



Dakwah Berbasis Komunitas dalam Pemikiran Emha Ainun Nadjib: Analisis Manajemen Dakwah

Ikhlasad Dafa¹, Hanik Maimuna², M. Anang Sholikhudin³,
Eka Nuraulia⁴, M. Afandi Bahrudin⁵

^{1,2,3,4}Universitas Yudharta, Pasuruan

¹davaentg@gmail.com, ²hanikmun13@gmail.com,

³anangsholikhudin@yudharta.ac.id, ⁴ekanuraulia969@gmail.com,

⁵afandibahrudin87@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji model dakwah berbasis komunitas dalam perspektif manajemen dakwah melalui pemikiran Emha Ainun Nadjib. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (library research), yang mengkaji berbagai sumber primer berupa karya-karya Emha Ainun Nadjib serta didukung oleh sumber sekunder dari jurnal ilmiah yang relevan. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan metode analisis isi (content analysis) dengan pendekatan deskriptif-analitis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model dakwah berbasis komunitas yang dikembangkan oleh Emha Ainun Nadjib memiliki ciri utama berupa partisipatif, dialogis, humanis, non-hierarkis, dan berbasis kultural. Implementasi konsep tersebut dapat ditemukan dalam praktik Majelis Maiyah sebagai ruang interaksi yang terbuka dan egaliter. Ditinjau dari perspektif manajemen dakwah, praktik ini mencerminkan fungsi-fungsi manajerial seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian, meskipun tidak diwujudkan dalam bentuk struktur formal yang kaku. Model ini terbukti mampu mendorong keterlibatan aktif masyarakat serta membangun kesadaran kolektif yang lebih kontekstual. Dengan demikian, dakwah berbasis komunitas dalam pemikiran Emha Ainun Nadjib dapat dipandang sebagai strategi dakwah kontemporer yang adaptif, inklusif, serta berorientasi pada pemberdayaan masyarakat.

Kata Kunci : Dakwah berbasis komunitas; manajemen dakwah; Maiyah; dakwah dialogis; Emha Ainun Nadjib

ABSTRACT

This study seeks to examine the community-based da'wah model from a da'wah management perspective through the ideas of Emha Ainun Nadjib. A qualitative approach with a library research method is employed, utilizing primary sources derived from Emha Ainun Nadjib's works and supported by relevant scholarly journal articles. Data collection is conducted through documentation, while the analysis applies content analysis using a descriptive-analytical framework.

The findings indicate that the community-based da'wah model proposed by Emha Ainun Nadjib is characterized by participatory, dialogical, humanistic, non-hierarchical, and cultural dimensions. These principles are reflected in the practice of the Maiyah community, which functions as an open and egalitarian space for interaction. From the perspective of da'wah management, this model demonstrates alignment with managerial functions, including planning, organizing, actuating, and controlling, although it is not implemented through rigid formal structures. This approach effectively enhances community participation and fosters contextual collective awareness.

In conclusion, the community-based da'wah model in Emha Ainun Nadjib's thought can be considered a relevant contemporary strategy that is adaptive, inclusive, and oriented toward community empowerment.

Keywords : *Community-based da'wah; da'wah management; Maiyah; dialogical da'wah; Emha Ainun Nadjib*

PENDAHULUAN

Dakwah merupakan aktivitas fundamental dalam Islam yang bertujuan untuk menyampaikan nilai-nilai ajaran kepada masyarakat secara efektif dan relevan dengan perkembangan zaman. Namun, dalam praktiknya, dakwah sering kali masih dilakukan secara konvensional dengan pola komunikasi satu arah (*monolog*), sehingga kurang mampu menjawab dinamika sosial yang semakin kompleks. Kondisi ini menuntut adanya inovasi dalam metode dakwah, salah satunya melalui pendekatan berbasis komunitas yang lebih partisipatif dan dialogis.

