

Retorika Dakwah dan Gaya Komunikasi Ustazah dalam Program Pemberdayaan Ekonomi Kelompok Ibu-Ibu di Wilayah Pesisir Meunasah Balek Kabupaten Pidie Jaya

Abdul Fadir¹

¹Institut Agama Islam (IAI) Ummul Ayman Pidie Jaya, Indonesia

Email Korespondensi: urfa95776@gmail.com

Abstrak

Kegiatan dakwah kontemporer tidak sekadar berorientasi pada penyampaian doktrin keagamaan, tetapi juga berekspansi menjadi instrumen strategis dalam pemberdayaan ekonomi umat. Dalam konteks sosial ini, ustazah mengemban peranan krusial sebagai komunikator sekaligus pembimbing yang bertugas membina dan memotivasi kelompok ibu-ibu agar lebih berdaya saing. Penelitian ini secara khusus difokuskan untuk mengidentifikasi dan menganalisis retorika dakwah serta gaya komunikasi yang diterapkan oleh ustazah dalam menyukseskan program pemberdayaan ekonomi tersebut, yang mana sejalan dengan ruang lingkup kajian komunikasi dakwah dan retorika Islam. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang dirancang menggunakan metode kualitatif deskriptif guna menggali data empiris secara alamiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ustazah mengimplementasikan retorika dakwah yang memadukan bahasa persuasif, pendekatan kultural, dan integrasi nilai-nilai etos kerja Islam. Selain itu, gaya komunikasi yang diterapkan bersifat humanis, partisipatif, dan sangat mengedepankan keteladanan. Strategi komunikasi dakwah ini memberikan pengaruh yang signifikan terhadap penguatan mentalitas wirausaha, peningkatan partisipasi aktif, serta terwujudnya soliditas kelompok. Sebagai kesimpulan, retorika dan gaya komunikasi ustazah yang adaptif terbukti efektif menjadi katalisator bagi keberhasilan program, sehingga mampu mengakselerasi tingkat kemandirian ekonomi kelompok ibu-ibu di wilayah pesisir secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Retorika Dakwah; Gaya Komunikasi; Ustazah; Pemberdayaan Ekonomi; Ibu-Ibu Pesisir.

Abstract

Contemporary *da'wah* activities are no longer solely oriented towards the dissemination of religious doctrines but have expanded into a strategic instrument for the economic empowerment of the *ummah*. Within this social context, female preachers (*ustazah*) play a crucial role as communicators and mentors tasked with fostering and motivating women's groups to become more competitive. This research specifically focuses on identifying and analyzing the *da'wah* rhetoric and communication styles implemented by *ustazah* in facilitating the success of these economic empowerment programs, aligning with the scope of Islamic *da'wah* communication and rhetoric studies.

This study is a field research designed using a descriptive qualitative approach to explore empirical data in its natural setting. The findings reveal that *ustazah* implement *da'wah* rhetoric that combines persuasive language, cultural approaches, and the integration of Islamic work ethic values. Furthermore, the communication style applied is humanistic, participatory, and highly

prioritizes role modeling. This *da'wah* communication strategy exerts a significant influence on strengthening entrepreneurial mentalities, increasing active participation, and building group solidarity. In conclusion, the adaptive rhetoric and communication styles of *ustazah* prove to be effective catalysts for the program's success, sustainably accelerating the level of economic independence among coastal women's groups.

Keywords: Da'wah Rhetoric; Communication Style; Ustazah; Economic Empowerment; Coastal Women.

PENDAHULUAN

Secara paradigmatik, konsepsi dakwah Islam tidak terbatas pada aktivitas ritualistik atau penyampaian doktrin semata. Dakwah pada hakikatnya merupakan upaya transformasi nilai-nilai ajaran Islam yang komprehensif ke dalam realitas kehidupan manusia. Dalam perkembangannya di era kontemporer, dakwah tidak hanya berkaitan dengan penyampaian materi keagamaan atau aspek *ubudiyah* belaka. Lebih dari itu, dakwah yang ideal harus mampu menyentuh aspek-aspek fundamental kehidupan umat, termasuk dimensi pemenuhan kebutuhan sosial dan ekonomi. Oleh karena itu, dakwah dapat menjadi sarana pembinaan sosial dan pemberdayaan masyarakat. Paradigma ini sejalan dengan konsep dakwah *bil-hal* (dakwah melalui tindakan nyata) yang menuntut para pendakwah untuk tidak sekadar mentransfer pengetahuan agama, tetapi juga memfasilitasi pemecahan masalah keseharian *mad'u* (objek dakwah), khususnya dalam upaya peningkatan kesejahteraan hidup mereka.

Salah satu segmen masyarakat yang sangat membutuhkan kehadiran pendekatan dakwah integratif ini adalah masyarakat yang berdomisili di wilayah pesisir. Secara sosio-ekonomi, kawasan pesisir sering kali dihadapkan pada fluktuasi pendapatan akibat tingginya tingkat ketergantungan pada kondisi alam dan hasil laut. Di tengah tantangan tersebut, kaum perempuan, khususnya ibu rumah tangga, memainkan peran yang sangat strategis sebagai penopang ketahanan ekonomi keluarga. Kelompok ibu-ibu di wilayah pesisir memiliki potensi ekonomi yang dapat dikembangkan. Potensi sumber daya manusia ini, apabila dikelola dan dibina melalui pendekatan yang komprehensif, tidak hanya mampu mengentaskan keluarga dari garis kerentanan ekonomi, tetapi juga mendorong terciptanya kemandirian masyarakat secara kolektif. Namun, untuk membangkitkan kesadaran dan memobilisasi potensi tersebut, dibutuhkan agen perubahan sosial yang memiliki kedekatan psikologis dan kultural dengan masyarakat setempat.

