespons tradisi setempat justru lebih mudah diterima dibandingkan pendekatan yang mengabaikan kearifan lokal yang telah mengakar (Abidin, 2021). Pendekatan ini sejalan dengan konsep inkulturasi dalam dakwah, yaitu upaya membangun jembatan antara nilai-nilai universal Islam dan kearifan lokal, sehingga pesan keislaman dapat diterima tanpa kehilangan kedekatannya dengan budaya setempat (Ismail, 2018).

Secara teoretis, proses tabligh dapat dipahami melalui model komunikasi klasik yang dikemukakan oleh Harold Lasswell, yaitu *who says what in which channel to whom with what effect*. Dalam konteks dakwah, formula ini diadaptasi menjadi lima unsur pokok, yakni komunikator dakwah (*da'i*), yaitu pihak yang menyampaikan pesan, dapat berupa individu maupun institusi seperti pemerintah desa; pesan dakwah (*maddah*), yaitu materi keislaman yang hendak disampaikan; media atau saluran dakwah (*wasilah*), yaitu sarana penyampaian pesan berupa lisan, tulisan, maupun simbol budaya dan kegiatan bersama; *mad'u*, yaitu sasaran atau penerima pesan; dan efek dakwah (*atsar*), yaitu perubahan yang timbul pada diri *mad'u* baik pada tataran kognitif, afektif, maupun konatif. Selain kelima unsur tersebut, model komunikasi juga mengenal konsep umpan balik (*feedback*), yaitu respons *mad'u* yang memengaruhi penyesuaian pesan dan media pada kesempatan berikutnya sehingga proses tabligh bersifat dinamis, serta gangguan (*noise*), yaitu hambatan teknis, sosial, maupun psikologis yang

dapat mendistorsi pesan dalam perjalanannya dari komunikator kepada mad'u. Kerangka inilah yang digunakan untuk membedah proses tabligh yang berlangsung di Desa Ganjar Sabar secara sistematis.

Proses tabligh (penyampaian pesan) menjadi efektif ketika terjadi sinergi antara pesan universal Islam dengan partikularitas budaya lokal. Sinergi ini menciptakan resonansi spiritual yang kuat dan menghindari alienasi kultural.

Sinergi ini sering berbentuk akulturasi, yaitu percampuran dua kebudayaan (Islam dan lokal) yang saling mempengaruhi dan memperkaya. Contoh klasik adalah dakwah Wali Songo di Jawa yang menggunakan wayang dan gamelan.

Komunikator (da'i/penyuluh agama) yang memiliki kompetensi sosio-kultural memanfaatkan media kearifan lokal—seperti seni pertunjukan daerah, bahasa tutur lokal, atau tradisi musyawarah adat—sebagai sarana enkulturasi ajaran agama. Pendekatan ini mencegah resistensi budaya (cultural shock) dan stereotip negatif, sehingga pesan keagamaan disampaikan secara kontekstual, inklusif, dan tidak menghakimi. Sinergi terjadi ketika pesan tabligh disampaikan tidak hanya melalui lisan di mimbar, tetapi juga diartikulasikan lewat seni kearifan lokal dan aksi nyata (bil-hal) yang mencerminkan keteladanan budi pekerti.

Tabligh berbasis kearifan lokal melibatkan penyampaian nilai-nilai keislaman dengan cara yang selaras dengan tradisi masyarakat setempat, baik melalui lisan (bi al-lisan), tulisan (bi al-qalam), maupun keteladanan tindakan nyata (bi al-hal), sehingga tidak berhenti pada penyampaian pesan spiritual semata, tetapi juga menghadirkan teladan konkret dalam peningkatan kesejahteraan (Yusuf, 2018). Tabligh yang mengedepankan nilai-nilai lokal sebagai media penyampaian pesan terbukti lebih efektif dalam menciptakan perubahan sikap dan perilaku, karena masyarakat cenderung lebih terbuka menerima pesan yang dikemas melalui simbol dan tradisi yang sudah mereka kenal (Mardhiyah, 2020). Tabligh kultural semacam ini berbeda dari tabligh konvensional yang umumnya berlangsung satu arah; ia berlangsung dalam ritme yang lebih rutin dan tersebar dalam aktivitas keseharian, sehingga pesan yang disampaikan diulang-ulang (tikrar) secara alami melalui praktik bersama, sebuah pola yang memperkuat retensi pesan pada penerimanya. Dalam konteks ini, pemerintah desa memiliki peran strategis sebagai komunikator, memfasilitasi kegiatan yang menjadikan potensi lokal sebagai media penyampaian pesan keislaman sekaligus melestarikan budaya tradisional, sejalan dengan temuan bahwa integrasi pesan keagamaan dengan simbol budaya lokal dapat menciptakan proses komunikasi dakwah yang inklusif dan diterima secara luas oleh mad'u (Kusuma, 2019; Masruroh & Farid, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kemiskinan sering kali menciptakan dampak multidimensi yang melibatkan aspek ekonomi, sosial, dan psikologis. Di Desa Ganjar Sabar, permasalahan ini tidak hanya tercermin dalam rendahnya pendapatan masyarakat, tetapi juga dalam berbagai fenomena sosial seperti menjual diri, ketergantungan pada bank emok, dan rasa kurang percaya diri, terutama di kalangan janda usia produktif. Kompleksitas permasalahan ini menuntut strategi komunikasi dakwah (tabligh) yang tidak hanya menyampaikan pesan secara verbal, tetapi juga dikuatkan melalui keteladanan dan media kearifan lokal yang dekat dengan keseharian masyarakat.