Perkembangan masyarakat modern yang ditandai dengan

pluralitas, keterbukaan informasi, dan meningkatnya kesadaran kritis menuntut model dakwah yang tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga kontekstual dan humanis. Dalam konteks ini, dakwah berbasis komunitas menjadi alternatif strategis karena mampu membangun keterlibatan aktif masyarakat serta menciptakan ruang interaksi yang egaliter antara dai dan mad'u. Pendekatan ini memungkinkan dakwah tidak hanya sebagai proses penyampaian pesan, tetapi juga sebagai proses pembelajaran bersama (*shared learning*).

Salah satu tokoh yang dikenal mengembangkan model dakwah berbasis komunitas adalah Emha Ainun Nadjib. Melalui forum Maiyah, ia menghadirkan dakwah yang tidak hanya bersifat religius, tetapi juga kultural dan dialogis. Dakwah yang dilakukan tidak bersifat menggurui, melainkan mengajak jamaah untuk berpikir bersama, berdiskusi, serta merefleksikan realitas sosial secara kolektif. Model ini terbukti mampu menarik berbagai kalangan masyarakat karena sifatnya yang inklusif dan membumi.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa dakwah yang dilakukan oleh Emha Ainun Nadjib mengedepankan komunikasi interaktif dan pendekatan kultural sehingga mampu membangun kedekatan emosional dengan jamaah.¹ Selain itu, dalam praktiknya di komunitas Maiyah, dakwah dikembangkan melalui kombinasi antara ekspresi seni, refleksi keagamaan, dan diskusi terbuka yang mendorong partisipasi aktif masyarakat.² Hal ini menunjukkan bahwa dakwah tidak lagi diposisikan sebagai aktivitas satu arah, tetapi sebagai proses kolektif yang dinamis dan kontekstual.

Lebih lanjut, komunitas Maiyah tidak hanya berfungsi sebagai media dakwah, tetapi juga sebagai ruang transformasi sosial dan spiritual. Dalam komunitas ini, nilai-nilai keagamaan disampaikan melalui pendekatan yang sederhana, membumi, dan mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat.³ Dengan demikian, dakwah berbasis komunitas yang dikembangkan oleh Emha Ainun Nadjib memiliki potensi besar dalam menjawab tantangan dakwah di era modern.

¹ Rio Febriannur Rachman, "Dakwah Interaktif Kultural Emha Ainun Nadjib," *Jurnal Spektrum Komunikasi* 6, no. 2 (2018): 1.

² Ayis Mukholik, "Emha Ainun Nadjib Dan Reaktualisasi Dakwah Di Perkotaan," *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam* 3, no. 1 (2025): 1.

³ Ahmad Maujuhan Syah, "Nilai-Nilai Kebermaknaan Hidup Emha Ainun Nadjib," *Jurnal Conseils* 2, no. 1 (2022): 1.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji konsep dakwah berbasis komunitas dalam pemikiran Emha Ainun Nadjib serta menganalisis praktiknya dalam perspektif manajemen dakwah. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana konsep dakwah berbasis komunitas dalam pemikiran Emha Ainun Nadjib; (2) bagaimana praktik dakwah berbasis komunitas dalam komunitas Maiyah; dan (3) bagaimana analisisnya dalam perspektif manajemen dakwah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi pustaka (*library research*), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengkaji dan menganalisis berbagai sumber tertulis yang relevan dengan topik penelitian. Menurut Suharsimi Arikunto, penelitian pustaka merupakan kegiatan penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan data melalui berbagai literatur yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.⁴ Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemikiran dan konsep dakwah berbasis komunitas dalam perspektif Emha Ainun Nadjib yang tertuang dalam karya-karya tulis maupun kajian ilmiah terkait.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas sumber primer dan sekunder. Sumber primer diperoleh dari karya-karya Emha Ainun Nadjib seperti *Markesot Bertutur*, *Slilit Sang Kiai*, dan *Secangkir Kopi Pahit* yang memuat gagasan serta praktik dakwah berbasis komunitas. Sementara itu, sumber sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, skripsi, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan tema dakwah komunitas dan manajemen dakwah.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan data dari buku, artikel jurnal, serta dokumen lain yang berkaitan dengan objek penelitian. Menurut Lexy J. Moleong, teknik dokumentasi merupakan salah satu cara pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang memanfaatkan dokumen sebagai sumber utama informasi.⁵

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan

⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Rineka Cipta, 2006).