Dalam konteks pembinaan dan pengorganisasian kelompok ibu-ibu, kehadiran tokoh agama perempuan memegang peranan yang sangat sentral. Ustazah memiliki peran penting sebagai komunikator sekaligus pembimbing bagi kelompok masyarakat tersebut. Berbeda dengan figur pendakwah laki-laki, seorang ustazah memiliki keunggulan aksesibilitas emosional yang memungkinkan terciptanya ruang komunikasi yang lebih intim, terbuka, dan empatik di kalangan perempuan. Ustazah tidak hanya diposisikan sebagai figur otoritatif dalam literasi keagamaan, tetapi juga sebagai pendamping, fasilitator, dan motivator yang secara intensif mengarahkan ibu-ibu dalam mengembangkan kapasitas diri serta merintis usaha ekonomi produktif. Kedekatan interpersonal ini pada gilirannya mempermudah proses internalisasi nilai-nilai luhur etos kerja Islam ke dalam praktik ekonomi sehari-hari.

Kendati demikian, efektivitas transformasi nilai dan gagasan pemberdayaan tersebut tidak terjadi secara otomatis. Keberhasilan penyampaian pesan sangat dipengaruhi oleh retorika dakwah dan gaya komunikasi yang diterapkan. Pesan dakwah dan materi pemberdayaan yang substansial sekalipun dapat gagal diinternalisasi oleh audiens apabila disampaikan dengan pendekatan yang kaku, dogmatis, atau tidak relevan dengan realitas sosial budaya setempat. Retorika dakwah dalam hal ini bukan sekadar seni berbicara di depan publik, melainkan sebuah strategi manajerial dalam mengemas pesan – baik melalui pilihan diksi yang persuasif, penggunaan analogi yang membumi, maupun penyusunan argumentasi yang logis – yang disesuaikan dengan tingkat literasi dan kondisi sosiologis masyarakat. Di samping itu, gaya komunikasi mencakup cara ustazah berinteraksi, membangun ruang dialog, mendengarkan keluh kesah, serta merespons dinamika sosial kelompok. Pendekatan komunikasi yang bersifat partisipatif dan humanis terbukti jauh lebih efektif dalam menumbuhkan kepercayaan diri serta memobilisasi partisipasi aktif dari kelompok ibu-ibu.

Kajian mengenai sinergi antara komunikasi dakwah dan pemberdayaan ekonomi perempuan ini menemukan urgensi akademis dan praktisnya pada lokus yang spesifik. Terkait hal tersebut, kondisi masyarakat pesisir Meunasah Balek Kabupaten Pidie Jaya menjadi konteks penting penelitian. Wilayah Meunasah Balek merepresentasikan dinamika sosial budaya khas masyarakat Aceh yang sangat kental dengan nilai-nilai religiusitas, namun di saat yang sama juga terus berupaya menjawab realitas tantangan ekonomi kawasan pesisir.

Interaksi antara ustazah dan kelompok ibu-ibu di wilayah ini tidak lagi sebatas rutinitas pengajian di majelis taklim, melainkan telah bertransformasi menjadi sebuah diskursus sosial-ekonomi yang digerakkan melalui kekuatan komunikasi dakwah.

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, penelitian ini secara khusus difokuskan untuk membedah bagaimana seorang ustazah memformulasikan retorika dan gaya komunikasinya guna menyukseskan program pemberdayaan ekonomi kelompok ibu-ibu di pesisir Meunasah Balek. Analisis mendalam terhadap fenomena ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan keilmuan komunikasi dan penyiaran Islam, tetapi juga menawarkan purwarupa (*role model*) praksis pemberdayaan ekonomi masyarakat pesisir yang integratif, adaptif, dan berbasis pada nilai-nilai kearifan lokal serta pendekatan keagamaan.

METODE

Penelitian ini dikonstruksi menggunakan desain penelitian lapangan (*field research*) melalui pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif. Pemilihan pendekatan kualitatif ini didasarkan pada tujuan fundamental penelitian, yakni untuk menggali, memahami, serta mendeskripsikan secara mendalam dan holistik mengenai fenomena sosial yang terjadi secara alamiah tanpa manipulasi, khususnya terkait dinamika komunikasi dan retorika yang terbangun dalam ruang lingkup masyarakat pesisir. Secara spasial, lokus penelitian ini difokuskan di wilayah pesisir Meunasah Balek, Kabupaten Pidie Jaya. Penetapan lokasi tersebut tidak dilakukan secara arbitrer, melainkan didasarkan pada pertimbangan akademis bahwa kawasan ini merepresentasikan karakteristik sosial-budaya yang sangat khas; di mana wilayah tersebut menjadi episentrum riil bagi penerapan program pemberdayaan ekonomi yang digerakkan secara intensif melalui intervensi pendekatan dakwah keagamaan.

Guna memastikan perolehan data yang akurat, komprehensif, dan memiliki tingkat kredibilitas tinggi, penelitian ini melibatkan sejumlah pihak yang secara spesifik ditentukan sebagai informan penelitian. Secara struktural, informan tersebut mencakup ustazah yang terlibat secara langsung sebagai komunikator sentral sekaligus pembimbing program, anggota kelompok ibu-ibu pesisir yang berposisi sebagai *mad'u* (objek dakwah) sekaligus penerima manfaat utama, tokoh masyarakat setempat, serta pihak-pihak lain yang memiliki relasi

langsung dengan pelaksanaan program pemberdayaan ekonomi tersebut. Dalam praktiknya, proses pengumpulan data dari para informan dieksekusi melalui tiga teknik utama yang saling berafiliasi. Observasi digunakan untuk mengamati secara langsung pola interaksi serta implementasi kegiatan ekonomi yang berlangsung; wawancara mendalam (*in-depth interview*) diaplikasikan guna menggali perspektif, motif, dan pengalaman subjek penelitian secara rinci; sementara dokumentasi difungsikan untuk memvalidasi dan melengkapi temuan data melalui penelusuran arsip maupun catatan kegiatan yang relevan.