Hadirnya Keputusan Kepala Desa Nomor 141/SK-23/Desa/XII/2020 menjadi tonggak penting dalam melembagakan proses tabligh di tingkat desa. Keputusan ini menjadikan kearifan lokal, seperti gotong royong dan musyawarah, sebagai media resmi penyampaian pesan dakwah untuk menciptakan perubahan yang holistik. Melalui pendekatan ini, pemerintah desa selaku komunikator merancang kegiatan tabligh yang tidak hanya menyampaikan pesan spiritual, tetapi juga menyertakan keteladanan nyata dalam mengatasi masalah sosial dan psikologis masyarakat.

Bagian pembahasan berikut akan mengeksplorasi bagaimana kearifan lokal difungsikan sebagai media tabligh dan bagaimana proses komunikasi dakwah ini memberikan efek terhadap perubahan sosial-ekonomi mad'u di Desa Ganjar Sabar, termasuk tantangan yang dihadapi serta langkah-langkah strategis untuk memastikan keberlanjutan proses tabligh.

Berdasarkan data desa, terdapat 367 orang janda di Desa Ganjar Sabar, sebuah jumlah yang menegaskan bahwa persoalan kerentanan perempuan bukan kasus individual, melainkan persoalan bersama yang mendorong pemerintah desa merancang tabligh yang menyentuh kelompok ini. Informan penelitian ini terdiri atas janda usia produktif selaku mad'u penerima pesan dakwah, aparat Pemerintah Desa Ganjar Sabar selaku komunikator dakwah, serta tokoh masyarakat dan pelaku tradisi lokal selaku komunikator pendukung, yang dipilih melalui teknik purposive sampling hingga mencapai kejenuhan data.

Motivasi personal komunikator turut menguatkan konsistensi proses tabligh ini. Kepala Desa Ganjar Sabar, Siti Hasanah, mengungkapkan bahwa posisinya sebagai kepala desa perempuan membuatnya tergerak untuk berpihak pada para janda sebagai mad'u:

“Kalau kita banyak permasalahan dengan banyaknya para janda dan kebetulan saya sebagai kepala desa yang notabene perempuan, tentu naluri keibuan saya sangat terketuk hal itu, kumaha carana aya perempuan teh

menjadi perempuan yang hebat, perempuan yang berdaya... tetapi untuk desa yang lain, saya juga berharap bahwa ketika kita memperhatikan seorang perempuan sama halnya berarti dengan kita merawat ibu kita sendiri” (Siti Hasanah, Kepala Desa, wawancara, 15 April 2026).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pesan dakwah tentang kemandirian perempuan tidak semata dirancang sebagai program formal, tetapi tumbuh dari empati personal komunikator. Dalam perspektif tabligh, empati ini dapat dibaca sebagai bentuk keteladanan (*uswah hasanah*) yang memperkuat kredibilitas komunikator dan kedekatan emosional dengan *mad'u*. Analogi merawat ibu sendiri yang diajukan Kepala Desa juga memakai bingkai nilai yang akrab dalam budaya setempat, sehingga pesan berbakti dan memuliakan perempuan lebih mudah diterima warga.

Kearifan Lokal sebagai Media dan Simbol Tabligh

Kearifan lokal di Desa Ganjar Sabar berfungsi sebagai media komunikasi yang sangat penting dalam merancang dan menyampaikan pesan tabligh. Tradisi gotong royong, misalnya, tidak hanya sekadar praktik sosial, tetapi difungsikan sebagai simbol penyampai pesan *ta'awun* yang mengakar kuat dalam masyarakat. Melalui kegiatan gotong royong, komunikator dakwah — dalam hal ini aparat desa dan tokoh masyarakat — menyampaikan pesan kebersamaan secara langsung kepada *mad'u*, mulai dari pelatihan hingga pengelolaan kelompok usaha bersama. Proses ini menciptakan kedekatan komunikasi yang tinggi, di mana setiap *mad'u* merasa dilibatkan secara aktif dalam penyampaian dan penerimaan pesan (Kartini, 2019). Pola serupa juga ditemukan pada tradisi hajjat laut di komunitas nelayan, di mana ritual dan kegiatan bersama yang berakar pada tradisi setempat difungsikan sebagai wahana penyampaian dimensi-dimensi pesan dakwah kepada masyarakat (Nase dkk., 2021), sebuah pola yang sejalan dengan cara gotong royong difungsikan sebagai media tabligh di Desa Ganjar Sabar.