⁵ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (PT Remaja Rosdakarya, 2019).

teknik analisis isi (content analysis). Menurut Klaus Krippendorff, analisis isi merupakan teknik penelitian untuk membuat inferensi yang dapat direplikasi dan valid dari data dengan memperhatikan konteksnya.⁶ Melalui teknik ini, peneliti mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan menginterpretasikan isi teks untuk menemukan pola, konsep, serta makna yang terkandung dalam pemikiran Emha Ainun Nadjib terkait dakwah berbasis komunitas.

Selanjutnya, data dianalisis dengan menggunakan pendekatan deskriptif-analitis, yaitu dengan mendeskripsikan konsep dakwah berbasis komunitas kemudian dianalisis menggunakan perspektif manajemen dakwah yang meliputi fungsi perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), pelaksanaan (actuating), dan pengendalian (controlling). Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana konsep dan praktik dakwah berbasis komunitas dapat diimplementasikan dalam kerangka manajemen dakwah.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Konsep Dakwah Berbasis Komunitas dalam Pemikiran Emha Ainun Nadjib

Dakwah berbasis komunitas merupakan pendekatan dakwah yang menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam proses penyampaian dan pemaknaan ajaran Islam. Pendekatan ini berkembang sebagai respon terhadap model dakwah konvensional yang cenderung bersifat satu arah, sehingga kurang mampu membangun interaksi yang mendalam antara dai dan mad'u. Dalam perspektif komunikasi dakwah, pendekatan partisipatif dinilai lebih efektif karena mampu menciptakan keterlibatan emosional dan intelektual masyarakat dalam memahami pesan keagamaan.⁷

Dalam pemikiran Emha Ainun Nadjib, dakwah tidak dipahami sebagai aktivitas yang bersifat menggurui, melainkan sebagai proses dialog yang membangun kesadaran bersama. Ia menekankan bahwa masyarakat harus dilibatkan secara aktif dalam memahami realitas kehidupan dan nilai-nilai keagamaan melalui interaksi yang setara. Pandangan ini menunjukkan bahwa dakwah tidak hanya berfungsi

⁶ Klaus Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (Sage Publications, 2013).

⁷ Asep Saeful Muhtadi, "Pendekatan Partisipatif Dalam Dakwah Islam," *Jurnal Ilmu Dakwah* 15, no. 2 (2019).

sebagai penyampaian ajaran, tetapi juga sebagai proses pembelajaran kolektif dalam kehidupan sosial.⁸

Lebih lanjut, gagasan tersebut tercermin dalam karya-karya Emha Ainun Nadjib yang menempatkan manusia sebagai subjek utama dalam proses dakwah. Dalam salah satu tulisannya, ia menggambarkan pentingnya membangun komunikasi yang membumi dan dekat dengan realitas masyarakat, sehingga dakwah tidak terlepas dari konteks kehidupan sehari-hari.⁹ Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan komunitas menjadi relevan karena mampu menjembatani antara nilai-nilai agama dan pengalaman sosial masyarakat.

Secara praktis, konsep dakwah berbasis komunitas tersebut diwujudkan dalam forum Maiyah yang menjadi ruang interaksi terbuka bagi berbagai kalangan masyarakat. Dalam forum ini, tidak terdapat batasan yang kaku antara dai dan jamaah, sehingga tercipta suasana yang egaliter dan partisipatif. Penelitian menunjukkan bahwa model dakwah berbasis komunitas seperti ini mampu meningkatkan keterlibatan jamaah karena memberikan ruang bagi mereka untuk berpartisipasi aktif dalam diskusi dan refleksi keagamaan.¹⁰