Data empiris yang telah dihimpun secara komprehensif dari lapangan selanjutnya diproses melalui prosedur analisis data kualitatif yang dioperasionalkan secara interaktif dan berkesinambungan melalui tiga tahapan utama. Tahap pertama adalah reduksi data, sebuah proses seleksi ketat di mana peneliti memfokuskan, menyederhanakan, dan menyaring informasi-informasi mentah dari transkrip wawancara maupun catatan observasi lapangan agar murni relevan dengan fokus kajian, yakni retorika dan gaya komunikasi. Tahap kedua berlanjut pada penyajian data (*data display*), yang diwujudkan dengan merangkai sekumpulan informasi hasil reduksi tersebut ke dalam bentuk teks naratif yang terstruktur dan sistematis guna memfasilitasi pemahaman terhadap pola-pola yang muncul. Rangkaian analisis ini kemudian bermuara pada tahap penarikan kesimpulan dan verifikasi, di mana peneliti secara kritis merumuskan makna dari data yang disajikan untuk menjawab tujuan penelitian secara utuh, koheren, dan dapat dipertanggungjawabkan validitasnya secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Retorika Dakwah Ustazah dalam Program Pemberdayaan Ekonomi

Berdasarkan hasil observasi partisipatif dan wawancara mendalam di lapangan, efektivitas transformasi program pemberdayaan ekonomi di wilayah pesisir Meunasah Balek sangat ditunjang oleh kepiawaian komunikator dalam mengemas pesan. Dalam hal ini, para ustazah tidak menggunakan pola komunikasi monologis yang kaku, melainkan mengimplementasikan strategi retorika yang dinamis, empatik, dan adaptif. Setidaknya, terdapat lima bentuk dominan dari retorika dakwah yang dipraktikkan oleh para ustazah dalam upaya membina dan memotivasi kelompok ibu-ibu pesisir.

Pertama, penggunaan bahasa persuasif. Dalam memobilisasi partisipasi kelompok, ustazah secara konsisten menggunakan gaya bahasa yang mudah dipahami dan bersifat mengajak, alih-alih menggunakan diksi yang imperatif

atau memerintah. Pendekatan instruksional satu arah sering kali menimbulkan resistensi kultural, terutama pada masyarakat pesisir yang memiliki akar tradisi kebersamaan yang kuat. Sebagai representasi, Ustazah Halimah (salah satu informan utama) senantiasa menempatkan dirinya sejajar dengan para anggota kelompok. Ibu Rosdiana, salah seorang anggota kelompok ibu-ibu, menuturkan dalam wawancaranya, "*Ustazah tidak pernah menyuruh kami dengan nada memerintah atau menggurui. Beliau selalu memakai kata 'mari kita coba bersama' atau 'alangkah baiknya kalau kita pelan-pelan memulai usaha ini'.*" Konstruksi bahasa persuasif ini secara psikologis meruntuhkan batasan hierarkis, sehingga masyarakat merasa dihargai dan terlibat secara otonom dalam setiap keputusan ekonomi kelompok.

Kedua, penggunaan bahasa keagamaan yang terintegrasi. Retorika dakwah yang dibangun secara cerdas menautkan urusan *duniawi* (ekonomi) dengan dimensi *ukhrawi* (spiritualitas). Pesan ekonomi senantiasa dikaitkan dengan manifestasi nilai-nilai fundamental Islam. Ustazah Zainab, misalnya, secara intensif menanamkan prinsip kejujuran (*shidiq*) dan amanah dalam setiap proses produksi olahan hasil laut maupun sistem jual beli. Nilai kerja keras dan kemandirian didefinisikan ulang bukan semata-mata sebagai tuntutan bertahan hidup, melainkan sebagai bentuk ibadah dan ikhtiar yang bernilai pahala. Selain itu, konsep tolong-menolong (*ta'awun*) antarsesama anggota kelompok serta pencarian keberkahan (*barakah*) dalam usaha sekecil apa pun skalanya menjadi narasi utama. "*Sejak mengaji sambil praktik usaha bersama Ustazah, kami jadi paham bahwa lelahnya mengolah ikan asin ini adalah jihad mencari rezeki yang halal, dan insyaallah berkah untuk keluarga,*" ungkap Ibu Maryam, merespons konstruksi teologis yang disampaikan ustazah.

Ketiga, penggunaan contoh dan cerita (*storytelling*). Guna menghindari abstraksi teoretis yang sulit dicerna oleh audiens dengan latar belakang pendidikan yang beragam, ustazah mengemas pesannya melalui pendekatan analogis. Pengalaman nyata dan contoh kehidupan sehari-hari digunakan secara masif agar substansi pesan lebih mudah dipahami dan diinternalisasi. Dalam sesi pembinaan, Ustazah Halimah kerap merepresentasikan figur Siti Khadijah r.a. sebagai *role model* saudagar perempuan mandiri, yang kemudian disandingkan dengan kisah sukses perempuan lokal dari desa tetangga yang berhasil mengembangkan usaha kecil-kecilannya. Ibu Fatmawati selaku informan menyebutkan, "*Mendengar cerita tentang perempuan-perempuan hebat yang awalnya*

susah tapi akhirnya sukses berniaga, membuat logika kami lebih terbuka. Kami merasa kisah itu sangat nyata dan mungkin untuk kami tiru."

Keempat, penggunaan nasihat dan motivasi yang berorientasi pada penguatan mental. Retorika dakwah diarahkan secara spesifik untuk merekonstruksi kepercayaan diri dan memantik semangat berusaha di kalangan ibu-ibu pesisir. Kondisi sosiologis masyarakat pesisir yang kerap dihadapkan pada ketidakpastian ekonomi sering kali melahirkan mentalitas fatalistik atau rasa rendah diri (*inferiority*). Melalui pendekatan *pathos* (sentuhan emosional), ustazah secara konsisten memberikan afirmasi positif. Kalimat-kalimat nasihat diformulasikan untuk menyadarkan ibu-ibu bahwa mereka memiliki kapasitas manajerial alami yang luar biasa dalam mengelola rumah tangga, yang mana keahlian tersebut sangat berpotensi dikonversi menjadi motor penggerak ekonomi produktif jika dikelola dengan keberanian.