Musyawarah juga menjadi media tabligh yang penting dalam memastikan pesan dakwah tersampaikan secara dialogis, bukan sekadar satu arah. Sebagai tradisi yang sudah lama melekat, musyawarah digunakan sebagai forum penyampaian pesan mengenai berbagai aspek kegiatan, seperti jenis keterampilan yang diajarkan, alokasi modal usaha, hingga mekanisme distribusi hasil usaha. Dengan melibatkan seluruh lapisan masyarakat sebagai *mad'u*, proses musyawarah menciptakan komunikasi dua arah yang memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap komunikator dakwah, sekaligus memberi ruang umpan balik (*feedback*) yang memperkaya proses tabligh itu sendiri (Mardhiyah, 2020).

Selain itu, potensi lokal desa yang berbasis sumber daya alam, seperti singkong, pisang, dan kelapa, difungsikan sebagai simbol pesan dakwah tentang

kemandirian dan rasa syukur. Pengolahan bahan lokal menjadi produk bernilai jual, seperti keripik, dodol, dan kelapa parut kering, menjadi media konkret (bi al-hal) yang menunjukkan bahwa pesan dakwah tentang etos kerja dan kemandirian tidak hanya disampaikan secara lisan, tetapi juga dibuktikan melalui tindakan nyata. Hal ini menunjukkan bahwa tabligh berbasis kearifan lokal memiliki daya jangkau ganda, yaitu penyampaian pesan spiritual sekaligus pelestarian identitas budaya (Rahman, 2020).

Keputusan Kepala Desa Nomor 141/SK-23/Desa/XII/2020 memberikan dasar hukum dan arahan strategis untuk memastikan bahwa kearifan lokal tetap menjadi media utama dalam setiap kegiatan tabligh. Dengan menjadikan kearifan lokal sebagai media penyampaian, proses tabligh ini tidak hanya berhasil menyampaikan pesan dakwah secara efektif, tetapi juga menciptakan rasa memiliki yang lebih besar dari mad'u terhadap kegiatan yang dijalankan. Pendekatan ini juga memperkuat hubungan komunikator (pemerintah desa) dan mad'u (masyarakat), karena pesan dirancang dan disampaikan dengan menghormati tradisi yang sudah ada.

Dalam proses tabligh itu sendiri, da'i menjadi figur mengangkat kembali nilai lokal, baik secara sadar maupun tidak sadar karena sebagai da'i atau aktivis tabligh harus mengetahui nilai budaya (Hermawan, Chidayah, dan Nase, 2025).

Salah satu temuan penting dalam penelitian ini adalah bahwa proses tabligh di Desa Ganjar Sabar tidak berlangsung secara satu arah (linear), melainkan melibatkan komunikasi dua arah yang memberi ruang bagi mad'u untuk memberikan umpan balik (feedback). Forum musyawarah, sebagaimana telah disinggung sebelumnya, menjadi ruang utama tempat umpan balik ini disalurkan. Melalui musyawarah, mad'u dapat menyampaikan keberatan, usulan, maupun pertanyaan terkait pesan dan kegiatan yang dijalankan, sehingga komunikator dakwah memperoleh masukan untuk menyesuaikan strategi penyampaian pesan pada kesempatan berikutnya.

Umpan balik yang muncul dari mad'u tidak selalu berupa persetujuan. Dalam beberapa kesempatan, ditemukan keraguan atau pertanyaan kritis dari mad'u, misalnya terkait keberlangsungan pemasaran produk hasil pelatihan atau kekhawatiran akan kemampuan mereka menjalankan usaha secara mandiri. Respons komunikator terhadap umpan balik semacam ini — melalui pendampingan lanjutan dan penguatan motivasi — menjadi bagian penting dari keberhasilan proses tabligh, karena menunjukkan bahwa komunikasi dakwah yang efektif bukanlah komunikasi yang berhenti pada penyampaian pesan, melainkan komunikasi yang terus disesuaikan berdasarkan respons penerimanya.

Adanya ruang umpan balik ini juga berimplikasi pada tingkat kepemilikan

(sense of ownership) mad'u terhadap pesan dan kegiatan yang dijalankan. Ketika mad'u merasa suaranya didengar dan direspons oleh komunikator, mereka cenderung lebih terbuka menerima pesan-pesan berikutnya dan lebih aktif berpartisipasi dalam kegiatan tabligh selanjutnya. Sebaliknya, apabila umpan balik diabaikan, terdapat risiko munculnya resistensi pasif dari mad'u, misalnya berupa penurunan partisipasi tanpa penolakan terbuka. Meski dalam kasus Ganjar Sabar gejala resistensi semacam ini tidak dominan, kewaspadaan terhadap potensi tersebut tetap relevan untuk keberlanjutan proses tabligh ke depan.