Selain itu, dakwah berbasis komunitas dalam pemikiran Emha Ainun Nadjib juga memiliki dimensi kultural yang kuat. Dakwah tidak disampaikan secara formal, tetapi melalui pendekatan yang lebih fleksibel seperti seni, musik, dan dialog santai. Pendekatan ini menjadikan dakwah lebih mudah diterima oleh masyarakat karena sesuai dengan konteks sosial dan budaya yang ada. Dalam kajian dakwah kultural, pendekatan ini dinilai efektif dalam menyampaikan pesan keagamaan secara lebih inklusif dan kontekstual.¹¹

Dengan demikian, konsep dakwah berbasis komunitas dalam pemikiran Emha Ainun Nadjib menunjukkan karakter utama berupa partisipatif, dialogis, humanis, dan kultural. Kombinasi antara pemikiran konseptual dan praktik nyata ini menjadikan dakwah tidak lagi bersifat satu arah, tetapi sebagai proses kolektif yang melibatkan

⁸ Emha Ainun Nadjib, *Indonesia Bagian Dari Desa Saya* (Bentang, 2005).

⁹ Emha Ainun Nadjib, *Markesot Bertutur* (Bentang, 1994).

¹⁰ Ahmad Zaini, "Dakwah Berbasis Komunitas Sebagai Strategi Komunikasi Islam," *Jurnal Komunikasi Islam* 10, no. 2 (2020).

¹¹ M. Munir, "Dakwah Kultural Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Komunikasi Islam* 9, no. 1 (2018).

interaksi aktif antara dai dan masyarakat dalam suatu komunitas.

2. Karakteristik Dakwah Berbasis Komunitas dalam Pemikiran Emha Ainun Nadjib

Dakwah berbasis komunitas dalam pemikiran Emha Ainun Nadjib memiliki sejumlah karakteristik yang membedakannya dari model dakwah konvensional. Karakteristik tersebut tidak hanya tampak pada metode penyampaian, tetapi juga pada pola relasi antara dai dan jamaah, serta nilai-nilai yang mendasari proses dakwah itu sendiri.

Salah satu karakter utama adalah partisipatif, di mana jamaah tidak diposisikan sebagai objek pasif, melainkan sebagai subjek yang aktif dalam proses dakwah. Dalam forum komunitas seperti Maiyah, setiap individu diberi ruang untuk menyampaikan pendapat, bertanya, bahkan mengkritisi suatu pemahaman keagamaan. Pendekatan ini sejalan dengan konsep dakwah partisipatif yang menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat dalam proses komunikasi keagamaan.¹² Dengan demikian, dakwah tidak lagi bersifat satu arah, tetapi menjadi proses interaktif yang melibatkan semua pihak.

Selain itu, karakter dialogis menjadi ciri penting dalam dakwah komunitas. Dalam pandangan Emha Ainun Nadjib, dakwah yang efektif adalah dakwah yang mampu membuka ruang dialog dan pertukaran gagasan. Ia menolak pendekatan dakwah yang bersifat otoritatif dan menutup ruang diskusi. Dalam karya-karyanya, Cak Nun sering menggambarkan pentingnya komunikasi yang setara dan terbuka agar masyarakat dapat memahami agama secara lebih mendalam dan kontekstual.¹³ Pendekatan dialogis ini memungkinkan terjadinya proses belajar bersama antara dai dan jamaah.

Karakter berikutnya adalah humanis, yaitu dakwah yang memanusiakan manusia dan menghargai keberagaman latar belakang jamaah. Dakwah tidak dilakukan dengan cara menghakimi, tetapi dengan pendekatan yang penuh empati dan penghargaan terhadap kondisi sosial masyarakat. Penelitian menunjukkan bahwa dakwah humanis mampu menciptakan kedekatan emosional yang kuat antara dai dan mad'u, sehingga pesan keagamaan lebih mudah diterima.¹⁴

¹² Muhtadi, "Pendekatan Partisipatif Dalam Dakwah Islam."