Kelima, penggunaan bahasa lokal atau keseharian (sosiolinguistik kultural). Keberhasilan retorika dakwah ini memuncak pada kemampuan adaptasi sosiokultural komunikator. Penyesuaian bahasa dengan karakter masyarakat pesisir dilakukan agar pesan terasa lebih dekat, membumi, dan relevan dengan realitas mad'u. Para ustazah mengintegrasikan bahasa Indonesia dengan dialek, idiom, dan perumpamaan khas bahasa Aceh yang lazim digunakan di kawasan Pidie Jaya. Ibu Nurhayati memvalidasi hal ini dengan menyatakan, "*Penjelasan Ustazah yang sering memakai perumpamaan bahasa Aceh membuat suasana lebih cair dan akrab, seperti sedang musyawarah antar tetangga saja. Pesannya jadi lebih cepat menempel di kepala kami.*" Jembatan linguistik ini terbukti secara empiris mampu mereduksi hambatan komunikasi lintas kelas, menciptakan iklim pemberdayaan yang partisipatif, organik, dan berakar kuat pada nilai-nilai kearifan lokal.

Gaya Komunikasi Ustazah

Mengacu pada temuan empiris di lapangan, efektivitas transformasi pesan dakwah dalam program pemberdayaan ekonomi di wilayah pesisir Meunasah Balek tidak hanya bergantung pada substansi materi (retorika), tetapi juga sangat ditentukan oleh gaya komunikasi (*communication style*) yang diimplementasikan oleh komunikator. Ustazah sebagai figur sentral dalam program ini tidak menerapkan gaya komunikasi yang kaku atau otoriter, melainkan mengadopsi pendekatan sosiologis yang lentur dan adaptif. Terdapat

enam tipologi gaya komunikasi yang secara konsisten dipraktikkan oleh para ustazah dalam membina kelompok ibu-ibu pesisir.

Pertama, gaya komunikasi persuasif. Gaya ini termanifestasi melalui kapabilitas ustazah dalam memengaruhi, mengarahkan, dan mendorong ibu-ibu pesisir untuk terlibat aktif dalam kegiatan ekonomi tanpa adanya unsur paksaan (*coercion*). Persuasi yang dibangun berlandaskan pada pendekatan rasional yang menyentuh kesadaran kolektif. Ibu Salma, salah satu anggota kelompok pemberdayaan, menuturkan dalam wawancaranya, "*Ustazah Aisyah tidak pernah memaksa kami untuk ikut berjualan hasil laut, tetapi beliau pelan-pelan menyadarkan kami betapa pentingnya perempuan pesisir punya penghasilan sendiri untuk membantu ekonomi keluarga. Kata-katanya halus, tapi sukses membuat kami tergerak.*" Hal ini membuktikan bahwa persuasi linguistik yang akurat mampu mendobrak dinding apatisme masyarakat.

Kedua, gaya komunikasi humanis. Dalam konteks sosiologis, ustazah secara proaktif berupaya meruntuhkan hierarki status sosial antara "pendakwah" dan "mad'u" dengan membangun hubungan yang dekat, terbuka, dan penuh perhatian. Gaya komunikasi ini memanusiakan audiens dengan mengakomodasi kondisi psikologis mereka secara utuh. Ibu Rahmawati mengungkapkan pengalamannya, "*Ustazah sering kali menanyakan kabar anak-anak kami, kesulitan belanja sehari-hari, bahkan menjenguk kalau ada keluarga yang sakit. Beliau memperlakukan kami seperti saudara.*" Interaksi humanis semacam ini melahirkan ikatan emosional (*emotional bonding*) yang kuat, sehingga ibu-ibu merasa aman, dihargai, dan lebih terbuka saat menerima bimbingan ekonomi.

Ketiga, implementasi gaya komunikasi interpersonal. Proses pemberdayaan ekonomi kerap kali terbentur pada kendala-kendala privasi, konflik rumah tangga, atau masalah finansial yang sensitif apabila dibicarakan di ruang publik majelis. Oleh karena itu, ustazah membuka keran komunikasi melalui dialog langsung secara personal. Ustazah meluangkan waktu untuk melakukan pendekatan antarpribadi secara dialogis dari hati ke hati. Menurut penuturan Ibu Khadijah, "*Kalau saya sedang kehabisan modal atau bingung mengatur waktu antara mengurus anak dan mengolah ikan asin, saya biasanya curhat berdua saja dengan Ustazah setelah pengajian selesai. Beliau selalu mendengarkan dan memberi jalan keluar.*" Dialog interpersonal ini terbukti esensial untuk pemecahan masalah (*problem-solving*) berbasis kasus individu.

Keempat, gaya komunikasi partisipatif. Ustazah mendesain ruang diskursus yang demokratis di dalam kelompok pembinaan. Komunikasi tidak berjalan satu arah (*top-down*), melainkan bersifat sirkular, di mana ibu-ibu diberikan panggung dan kesempatan yang luas untuk menyampaikan pendapat, membedah masalah produksi, serta berbagi pengalaman empiris mereka. Ibu Maimunah mengonfirmasi hal tersebut dengan menyatakan, *"Di setiap kumpul kelompok, kami selalu diberi waktu untuk bicara. Ustazah sering memancing dengan pertanyaan, 'Ada kendala apa selama seminggu ini?' Kami jadi merasa bahwa pikiran kami ikut dihargai dan dibutuhkan."* Keterlibatan aktif ini secara signifikan menumbuhkan rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap keberlanjutan program.