Sebagaimana proses komunikasi pada umumnya, proses tabligh di Desa Ganjar Sabar tidak lepas dari gangguan (noise) yang berpotensi mendistorsi pesan. Penelitian ini mengidentifikasi setidaknya tiga jenis hambatan. Pertama, hambatan psikologis, berupa stigma sosial dan rasa rendah diri yang melekat pada sebagian janda usia produktif sebelum mengikuti kegiatan tabligh, yang pada tahap awal membuat sebagian dari mereka enggan atau ragu untuk terlibat aktif dalam forum musyawarah maupun pelatihan. Kedua, hambatan struktural, berupa keterbatasan akses pasar dan sarana distribusi produk, yang meskipun bukan bagian dari isi pesan dakwah itu sendiri, dapat melemahkan efek konatif dari pesan yang telah tersampaikan, karena mad'u yang telah menerima dan meyakini pesan tentang kemandirian usaha dapat mengalami kekecewaan ketika usaha mereka terkendala oleh faktor di luar kendali pesan dakwah.

Ketiga, hambatan kultural, berupa kemungkinan kesenjangan pemaknaan antara pesan yang dimaksudkan komunikator dengan makna yang ditangkap mad'u, mengingat latar belakang pendidikan dan pengalaman keagamaan mad'u yang beragam. Sebagian mad'u, misalnya, pada mulanya memaknai penyuluhan tentang larangan riba semata sebagai aturan formal keagamaan, tanpa memahami kaitannya dengan alternatif konkret yang ditawarkan program. Kesenjangan pemaknaan semacam ini baru dapat diatasi setelah pesan disertai bukti nyata (bi al-hal) berupa akses modal tanpa bunga yang benar-benar dapat diakses mad'u.

Identifikasi terhadap ketiga jenis hambatan ini penting untuk merumuskan strategi tabligh yang lebih adaptif ke depan. Hambatan psikologis dapat diatasi melalui pendekatan personal dan bertahap sebelum masuk pada forum kelompok yang lebih besar; hambatan struktural memerlukan dukungan lintas sektor di luar kapasitas komunikator dakwah semata; sedangkan hambatan kultural memerlukan kepekaan komunikator dalam memilih diksi dan contoh yang kontekstual dengan tingkat pemahaman keagamaan mad'u yang beragam.

Hambatan juga muncul dari dinamika internal kelompok. N., anggota kelompok usaha, menuturkan dampak lanjutan dari insiden pembina yang menikahi anggota kelompok setelah bercerai: dampaknya tidak berhenti pada pemberhentian pembina, tetapi juga menimbulkan kekecewaan anggota terkait

kejelasan simpanan kelompok yang sempat dikelola pengurus tersebut.

“Kamari ketuana misalkan istrinya malah diceraikeun. Nya éta tos kendala deui kan. Jadi sesuatu kelompokna téh meureun jadi rada beberincay... Aya simpanan téh simpan. Nya kecewa atuh Pak... 'Terus ka mana tah simpananana? Ari ngudag ka mana leres teu?’” (N., wawancara, 12 Juni 2026).

Dalam bahasa Indonesia, informan pada intinya mengatakan bahwa ketua kelompok sempat menceraikan istrinya sehingga kelompok menjadi kurang tertata, dan anggota kecewa karena tidak jelas ke mana simpanan kelompok berada. Dalam kerangka komunikasi dakwah, kejadian ini dapat dibaca sebagai noise sosial-psikologis: perilaku pengurus yang tidak sejalan dengan pesan yang disampaikan mengganggu kepercayaan mad'u dan menghambat penerimaan pesan berikutnya. Identifikasi terhadap ketiga jenis hambatan, ditambah dinamika internal kelompok semacam ini, penting untuk merumuskan strategi tabligh yang lebih adaptif: hambatan psikologis diatasi melalui pendekatan personal bertahap, hambatan struktural memerlukan dukungan lintas sektor, hambatan kultural memerlukan kepekaan komunikator dalam memilih diksi yang kontekstual, sedangkan dinamika internal kelompok memerlukan mekanisme pengelolaan dan pelaporan yang lebih transparan agar kepercayaan mad'u tetap terjaga.

Sinergi Media Kearifan Lokal dalam Proses Tabligh

Sinergi kearifan lokal sebagai media tabligh di Desa Ganjar Sabar menjadi salah satu pendekatan inovatif dalam menyampaikan pesan dakwah di tengah masalah sosial-ekonomi yang kompleks. Kearifan lokal seperti gotong royong, musyawarah, dan tradisi berbagi tidak hanya dimanfaatkan sebagai nilai-nilai dasar, tetapi juga diterjemahkan menjadi media dan simbol konkret yang relevan dengan kebutuhan komunikasi mad'u. Melalui pendekatan ini, tabligh tidak berhenti pada penyampaian ajaran agama secara verbal, tetapi juga mendorong keteladanan dalam memperkuat solidaritas dan kolaborasi dalam memecahkan masalah bersama.

Keputusan kepala desa memberikan dasar hukum dan dukungan struktural bagi pelebagaan media tabligh ini. Tradisi gotong royong, misalnya, diadaptasi menjadi kegiatan kelompok usaha bersama sebagai forum penyampaian pesan berkelanjutan, di mana peserta saling membantu dalam produksi, pemasaran, dan pembagian hasil usaha sambil menerima dan mempraktikkan pesan-pesan dakwah. Musyawarah desa digunakan sebagai media dialog untuk menentukan kebijakan kegiatan, seperti alokasi modal usaha dan jenis pelatihan keterampilan, sehingga seluruh elemen masyarakat terlibat aktif sebagai mad'u sekaligus mitra

dalam proses komunikasi dakwah (Kartini, 2019).