¹³ Emha Ainun Nadjib, *Sلیل Sang Kiai* (Bentang Pustaka, 2013).

¹⁴ Moh. Ali Aziz, "Dakwah Humanis Dalam Perspektif Komunikasi Islam," *Jurnal Dakwah* 21, no. 1 (2021).

Hal ini terlihat dalam praktik komunitas Maiyah yang terbuka bagi semua kalangan tanpa diskriminasi.

Selain itu, dakwah berbasis komunitas juga memiliki karakter non-hierarkis, yaitu tidak adanya struktur yang kaku antara dai dan jamaah. Dalam forum Maiyah, posisi semua peserta relatif setara, sehingga tidak terdapat dominasi satu pihak dalam proses dakwah. Kondisi ini menciptakan suasana yang lebih cair dan egaliter, serta mendorong partisipasi aktif dari seluruh anggota komunitas. Model ini berbeda dengan dakwah konvensional yang sering kali menempatkan dai sebagai otoritas tunggal dalam menyampaikan kebenaran.¹⁵

Karakter terakhir adalah kultural, yaitu dakwah yang disampaikan melalui pendekatan budaya yang dekat dengan kehidupan masyarakat. Emha Ainun Nadjib memanfaatkan berbagai media seperti seni, musik, dan bahasa sehari-hari untuk menyampaikan pesan dakwah. Dalam salah satu tulisannya, ia menekankan bahwa dakwah harus mampu menyatu dengan kehidupan masyarakat agar pesan yang disampaikan tidak terasa asing.¹⁶ Pendekatan ini membuat dakwah menjadi lebih fleksibel dan mudah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat.

Dengan demikian, karakteristik dakwah berbasis komunitas dalam pemikiran Emha Ainun Nadjib mencakup sifat partisipatif, dialogis, humanis, non-hierarkis, dan kultural. Kelima karakter ini menunjukkan bahwa dakwah tidak hanya berorientasi pada penyampaian pesan, tetapi juga pada proses interaksi sosial yang membangun kesadaran kolektif masyarakat secara berkelanjutan.

3. Praktik Dakwah Berbasis Komunitas dalam Majelis Maiyah

Praktik dakwah berbasis komunitas dalam pemikiran Emha Ainun Nadjib secara nyata diwujudkan dalam forum yang dikenal dengan Majelis Maiyah. Maiyah bukan sekadar forum pengajian, melainkan ruang interaksi sosial yang mempertemukan berbagai kalangan masyarakat dalam suasana dialogis, terbuka, dan partisipatif. Dalam forum ini, dakwah tidak disampaikan secara satu arah, tetapi melalui proses diskusi kolektif yang melibatkan seluruh peserta.

¹⁵ Zaini, "Dakwah Berbasis Komunitas Sebagai Strategi Komunikasi Islam."

¹⁶ Nadjib, *Markesot Bertutur*.

Dalam karyanya yang secara khusus membahas Maiyah, Emha Ainun Nadjib menggambarkan bahwa Maiyah merupakan ruang kebersamaan yang dibangun atas dasar kesadaran spiritual dan sosial, di mana setiap individu hadir sebagai bagian dari proses pencarian makna kehidupan.¹⁷ Konsep ini menunjukkan bahwa dakwah dalam Maiyah tidak berorientasi pada transfer ilmu semata, tetapi pada pembentukan kesadaran kolektif melalui pengalaman bersama.

Secara praktis, pelaksanaan dakwah dalam Maiyah berlangsung dalam bentuk forum terbuka yang sering kali dikemas secara santai, bahkan disertai dengan unsur seni dan budaya seperti musik dan puisi. Dalam forum ini, tidak terdapat struktur formal yang kaku, sehingga setiap peserta memiliki kesempatan yang sama untuk berbicara dan berinteraksi. Kondisi ini mencerminkan model dakwah yang egaliter dan non-hierarkis, di mana posisi dai tidak lebih dominan dibandingkan jamaah.¹⁸