Kelima, gaya komunikasi motivatif. Mengubah mentalitas masyarakat pesisir yang cenderung terpaku pada pola ekonomi subsisten membutuhkan injeksi semangat yang berkesinambungan. Ustazah berperan vital sebagai dinamisator yang terus-menerus memantik keberanian anggota kelompok untuk mengekspansi usaha produktifnya. *"Dulu saya takut sekali rugi kalau mencoba menitipkan kue-kue ke warung yang lebih jauh. Tapi Ustazah selalu memotivasi bahwa rezeki sudah dijamin, yang terpenting ikhtiar dan berani mencoba hal baru. Dorongan itulah yang membuat saya berani,"* ungkap Ibu Hasanah dengan antusias. Afirmasi positif dari ustazah ini menjadi katalisator bagi penguatan kapasitas mental dan daya juang kelompok.

Keenam, manifestasi keteladanan dalam komunikasi (*lead by example*). Dalam epistemologi dakwah, hal ini sejalan dengan konsep *dakwah bil hal* (dakwah melalui tindakan nyata). Pesan-pesan verbal mengenai etos kerja dan kemandirian ekonomi menjadi sangat memiliki legitimasi karena diperkuat melalui perilaku serta contoh riil dari ustazah itu sendiri. Pesan lisan tidak akan kredibel jika komunikatornya tidak mempraktikkan ucapannya. Ibu Yusniar menceritakan, *"Ustazah Zainab itu tidak cuma pintar menyuruh kami mengolah hasil laut, tapi di rumahnya sendiri beliau juga memproduksi kerupuk tiram dan gigih mencari pasar. Melihat beliau lelah bekerja, kami jadi malu kalau cuma banyak mengeluh."* Integritas antara lisan dan perbuatan ini bertransformasi menjadi instrumen komunikasi non-verbal yang paling kuat dalam mengukuhkan pesan dakwah.

Secara akumulatif, sinergi dari keenam gaya komunikasi ini membentuk sebuah ekosistem pembinaan yang memberdayakan, yang secara nyata mampu

mengakselerasi tingkat kemandirian ekonomi kelompok ibu-ibu pesisir di Meunasah Balek.

Strategi Komunikasi Ustazah dalam Pemberdayaan Ekonomi

Implementasi program pemberdayaan ekonomi pada kelompok ibu-ibu di pesisir Meunasah Balek tidak terlepas dari sebuah kerangka strategi komunikasi yang dirancang secara sistematis, bertahap, dan berkesinambungan. Berdasarkan observasi dan analisis data di lapangan, alur strategi yang dioperasionalkan oleh para ustazah bukanlah langkah yang instan, melainkan sebuah proses dialektika sosial yang diawali dengan **pendekatan keagamaan**. Pendekatan ini difungsikan sebagai instrumen penetrasi kultural yang sangat efektif, mengingat masyarakat pesisir Pidie Jaya sangat menjunjung tinggi nilai-nilai syariat Islam. Melalui majelis taklim, ustazah mengintegrasikan narasi kesejahteraan ekonomi dengan dalil-dalil agama mengenai kewajiban berikhtiar. Langkah ini secara organik bermuara pada tahap **membangun kepercayaan** (*trust building*). Ibu Nurjannah, seorang peserta program, mengonfirmasi hal ini dengan menyatakan, *"Karena yang mengajak kami berwirausaha adalah Ustazah Zainab yang sudah bertahun-tahun membimbing kami mengaji, kami sangat percaya bahwa niat beliau tulus demi kebaikan dunia dan akhirat kami."* Kepercayaan komunal yang telah mengakar ini menjadi fondasi psikologis krusial sebelum gagasan ekonomi yang lebih pragmatis diintroduksi.

Setelah fondasi kepercayaan terbentuk secara solid, strategi komunikasi berlanjut pada fase **memberikan motivasi**. Pada tahap ini, pesan-pesan komunikasi diformulasikan untuk merekonstruksi mentalitas masyarakat pesisir yang kerap kali terbelenggu oleh rasa pesimisme dan kepasrahan akibat himpitan ekonomi musiman. Ustazah berperan sebagai dinamisator yang memberikan afirmasi positif dan menyadarkan kaum perempuan akan daya lenting (*resilience*) yang mereka miliki. Transformasi kesadaran dan kebangkitan mental ini mempermudah ustazah dalam **mengidentifikasi potensi ibu-ibu**. Komunikasi yang bersifat dialogis memungkinkan ustazah memetakan secara presisi bakat serta keterampilan terpendam dari setiap anggota kelompok. *"Ustazah sering mengajak kami berdiskusi santai untuk menggali apa saja keahlian rumah tangga kami. Dari obrolan itu, baru disadari kalau Ibu Fatimah sangat mahir membuat keumamah (ikan kayu) khas Aceh, sedangkan saya punya kemampuan lebih di bidang pembuatan kue basah,"* ungkap Ibu Roslina. Pemetaan potensi berbasis

partisipasi ini memastikan bahwa intervensi ekonomi yang akan dijalankan benar-benar relevan dengan kapasitas sumber daya lokal.

Berbekal peta potensi tersebut, strategi bergeser pada tataran implementasi praksis melalui penyelenggaraan **pelatihan atau kegiatan ekonomi**. Dalam fase eksekusi ini, gaya komunikasi ustazah bertransformasi menjadi lebih instruksional namun tetap mengedepankan pendekatan humanis. Pelatihan ini mencakup edukasi manajemen produksi sederhana, standar kebersihan olahan laut, hingga literasi pencatatan keuangan. Namun, proses ini tidak dibiarkan berjalan secara deterministik; ia harus diiringi dengan **pendampingan** (*mentoring*) yang intensif. Pendampingan menjadi ruang komunikasi antarpribadi di mana ustazah hadir sebagai pemecah masalah (*problem solver*) ketika anggota menghadapi kendala di lapangan. "*Saat usaha kerupuk tiram kelompok kami sempat macet penjualannya, Ustazah Halimah turun tangan langsung mendampingi kami. Beliau memotivasi agar kami tidak putus asa dan langsung mengajari cara lobi untuk menitipkan produk ke warung-warung besar di pusat kecamatan,*" tutur Ibu Aisyah. Pendampingan yang persisten ini sukses mengeliminasi kecemasan anggota saat menghadapi fluktuasi pasar.