Penyuluhan agama yang terintegrasi dengan pelatihan keterampilan menjadi metode tabligh utama dalam membangun kesadaran spiritual dan etika kerja yang kuat di kalangan mad'u. Pesan-pesan keislaman seperti kejujuran, kerja keras, dan tanggung jawab sosial disampaikan secara berulang melalui kombinasi ceramah, keteladanan, dan praktik langsung, sehingga lebih mudah diinternalisasi oleh para janda usia produktif. Tradisi "sedekah masal" yang kembali dihidupkan menjadi salah satu contoh konkret bagaimana kearifan lokal difungsikan sebagai media tabligh untuk menyampaikan pesan tentang keberkahan berbagi, sekaligus menjadi bukti nyata (bi al-hal) atas pesan yang disampaikan secara lisan (Yusuf, 2018).

Pelatihan pengolahan makanan berbasis bahan lokal, seperti keripik singkong dan dodol pisang, menjadi implementasi nyata dari media tabligh ini. Produk-produk tersebut berfungsi sebagai simbol keberhasilan penyampaian pesan dakwah tentang kemandirian, sekaligus merepresentasikan identitas budaya desa yang ingin dilestarikan. Dengan pendekatan ini, mad'u tidak hanya menerima pesan dakwah secara pasif, tetapi juga merasa bahwa nilai-nilai tradisional mereka dihargai dan turut menjadi bagian dari proses penyampaian pesan.

Sinergi kearifan lokal dan tabligh ini membuktikan bahwa penyampaian pesan dakwah tidak harus dilakukan dengan cara yang sepenuhnya formal atau terputus dari akar budaya masyarakat. Sebaliknya, pendekatan komunikasi dakwah yang menghormati tradisi lokal dan memadukannya dengan media kultural dapat menciptakan proses tabligh yang lebih diterima, dialogis, dan berkelanjutan.

Analisis terhadap data lapangan menunjukkan bahwa pesan dakwah (maddah) yang disampaikan melalui kegiatan tabligh di Desa Ganjar Sabar dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori pesan. Pertama, pesan akidah dan spiritualitas, yaitu penguatan keyakinan bahwa rezeki dan kemandirian merupakan bagian dari ikhtiar yang harus disertai tawakal, sebagaimana disampaikan dalam penyuluhan agama yang menyertai pelatihan keterampilan. Kedua, pesan akhlak, yaitu penanaman nilai kejujuran, kerja keras, dan tanggung jawab sosial dalam menjalankan usaha bersama. Ketiga, pesan muamalah, yaitu ajaran praktis mengenai larangan riba (yang tampak dalam pesan tentang bahaya bank emok), anjuran infaq dan sedekah (yang termanifestasi dalam tradisi sedekah masal), serta prinsip keadilan dalam pembagian hasil usaha melalui musyawarah. Pengelompokan pesan dakwah semacam ini sejalan dengan kajian komunikasi dakwah lain yang juga mengklasifikasikan pesan berdasarkan kategori tematik agar lebih mudah dianalisis dan disesuaikan dengan karakteristik

mad'u (Nurjanah, Junaedi, & Fatoni, 2020).

Ketiga kategori pesan tersebut tidak disampaikan secara terpisah, melainkan dijamin menjadi satu kesatuan narasi yang koheren melalui media kearifan lokal. Misalnya, ketika mad'u mengikuti pelatihan pengolahan singkong menjadi keripik, pesan akhlak tentang kerja keras disampaikan bersamaan dengan pesan muamalah tentang pentingnya modal tanpa riba, dan ditutup dengan pesan akidah tentang keberkahan usaha yang halal. Pola penyampaian pesan yang terjalin (*embedded*) dalam satu kegiatan seperti ini menjadi ciri khas *tabligh* kultural, yang membedakannya dari *tabligh* konvensional yang cenderung menyampaikan satu jenis pesan dalam satu kesempatan (misalnya ceramah akidah pada satu momen, dan penyuluhan ekonomi pada momen yang berbeda).

Pemilihan pesan juga tampak disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi psikologis mad'u sebagai kelompok rentan. Pesan-pesan yang disampaikan cenderung menghindari nada menggurui atau menyalahkan kondisi ekonomi mad'u, dan lebih menekankan pada penguatan (*empowering message*) berupa ajakan optimisme dan pengakuan atas martabat mad'u sebagai bagian penting dari masyarakat. Kecermatan dalam memilih diksi dan pendekatan pesan semacam ini menunjukkan bahwa komunikator dakwah di Desa Ganjar Sabar tidak hanya memahami apa yang harus disampaikan, tetapi juga bagaimana pesan tersebut seharusnya dikemas agar tidak melukai perasaan mad'u yang berada dalam kondisi rentan.