Penelitian tentang komunitas Maiyah menunjukkan bahwa pendekatan dakwah yang dilakukan mampu menciptakan ruang komunikasi yang efektif karena mengedepankan dialog dan partisipasi aktif masyarakat. Jamaah tidak hanya mendengarkan, tetapi juga terlibat dalam proses diskusi, sehingga terjadi pertukaran gagasan yang dinamis. Model ini dinilai mampu meningkatkan pemahaman keagamaan secara lebih kontekstual dan relevan dengan kehidupan sehari-hari.¹⁹

Selain itu, praktik dakwah dalam Maiyah juga menunjukkan adanya integrasi antara nilai-nilai keagamaan dan budaya lokal. Emha Ainun Nadjib memanfaatkan pendekatan kultural sebagai media dakwah, sehingga pesan yang disampaikan tidak terasa kaku dan lebih mudah diterima oleh masyarakat. Dalam salah satu tulisannya, ia menegaskan bahwa dakwah harus mampu menyatu dengan kehidupan masyarakat agar memiliki daya transformasi yang nyata.²⁰ Hal ini menunjukkan bahwa Maiyah tidak hanya berfungsi sebagai forum dakwah, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran sosial dan kultural.

¹⁷ Emha Ainun Nadjib, *Maiyah: Membangun Peradaban Dari Bawah* (Bentang, 2015).

¹⁸ Nadjib, *Silit Sang Kiai*.

¹⁹ Siti Nurjanah, "Komunitas Maiyah Sebagai Model Dakwah Kultural," *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 4, no. 2 (2020).

²⁰ Nadjib, *Markesot Bertutur*.

Lebih lanjut, keberhasilan Maiyah sebagai model dakwah berbasis komunitas tidak terlepas dari kemampuannya dalam membangun hubungan emosional antara anggota komunitas. Interaksi yang berlangsung secara terbuka dan setara menciptakan rasa kebersamaan yang kuat, sehingga jamaah merasa menjadi bagian dari komunitas tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa pendekatan seperti ini mampu meningkatkan efektivitas dakwah karena didasarkan pada keterlibatan emosional dan sosial jamaah.²¹

Dengan demikian, praktik dakwah dalam Majelis Maiyah menunjukkan implementasi nyata dari konsep dakwah berbasis komunitas yang dikembangkan oleh Emha Ainun Nadjib. Dakwah tidak lagi dipahami sebagai aktivitas formal yang kaku, tetapi sebagai proses interaksi sosial yang dinamis, partisipatif, dan kontekstual. Model ini menjadi contoh konkret bagaimana dakwah dapat dikelola secara efektif melalui pendekatan komunitas.

4. Analisis Dakwah Berbasis Komunitas dalam Perspektif Manajemen Dakwah

Analisis manajemen dakwah terhadap praktik dakwah berbasis komunitas menunjukkan bahwa model yang dikembangkan dalam lingkungan Maiyah memiliki kesesuaian dengan prinsip-prinsip manajemen modern, khususnya dalam kerangka fungsi manajemen yang meliputi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengendalian (*controlling*). Pendekatan ini memungkinkan dakwah tidak hanya dipahami sebagai aktivitas normatif, tetapi juga sebagai proses yang terkelola secara sistematis dan adaptif terhadap dinamika masyarakat.

a. Perencanaan (*Planning*)

Dalam perspektif manajemen dakwah, perencanaan merupakan tahap awal yang menentukan arah dan tujuan kegiatan dakwah. Menurut George R. Terry, perencanaan adalah proses penentuan tujuan dan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapainya.²² Dalam konteks dakwah berbasis komunitas, perencanaan tidak selalu bersifat formal dan terstruktur, melainkan fleksibel dan kontekstual. Praktik dakwah dalam komunitas

²¹ Ahmad Fauzi, "Dakwah Komunitas Dalam Perspektif Sosial Keagamaan," *Jurnal Ilmu Dakwah* 16, no. 1 (2021).

²² George R. Terry, *Principles of Management* (Richard D. Irwin, 1972).