Sebagai tahapan paripurna dari siklus pemberdayaan, ustazah secara periodik menyelenggarakan **evaluasi dan penguatan**. Proses evaluasi tidak dilakukan dalam nuansa hierarkis atau penghakiman, melainkan dikomunikasikan sebagai bentuk refleksi kolektif (*muhasabah*) untuk menelaah strategi pemasaran yang kurang efektif serta membenahi manajemen sirkulasi modal kelompok. Di tahap inilah penguatan komitmen kembali direkonstruksi agar kelompok terhindar dari demotivasi. Keseluruhan sinergi, konsistensi, dan alur strategi komunikasi ini pada akhirnya berkonvergensi pada satu muara utama, yakni terciptanya **kemandirian ekonomi kelompok**. Keberhasilan puncak dari strategi komunikasi dakwah ini ditandai dengan bertransformasinya status ibu-ibu pesisir Meunasah Balek dari entitas rumah tangga yang rentan secara finansial, menjadi aktor ekonomi mikro yang otonom, berdaya saing, dan tangguh dalam menopang kesejahteraan keluarga mereka.

Respons Kelompok Ibu-Ibu terhadap Dakwah dan Komunikasi Ustazah

Keberhasilan sebuah strategi dakwah tidak hanya diukur dari intensitas dan retorika sang komunikator, melainkan juga dari kualitas respons (feedback) dan transformasi nyata yang terjadi pada *mad'u*. Dalam konteks program pemberdayaan ekonomi di pesisir Meunasah Balek, perpaduan antara retorika

persuasif dan gaya komunikasi partisipatif ustazah telah melahirkan serangkaian respons positif dan perubahan sosiologis yang signifikan pada kelompok ibu-ibu. Transformasi ini teramati dalam beberapa indikator utama yang bermuara pada penguatan resiliensi ekonomi dan sosial.

Respons paling awal yang berhasil diidentifikasi adalah peningkatan motivasi mengikuti kegiatan. Sebelum adanya intervensi komunikasi yang terstruktur, majelis taklim cenderung diposisikan sekadar sebagai rutinitas pengajian pekanan yang statis. Namun, setelah isu pemberdayaan ekonomi diintegrasikan, tingkat kehadiran dan antusiasme anggota kelompok meningkat secara tajam. Ibu Salmiah, salah satu anggota yang sebelumnya kerap absen, menuturkan, "Dulu saya sering bolos pengajian karena lelah setelah mengurus rumah. Tapi sekarang rasanya rugi kalau tidak datang. Ustazah tidak cuma mengajar agama, tapi juga memberi semangat dan ilmu jualan, jadi saya semakin semangat untuk hadir."

Seiring dengan peningkatan motivasi, terjadi pula perubahan pada pola komunikasi internal kelompok yang ditandai dengan meningkatnya keberanian menyampaikan pendapat. Gaya komunikasi ustazah yang humanis dan tidak menggurui berhasil membongkar dinding inferioritas yang selama ini membelenggu perempuan pesisir. Ruang-ruang diskusi kelompok kini diwarnai dengan dinamika yang lebih hidup. "Awalnya saya malu dan takut salah kalau mau bicara di depan ibu-ibu lain. Tapi karena Ustazah selalu memancing dan tidak pernah menyalahkan pendapat kami, saya sekarang berani mengusulkan ide kalau ada pesanan kue dalam jumlah besar," ungkap Ibu Nurleila dengan penuh percaya diri.

Lebih substansial lagi, respons ini bermanifestasi pada tataran kognitif berupa meningkatnya pemahaman tentang hubungan integratif antara nilai agama dan ekonomi. Narasi dakwah yang disuntikkan secara persisten berhasil membongkar pandangan dikotomis yang memisahkan urusan ibadah dengan urusan mencari nafkah. Ibu Zubaidah, yang memiliki usaha pengolahan ikan asin, merefleksikan hal ini dengan menyatakan, "Sekarang saya paham bahwa menjaga kebersihan ikan jemuran saya dan tidak menimbang curang itu bagian dari agama. Ustazah menyadarkan bahwa berdagang yang jujur itu sama nilainya dengan berjihad untuk keluarga." Kesadaran teologis ini membuahkan munculnya semangat bekerja dan berusaha yang jauh lebih kuat, didorong oleh keyakinan bahwa setiap ikhtiar ekonomi memiliki dimensi pahala dan keberkahan.

Dampak sosiologis yang tidak kalah krusial adalah terbentuknya kerja sama antaranggota yang solid. Semangat ta'awun (tolong-menolong) yang ditekankan dalam retorika ustazah berhasil dikonversi menjadi modal sosial (social capital) yang kuat di dalam kelompok. Persaingan usaha yang destruktif

berhasil diminimalisasi dan digantikan dengan sinergi. Sebagai contoh, ketika Ibu Halimah mendapatkan pesanan keripik melinjo yang melampaui kapasitas produksinya, ia dengan lapang dada melimpahkan sebagian pesanan tersebut kepada anggota lain. "Ustazah selalu berpesan, rezeki tidak akan tertukar dan saling membantu itu membuka pintu berkah. Jadi kami saling bahu-membahu kalau ada yang kewalahan pesanan," jelas Ibu Halimah.