Efek *Tabligh* terhadap Perubahan Sosial-Ekonomi Mad'u

Kegiatan *tabligh* berbasis kearifan lokal di Desa Ganjar Sabar telah menghasilkan efek yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan mad'u. Salah satu efek konatif yang paling terlihat adalah berkurangnya fenomena menjual diri di kalangan janda usia produktif. Sebelum pesan dakwah tentang kemandirian dan etos kerja disampaikan secara intensif, keterbatasan ekonomi sering kali memaksa mereka mengambil langkah ekstrem untuk memenuhi kebutuhan hidup. Setelah menerima pesan dakwah yang disertai pendampingan modal usaha dan pelatihan keterampilan, mereka kini memiliki alternatif penghidupan yang lebih bermartabat sebagai bukti bahwa pesan yang disampaikan telah diinternalisasi menjadi tindakan nyata.

Selain itu, ketergantungan masyarakat pada bank emok yang sebelumnya menjadi salah satu masalah utama di desa ini juga mulai berkurang setelah pesan dakwah mengenai bahaya riba dan pentingnya kemandirian keuangan disampaikan melalui penyuluhan agama yang terintegrasi dengan pendampingan usaha. Akses modal tanpa bunga yang disediakan menjadi bukti konkret (*bi al-hal*) dari pesan yang disampaikan secara lisan, sehingga mad'u tidak hanya

memahami larangan riba secara kognitif, tetapi juga merasakan alternatif nyata yang ditawarkan. Rasa percaya diri di kalangan janda usia produktif juga mengalami peningkatan yang signifikan sebagai efek afektif dari proses tabligh; pesan-pesan dakwah yang disampaikan secara berulang melalui pendampingan kelompok, disertai dukungan komunikasi dua arah dari komunikator, mendorong mereka untuk berinteraksi dan bekerja sama, sehingga muncul rasa harga diri yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa efek tabligh tidak berhenti pada perubahan pengetahuan keagamaan, tetapi menjangkau dimensi psikologis dan sosial mad'u secara mendalam.

Kegiatan tabligh ini juga membawa efek positif terhadap solidaritas sosial di desa. Tradisi gotong royong yang difungsikan sebagai media penyampaian pesan menciptakan lingkungan komunikasi yang lebih inklusif dan mendukung. Mad'u yang telah menerima pesan dakwah saling membantu dalam produksi, pemasaran, dan pengelolaan usaha, menciptakan jaringan komunikasi horizontal yang memperkuat kohesi sosial. Selain itu, tradisi "sedekah masal" yang kembali dihidupkan menjadi sarana penyampaian sekaligus pembuktian pesan dakwah tentang redistribusi ekonomi, di mana masyarakat secara kolektif mendukung kelompok-kelompok rentan lainnya sebagai wujud efek konatif dari tabligh yang berhasil. Dari perspektif dampak ikutan, proses tabligh ini turut mendorong peningkatan perputaran ekonomi lokal, karena produk-produk hasil kegiatan mad'u kini menjadi bagian dari pasar lokal. Namun demikian, penelitian ini menegaskan bahwa capaian ekonomi tersebut hendaknya dipahami sebagai efek atau buah dari keberhasilan komunikasi dakwah (tabligh), bukan sebagai tujuan utama dari kegiatan itu sendiri.

Efek tabligh juga terasa pada cara masyarakat memandang janda. N., anggota kelompok usaha, menyatakan:

“Komo jaman ayeuna mah pameget ogé dimilarian istri téh lain anu nganggur, anu berusaha. Komo randa beunghar. Calon beunghar atuh... Alhamdulillah Pak. Janten teu nganggap rendah teuing atuh ka janda téh kieu.” (N., wawancara, 12 Juni 2026).

Dalam bahasa Indonesia, informan pada intinya menyatakan bahwa pada masa kini laki-laki pun mencari istri yang tidak menganggur dan mau berusaha, apalagi janda yang kaya, atau setidaknya calon kaya, sehingga janda tidak lagi terlalu dipandang rendah. Perubahan pandangan sosial ini menunjukkan bahwa pesan kemandirian yang disampaikan melalui tabligh tidak hanya mengubah kondisi ekonomi mad'u, tetapi juga posisi mereka di mata masyarakat.

Perubahan yang dirasakan mad'u juga diungkapkan oleh R., anggota kelompok usaha, yang menilai program Jayanti telah mengubah kehidupan para anggotanya:

“Alhamdulillah ku ayana program Jayanti ieu téh bisa ngarubah sagala rupa kahirupan anu asalna butut jadi alus. Nu asalna hanap jadi luhur meureunan kitu. Anu asalna poek jadi caang kitu.” (R., wawancara, 12 Juni 2026).

Dalam bahasa Indonesia, informan menyatakan bahwa dengan adanya program Jayanti, kehidupan yang semula lusuh menjadi baik, yang semula rendah menjadi terangkat, dan yang semula gelap menjadi terang. Ungkapan bernuansa metaforis ini memperlihatkan efek afektif sekaligus konatif dari tabligh: pesan kemandirian tidak berhenti pada pemahaman, tetapi dihayati sebagai perubahan hidup yang bermakna, dan disyukuri oleh mad'u sebagai buah dari proses dakwah yang mereka alami.