Maiyah menunjukkan bahwa tema dan materi dakwah berkembang secara dinamis berdasarkan kebutuhan dan realitas yang dihadapi jamaah. Hal ini menunjukkan adanya model perencanaan yang adaptif, di mana strategi dakwah disusun berdasarkan kondisi sosial yang berkembang.

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian dalam dakwah berbasis komunitas tidak mengikuti pola struktural yang kaku sebagaimana organisasi formal. Sebaliknya, komunitas Maiyah menunjukkan bentuk pengorganisasian yang berbasis jaringan sosial dan kebersamaan. Menurut Sondang P. Siagian, pengorganisasian adalah proses pengelompokan kegiatan dan penentuan hubungan kerja untuk mencapai tujuan tertentu.²³ Dalam praktiknya, Maiyah tidak memiliki struktur hierarkis yang dominan, tetapi lebih mengedepankan prinsip kesetaraan dan partisipasi. Hal ini memungkinkan terbentuknya hubungan yang lebih cair antara anggota komunitas, sehingga proses dakwah berlangsung secara alami dan tidak terikat oleh batasan struktural yang kaku.

c. Pelaksanaan (*Actuating*)

Pelaksanaan merupakan inti dari proses manajemen dakwah, yaitu bagaimana rencana yang telah disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Dalam dakwah berbasis komunitas, pelaksanaan dilakukan melalui pendekatan dialogis, partisipatif, dan kultural. Pendekatan ini sejalan dengan konsep engagement dalam komunikasi modern yang menekankan keterlibatan aktif audiens dalam proses penyampaian pesan.²⁴ Dalam praktik Maiyah, pelaksanaan dakwah tidak hanya berupa ceramah, tetapi juga diskusi terbuka, pertunjukan seni, dan refleksi bersama. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga transformatif karena melibatkan pengalaman langsung jamaah.

d. Pengendalian (*Controlling*)

Pengendalian dalam manajemen dakwah bertujuan untuk memastikan bahwa kegiatan dakwah berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Namun, dalam dakwah berbasis komunitas, fungsi pengendalian tidak dilakukan secara ketat dan formal,

²³ Sondang P. Siagian, *Fungsi-Fungsi Manajerial* (Bumi Aksara, 2005).

²⁴ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Marketing Management* (Pearson, 2016).

melainkan melalui mekanisme kesadaran kolektif. Menurut Robert Kreitner, pengendalian dapat dilakukan melalui pendekatan normatif yang menekankan nilai dan budaya organisasi.²⁵ Dalam konteks Maiyah, nilai-nilai kebersamaan, keterbukaan, dan spiritualitas menjadi mekanisme pengendali yang efektif tanpa perlu adanya kontrol struktural yang kaku. Hal ini menunjukkan bahwa pengendalian berbasis nilai lebih sesuai diterapkan dalam dakwah komunitas.

Secara keseluruhan, analisis ini menunjukkan bahwa dakwah berbasis komunitas dalam pemikiran Emha Ainun Nadjib memiliki kesesuaian dengan prinsip-prinsip manajemen dakwah modern, meskipun tidak selalu diwujudkan dalam bentuk yang formal dan struktural. Model ini justru menunjukkan bahwa fleksibilitas, partisipasi, dan pendekatan kultural dapat menjadi strategi yang efektif dalam mengelola dakwah di tengah masyarakat yang dinamis. Dengan demikian, dakwah berbasis komunitas tidak hanya relevan secara teoretis, tetapi juga memiliki nilai praktis yang tinggi dalam pengembangan strategi dakwah kontemporer.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa dakwah berbasis komunitas dalam pemikiran Emha Ainun Nadjib merupakan model dakwah yang menempatkan masyarakat sebagai subjek aktif dalam proses penyampaian dan pemaknaan ajaran Islam. Pendekatan ini memiliki karakter utama berupa partisipatif, dialogis, humanis, non-hierarkis, dan kultural, yang membedakannya dari model dakwah konvensional yang cenderung bersifat satu arah.