Puncak dari konvergensi seluruh respons positif tersebut bermuara pada meningkatnya kesadaran mendalam mengenai pentingnya kemandirian ekonomi. Ibu-ibu pesisir Meunasah Balek tidak lagi memosisikan diri sebagai entitas subsisten yang sepenuhnya bergantung pada pendapatan melaut suami yang fluktuatif. Mereka mulai menyadari kapasitas dan agensi yang mereka miliki untuk berkontribusi pada ketahanan finansial keluarga. "Kalau cuma menunggu hasil laut bapaknya, kadang ada kadang nihil. Setelah ikut pembinaan ini, kami sadar bahwa perempuan pesisir juga bisa mandiri dan tidak boleh pasrah pada keadaan," tegas Ibu Rukayah. Transformasi responsif ini merepresentasikan kemenangan komunikasi dakwah dalam mengentaskan masyarakat dari kerentanan sosial-ekonomi.

Analisis Retorika Dakwah dan Gaya Komunikasi Ustazah

Keberhasilan implementasi program pemberdayaan ekonomi di wilayah pesisir Meunasah Balek Kabupaten Pidie Jaya dapat dibedah secara komprehensif melalui pisau analisis trikotomi retorika klasik Aristoteles, yakni *ethos*, *pathos*, dan *logos*. Ketiga unsur fundamental ini bersinergi secara dinamis dan organik dalam praktik komunikasi para ustazah di lapangan.

Pertama, dari dimensi *ethos* (kredibilitas dan keteladanan ustazah), daya pikat pesan dakwah sangat ditentukan oleh integritas personal sang komunikator. Ustazah di wilayah pesisir ini tidak sekadar bertindak sebagai penyampai dalil-dalil keagamaan secara verbal, tetapi juga memanifestasikan dirinya sebagai *role model* yang memiliki rekam jejak moral dan sosial yang tidak terbantahkan. Otoritas keagamaan yang dipadukan dengan praktik wirausaha nyata dalam keseharian menciptakan kredibilitas absolut di mata masyarakat. Hal ini ditegaskan oleh penuturan Ibu Wardah, seorang informan, "*Kami sangat segan dan menaruh hormat kepada Ustazah Murni. Beliau bukan cuma pandai*

berceramah, tetapi juga mencontohkan langsung bagaimana berdagang yang jujur dan ulet di pasar. Apa yang beliau ucapkan sesuai dengan perbuatannya." Legitimasi *ethos* inilah yang menjadi fondasi awal terbangunnya kepercayaan (*trust*) untuk menerima pesan pemberdayaan.

Kedua, dimensi *pathos* (kemampuan menyentuh perasaan, membangun semangat, dan memberikan motivasi) beroperasi melalui implementasi gaya komunikasi ustazah yang humanis dan empatik. Masyarakat pesisir yang kerap kali dihadapkan pada fluktuasi dan ketidakpastian ekonomi membutuhkan pendekatan afektif yang mampu meruntuhkan pesimisme. Ustazah secara piawai mengonstruksi narasi dakwah yang memantik resonansi emosional audiens, mentransformasi rasa lelah menjadi energi spiritual. Kalimat-kalimat afirmasi yang menyentuh relung batin terbukti efektif membangkitkan daya juang kelompok ibu-ibu. *"Terkadang saat kami merasa jenuh atau rugi dalam berjualan ikan, kata-kata Ustazah yang mengingatkan bahwa tetesan keringat seorang ibu bernilai jihad dan sedekah untuk keluarganya, langsung membuat kami menangis dan kembali tegar,"* ungkap Ibu Nurlaila. Pendekatan *pathos* ini menyuntikkan daya lenting (*resilience*) psikologis yang vital bagi kontinuitas usaha mereka.

Ketiga, kekuatan *logos* (kemampuan menyampaikan alasan, penjelasan, dan contoh yang logis mengenai pentingnya pemberdayaan ekonomi) menjadi katalisator yang merasionalkan seluruh agenda dakwah. Sentuhan emosional semata tidak akan berkelanjutan tanpa dibarengi dengan argumentasi kognitif yang solid. Ustazah mampu mengemas konsep-konsep kemandirian dan manajemen keuangan rumah tangga ke dalam logika berpikir yang sangat mudah dicerna melalui perumpamaan konkret keseharian. Ibu Jamilah mengonfirmasi hal ini dengan menyatakan, *"Penjelasan Ustazah tentang pentingnya menyisihkan keuntungan hasil laut sebagai modal putar, dan mengapa kita tidak boleh terjerat utang berbunga, sangat masuk akal. Beliau memberi contoh hitung-hitungan yang sederhana dan logis sehingga pikiran kami terbuka."*

Berdasarkan analisis terhadap ketiga unsur retorika tersebut, dapat ditarik sebuah benang merah berupa konvergensi strategis yang membentuk ekosistem pemberdayaan paripurna. Sintesis ini bermula dari perpaduan antara Retorika Dakwah yang kaya akan *ethos*, *pathos*, *logos*, dikombinasikan dengan Gaya Komunikasi Ustazah yang adaptif-partisipatif, serta internalisasi Nilai-Nilai Islam (seperti etos kerja dan kejujuran). Ketiga pilar utama ini saling berpenetrasi dan secara langsung bermuara pada peningkatan Motivasi dan Partisipasi Ibu-Ibu secara eksponensial. Partisipasi aktif yang dimobilisasi secara komunal dan terorganisasi ini pada gilirannya mengeskalasi kapasitas produksi dan manajerial kelompok, sehingga terwujudlah Pemberdayaan Ekonomi Kelompok yang riil dan terukur. Pada puncak piramida transformasi sosiologis tersebut, keberhasilan pemberdayaan pada level kelompok ini secara agregat berkontribusi langsung pada pencapaian Kemandirian Masyarakat pesisir secara

makro. Rantai kausalitas ini menegaskan bahwa komunikasi dakwah yang komprehensif merupakan instrumen rekayasa sosial yang sangat determinan.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan implementasi program pemberdayaan ekonomi di wilayah pesisir Meunasah Balek Kabupaten Pidie Jaya sangat ditentukan oleh efektivitas pendekatan komunikasi figur agama. Pertama, bentuk retorika dakwah yang digunakan oleh para ustazah berkarakteristik adaptif dan kontekstual. Retorika ini memadukan bahasa persuasif, integrasi nilai-nilai keagamaan (seperti kejujuran dan etos kerja) ke dalam aktivitas ekonomi, penyajian cerita analogis, serta penggunaan bahasa keseharian lokal untuk mendekatkan pesan kepada realitas *mad'u*.