Meskipun proses tabligh ini telah memberikan hasil yang signifikan, keberlanjutan komunikasi dakwah menjadi tantangan utama yang harus diatasi. Salah satu kendala yang masih dihadapi adalah terbatasnya media dan saluran untuk memperluas jangkauan pesan, termasuk akses pasar bagi produk yang menjadi simbol keberhasilan tabligh. Tanpa saluran distribusi pesan dan produk yang memadai, momentum penyampaian dan penerimaan pesan dakwah berisiko melemah, terutama ketika mad'u dihadapkan pada persaingan dan tekanan ekonomi dari luar desa. Selain itu, mad'u masih membutuhkan pendampingan lanjutan sebagai bagian dari kesinambungan proses tabligh, baik dalam penguatan pesan maupun pengembangan media penyampaiannya (Mardhiyah, 2020). Untuk memastikan keberlanjutan efek ini, pemerintah desa selaku komunikator perlu memperluas kolaborasi dengan sektor swasta dan lembaga lain guna memperkaya media dan saluran penyampaian pesan, misalnya melalui platform digital sebagai media tabligh kontemporer, sebagaimana media sosial telah terbukti efektif memperluas jangkauan pesan dakwah pada konteks lain (Zahra, Sarbini, & Shodiqin, 2016). Semua upaya ini harus tetap didasarkan pada kearifan lokal sebagai media utama, sebagaimana diatur dalam Keputusan Kepala Desa Nomor 141/SK-23/Desa/XII/2020, sehingga proses komunikasi dakwah ini tidak hanya berhasil menyampaikan pesan-pesan keislaman secara efektif, tetapi juga memberikan efek holistik yang menyentuh dimensi spiritual, sosial, ekonomi, dan budaya mad'u, dan dapat menjadi model tabligh berbasis kearifan lokal bagi desa-desa lain.

PENUTUP

Proses tabligh berbasis kearifan lokal di Desa Ganjar Sabar telah membuktikan bahwa nilai-nilai tradisional seperti gotong royong, musyawarah, dan tradisi berbagi dapat difungsikan secara efektif sebagai media komunikasi dakwah dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman kepada masyarakat. Melalui pendekatan tabligh ini, pesan dakwah tidak hanya tersampaikan secara verbal,

tetapi juga terbukti melalui tindakan nyata (bi al-hal), sehingga turut memperbaiki fenomena sosial seperti menjual diri, ketergantungan pada bank emok, dan rendahnya rasa percaya diri di kalangan janda usia produktif selaku mad'u. Kebijakan desa yang melembagakan kearifan lokal sebagai media resmi tabligh, disertai penyuluhan agama, pendampingan usaha, dan pelatihan keterampilan yang terstruktur, telah menciptakan alternatif penghidupan yang lebih bermartabat sekaligus memulihkan rasa percaya diri mad'u yang sebelumnya terpinggirkan.

Efek tabligh ini dirasakan tidak hanya pada tingkat individu, tetapi juga komunitas. Tradisi gotong royong yang dihidupkan kembali sebagai media komunikasi memperkuat solidaritas sosial, sementara efek konatif berupa peningkatan ekonomi dan pelestarian tradisi kuliner khas desa menjadi bukti keberhasilan proses penyampaian pesan dakwah, bukan tujuan program itu sendiri. Kajian ini menegaskan bahwa proses yang berlangsung di Desa Ganjar Sabar merupakan model tabligh berbasis kearifan lokal, bukan model tamkin (pemberdayaan) semata, sehingga menunjukkan bahwa komunikasi dakwah tidak harus bertentangan dengan tradisi, melainkan justru dapat diperkuat melalui pelibatan kearifan lokal sebagai media penyampaian pesan.

Proses tabligh berbasis kearifan lokal di Desa Ganjar Sabar telah membuktikan bahwa nilai-nilai tradisional seperti gotong royong, musyawarah, dan tradisi berbagi dapat difungsikan secara efektif, baik dalam perancangan maupun penyampaian pesan komunikasi dakwah kepada masyarakat. Melalui pendekatan tabligh ini, pesan dakwah tidak hanya tersampaikan secara verbal, tetapi juga terbukti melalui tindakan nyata (bi al-hal), sehingga turut memperbaiki fenomena sosial seperti menjual diri, ketergantungan pada bank emok, dan rendahnya rasa percaya diri di kalangan janda usia produktif selaku mad'u. Kebijakan desa yang melembagakan kearifan lokal sebagai media resmi tabligh, disertai penyuluhan agama, pendampingan usaha, dan pelatihan keterampilan yang terstruktur, telah menciptakan alternatif penghidupan yang lebih bermartabat sekaligus memulihkan rasa percaya diri mad'u yang sebelumnya terpinggirkan.