Secara praktis, konsep tersebut diwujudkan dalam Majelis Maiyah sebagai ruang interaksi sosial yang terbuka dan egaliter. Dalam komunitas ini, dakwah tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian ajaran agama, tetapi juga sebagai sarana pembentukan kesadaran kolektif melalui dialog dan pengalaman bersama. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah berbasis komunitas mampu menjawab kebutuhan masyarakat modern yang menuntut pendekatan yang lebih kontekstual dan inklusif.

Dalam perspektif manajemen dakwah, praktik dakwah berbasis komunitas menunjukkan kesesuaian dengan fungsi manajemen yang

²⁵ Robert Kreitner and Angelo Kinicki, *Organizational Behavior* (McGraw-Hill, 2014).

meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian. Meskipun tidak diwujudkan dalam bentuk struktur formal yang kaku, praktik tersebut tetap mencerminkan pengelolaan yang efektif melalui pendekatan fleksibel, berbasis nilai, dan partisipasi masyarakat. Model ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh perencanaan yang sistematis, tetapi juga oleh kemampuan dalam membangun hubungan sosial dan emosional dengan jamaah.

Dengan demikian, dakwah berbasis komunitas dalam pemikiran Emha Ainun Nadjib memiliki relevansi yang tinggi dalam konteks dakwah kontemporer. Model ini dapat dijadikan sebagai alternatif strategi dakwah yang lebih adaptif, inklusif, dan berorientasi pada pemberdayaan masyarakat, sehingga mampu menghadapi dinamika sosial yang semakin kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, 2006.
- Aziz, Moh. Ali. “Dakwah Humanis Dalam Perspektif Komunikasi Islam.” *Jurnal Dakwah* 21, no. 1 (2021).
- Fauzi, Ahmad. “Dakwah Komunitas Dalam Perspektif Sosial Keagamaan.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 16, no. 1 (2021).
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. Pearson, 2016.
- Kreitner, Robert, and Angelo Kinicki. *Organizational Behavior*. McGraw-Hill, 2014.
- Krippendorff, Klaus. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Sage Publications, 2013.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya, 2019.

- Muhtadi, Asep Saeful. “Pendekatan Partisipatif Dalam Dakwah Islam.” *Jurnal Ilmu Dakwah* 15, no. 2 (2019).
- Mukholik, Ayis. “Emha Ainun Nadjib Dan Reaktualisasi Dakwah Di Perkotaan.” *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam* 3, no. 1 (2025): 1.
- Munir, M. “Dakwah Kultural Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Komunikasi Islam* 9, no. 1 (2018).
- Nadjib, Emha Ainun. *Indonesia Bagian Dari Desa Saya*. Bentang, 2005.
- Nadjib, Emha Ainun. *Maiyah: Membangun Peradaban Dari Bawah*. Bentang, 2015.
- Nadjib, Emha Ainun. *Markesot Bertutur*. Bentang, 1994.
- Nadjib, Emha Ainun. *Silit Sang Kiai*. Bentang Pustaka, 2013.
- Nurjanah, Siti. “Komunitas Maiyah Sebagai Model Dakwah Kultural.” *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 4, no. 2 (2020).
- Rachman, Rio Febriannur. “Dakwah Interaktif Kultural Emha Ainun Nadjib.” *Jurnal Spektrum Komunikasi* 6, no. 2 (2018): 1.
- Siagian, Sondang P. *Fungsi-Fungsi Manajerial*. Bumi Aksara, 2005.
- Syah, Ahmad Maujuhan. “Nilai-Nilai Kebermaknaan Hidup Emha Ainun Nadjib.” *Jurnal Conseils* 2, no. 1 (2022): 1.
- Terry, George R. *Principles of Management*. Richard D. Irwin, 1972.
- Zaini, Ahmad. “Dakwah Berbasis Komunitas Sebagai Strategi Komunikasi Islam.” *Jurnal Komunikasi Islam* 10, no. 2 (2020).