Kedua, dalam membina kelompok ibu-ibu, ustazah menghindari pendekatan hierarkis dan instruksional yang kaku. Sebaliknya, mereka mengadopsi gaya komunikasi humanis, partisipatif, interpersonal, dan motivatif yang dibingkai oleh keteladanan nyata. Gaya komunikasi tersebut dieksekusi melalui strategi yang sistematis—dimulai dari pendekatan keagamaan, pembangunan kepercayaan, penggalan potensi, pelatihan, hingga pendampingan intensif.

Ketiga, komunikasi dakwah yang komprehensif ini memainkan peran krusial sebagai katalisator rekayasa sosial dalam akselerasi pemberdayaan ekonomi. Transformasi ini terbukti secara empiris melalui peningkatan partisipasi, motivasi, keberanian menyampaikan pendapat, serta soliditas kerja sama di antara anggota kelompok. Sinergi antara retorika dan gaya komunikasi ustazah pada akhirnya sukses mentransformasi kaum ibu menjadi agen ekonomi produktif, yang bermuara pada terwujudnya kemandirian ekonomi masyarakat pesisir secara berkelanjutan.

DAFTAR RUJUKAN

- Assegaf, A. (2024). Retorika Komunikasi Publik. Prenada Media. [Buku Retorika]
Aziz, A. (2021). Ilmu Dakwah: Teori dan Praktik. Kencana. [Buku Ilmu Dakwah]
Cangara, H. (2022). Pengantar Ilmu Komunikasi (Edisi Keempat). Rajawali Pers.
[Buku
Komunikasi]
Fauzi, M. (2021). Dakwah Bil Hal: Pendekatan Kultural dalam Pemberdayaan

Ekonomi

- Umat. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(1), 45-62. [Jurnal Dakwah]
- Firmansyah, R. (2025). Pendekatan Komunikasi Kultural dalam Penyuluhan Masyarakat Pesisir. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 23(2), 150-165. [Sumber Ilmiah Pesisir]
- Hakim, L., & Putri, R. (2025). Peran Tokoh Agama dalam Menggerakkan Partisipasi Masyarakat. *Jurnal Pembangunan Sosial*, 8(2), 134-150. [Penelitian Pemberdayaan]
- Haryanto, B. (2022). Strategi Bertahan Hidup Nelayan Skala Kecil di Tengah Perubahan Iklim. *Jurnal Kelautan dan Perikanan*, 14(2), 110-125. [Sumber Ilmiah Pesisir]
- Hasanah, U. (2024). Model Komunikasi Dakwah Partisipatif di Majelis Taklim. *Jurnal Dakwah Risalah*, 35(1), 55-70. [Jurnal Dakwah]
- Hidayat, D. (2022). Komunikasi Antarbudaya pada Masyarakat Multikultural. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 10(1), 77-90. [Jurnal Komunikasi]
- Ilaihi, W. (2022). *Komunikasi Dakwah*. PT Remaja Rosdakarya. [Buku Ilmu Dakwah]
- Kuntarto, R. (2021). *Seni Berbicara dan Retorika: Membangun Komunikasi Efektif*. Pustaka Pelajar. [Buku Retorika]
- Kusuma, A. (2021). Dinamika Sosial Ekonomi Masyarakat Pesisir di Indonesia. *Jurnal Sosiologi Maritim*, 4(1), 22-38. [Sumber Ilmiah Pesisir]
- Lestari, P. (2021). Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 210-225. [Penelitian Perempuan & Ekonomi]
- Liliweri, A. (2021). *Komunikasi Antar Personal*. Kencana. [Buku Komunikasi]
- Mulyana, D. (2023). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. PT Remaja Rosdakarya. [Buku Komunikasi]
- Munir, M. (2023). *Manajemen Dakwah: Perspektif Teoritis dan Praktis*. Amzah. [Buku Ilmu Dakwah]
- Nisa, K. (2023). Peran Istri Nelayan dalam Ekonomi Rumah Tangga Pesisir. *Jurnal Antropologi Maritim*, 6(1), 78-95. [Sumber Ilmiah Pesisir]

- Pratiwi, A., & Setiawan, B. (2023). Dinamika Komunikasi Kelompok dalam Organisasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 21(3), 200-215. [Jurnal Komunikasi]
- Rahman, A. (2022). Retorika Dakwah Ustadzah di Era Digital. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 16(2), 112-128. [Jurnal Dakwah]
- Rakhmat, J. (2022). Retorika Modern: Pendekatan Praktis. Simbiosis Rekatama Media. [Buku Retorika]
- Syahputra, I. (2021). Strategi Komunikasi Persuasif dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 145-160. [Jurnal Komunikasi]
- Suryani, E. (2023). Strategi Komunikasi dalam Program Pemberdayaan Ekonomi Desa. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 11(1), 12-28. [Penelitian Pemberdayaan]
- Widodo, S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendekatan Komunikasi Dialogis. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 89-105. [Penelitian Pemberdayaan]
- Wulandari, S. (2022). Peran Perempuan dalam Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Keluarga. *Jurnal Studi Gender dan Anak*, 9(1), 67-82. [Penelitian Perempuan & Ekonomi]
- Yuliana, D. (2024). Kemandirian Ekonomi Perempuan Pesisir: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Perempuan dan Masyarakat*, 7(3), 45-60. [Penelitian Perempuan & Ekonomi]