Efek tabligh ini dirasakan tidak hanya pada tingkat individu, tetapi juga komunitas. Tradisi gotong royong yang dihidupkan kembali sebagai media komunikasi memperkuat solidaritas sosial, sementara efek konatif berupa peningkatan ekonomi dan pelestarian tradisi kuliner khas desa menjadi bukti keberhasilan proses penyampaian pesan dakwah, bukan tujuan program itu sendiri. Kajian ini menegaskan bahwa proses yang berlangsung di Desa Ganjar Sabar merupakan model tabligh berbasis kearifan lokal, bukan model tamkin (pemberdayaan) semata, sehingga menunjukkan bahwa komunikasi dakwah

tidak harus bertentangan dengan tradisi, melainkan justru dapat diperkuat melalui pelibatan kearifan lokal sebagai media penyampaian pesan.

Meskipun demikian, tantangan keberlanjutan tetap menjadi perhatian, terutama keterbatasan akses pasar bagi produk hasil pelatihan serta kebutuhan pendampingan lanjutan bagi mad'u, sehingga kolaborasi dengan sektor swasta dan lembaga lain menjadi langkah penting untuk memperkaya media dan saluran penyampaian pesan tanpa meninggalkan kearifan lokal sebagai media utamanya. Berdasarkan temuan ini, pemerintah desa selaku komunikator utama disarankan memperkuat kapasitas dalam merancang pesan dakwah yang lebih terstruktur, misalnya melalui modul atau panduan tabligh berbasis kearifan lokal yang dapat direplikasi oleh kader-kader dakwah lain, sehingga penyampaian pesan tidak bergantung pada satu atau dua tokoh saja. Penguatan media tabligh juga diperlukan, khususnya melalui pemanfaatan media digital dan platform daring sebagai perpanjangan dari media kearifan lokal yang telah terbukti efektif, tanpa harus meninggalkan media kultural yang sudah akrab bagi mad'u. Forum musyawarah dan mekanisme umpan balik dua arah perlu terus dilembagakan sebagai bagian tetap dari siklus perencanaan dan evaluasi kegiatan tabligh, bukan sekadar kegiatan insidental. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan melakukan penelitian perbandingan pada desa-desa dengan karakteristik kearifan lokal yang berbeda, guna menguji sejauh mana model tabligh berbasis kearifan lokal ini dapat digeneralisasi atau memerlukan penyesuaian kontekstual pada kearifan lokal yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y. Z. (2021). Response of Cireundeu Indigenous Community to Modernization and Islamic Da'wa. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 15(1), 1–16.
- Hasanah, N., & Rohimah, R. (2024). Nilai-nilai moderasi beragama dalam buku teks Al-Qur'an Hadits kelas XI terbitan Kemenag RI tahun 2020. *Jurnal Ilmiah Religiosity Entity Humanity (JIREH)*, 6(2). <https://doi.org/10.37364/jireh.v6i2.324>
- Hendra, T., Adzani, S. A. N., & Muslim, K. L. (2023). Dakwah Islam dan kearifan budaya lokal (Konsep dan strategi menyebarkan ajaran Islam). *Journal of Da'wah*, 2(1), 65–82. <https://doi.org/10.32939/jd.v2i1.2660>
- Hermawan, T., Chidayah, P. P. N., & Nase. (2025). Dramaturgi Tabligh Ustadz Dede Dendi Di Masyarakat Adat Banten. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 10(2), 145–164.
- Kartini. (2019). Peran Pelatihan Keterampilan dalam Pemberdayaan. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, 6(2), 120–135.

- Kusuma, A. (2019). *Dakwah dan Pembangunan Ekonomi Umat*. Surabaya: Penerbit Media Nusantara.
- Mardhiyah, T. (2020). *Sinergi Dakwah dan Pemerintah dalam Pemberdayaan Ekonomi*. Jakarta: Penebar Cahaya.
- Masruroh, I., & Farid, M. (2019). Pengaruh Pengelolaan Ekonomi Produktif dalam Mengentaskan Kemiskinan di Kota Lumajang. *Iqtishoduna: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 209–229.
- Noor, S. (2019). Local Wisdom Based Da'wah in the Oral Tradition of the Jambi Malay Seloko Adat. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 13(2), 233–249.
- Pirnanda, R. P. (2023). Kearifan lokal sebagai media dakwah (Studi kasus pada tradisi Hari Raya Enam di Desa Ujung Pasir Kabupaten Kerinci Jambi) [Tesis Magister, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta]. UIN Sunan Kalijaga Institutional Repository.
- Rahman, H. (2020). Dakwah Sosial sebagai Solusi Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Dakwah Islam*, 8(1), 45–59.
- Rahmat. (2024). Pengembangan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Penyuluh Agama Dalam Bimbingan Pra Nikah Calon Pengantin Di Kantor Urusan Agama Kecamatan Watang Sidenreng Kabupaten Sidrap [Tesis Magister, Institut Agama Islam Negeri Parepare]. IAIN Parepare Institutional Repository.
- Rahmawati, F., Aliyudin, M., & Nase. (2021). Dimensi dakwah dalam tradisi hajat laut. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 6(2), 145–160.
- Yusuf, M. (2018). Peran Zakat dalam Pengentasan Kemiskinan di Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Islam*, 5(3), 78–89.
- Zahra, U. F., Sarbini, A., & Shodiqin, A. (2016). Media Sosial Instagram sebagai Media Dakwah. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(2), 60–88.