

**MANAJEMEN DAKWAH HUMANIS PERSPEKTIF KH SHOLEH
BAHRUDDIN: ANALISIS KONSEPTUAL DALAM KONTEKS
MULTIKULTURAL**

Nela Cahya Anggraini¹, Ahmad Ega Nurul Ishaq², Abd Mukhit
Karomi³, Muhammad Rifky Maulana⁴, Anang Sholikhudin⁵
Universitas Yudharta Pasuruan

Alamat e-mail : ¹anggrainicahyanela@gmail.com,

²ahmadegan497@gmail.com, ³romimukhit363@gmail.com, -

⁴maulanarifky842@gmail.com, ⁵anangsholikhudin@yudharta.ac.id

ABSTRACT

This study examines the concept of humanistic da'wah management from the perspective of KH Sholeh Bahrudin within a multicultural context. The background of this research is rooted in the increasing challenges of intolerance and exclusivism in religious preaching, which require a more inclusive and humane approach. This study aims to analyze the conceptual construction, characteristics, and relevance of humanistic da'wah management in addressing multicultural societal dynamics. This research employs a qualitative approach with a conceptual and library-based method, focusing on the analysis of primary and secondary sources related to the thoughts and practices of KH Sholeh Bahrudin. The results indicate that humanistic da'wah management emphasizes values such as tolerance, inclusivity, dialogue, and respect for diversity, distinguishing it from conventional, normative approaches. Furthermore, its implementation proves relevant in fostering social harmony and mitigating potential conflicts in multicultural societies. In conclusion, the humanistic da'wah management model contributes significantly to the development of a moderate, inclusive, and context-sensitive paradigm of Islamic preaching in contemporary settings.

Keywords: *Humanistic Da'wah, Management, Multiculturalism, Tolerance, Inclusivity, Moderation*

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji konsep manajemen dakwah humanis dalam perspektif KH Sholeh Bahrudin dalam konteks masyarakat multikultural. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya tantangan intoleransi dan eksklusivisme dalam praktik dakwah yang menuntut pendekatan lebih inklusif dan manusiawi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konstruksi konseptual, karakteristik, serta relevansi manajemen dakwah humanis dalam merespons dinamika masyarakat multikultural. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode konseptual berbasis studi pustaka, melalui analisis sumber primer dan sekunder yang berkaitan dengan pemikiran dan praktik KH

Sholeh Bahrudin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen dakwah humanis menekankan nilai toleransi, inklusivitas, dialog, serta penghargaan terhadap keberagaman, yang membedakannya dari pendekatan dakwah konvensional yang cenderung normatif. Selain itu, implementasinya terbukti relevan dalam membangun harmoni sosial dan mereduksi potensi konflik di masyarakat multikultural. Kesimpulannya, model manajemen dakwah humanis memberikan kontribusi signifikan dalam pengembangan paradigma dakwah Islam yang moderat, inklusif, dan kontekstual di era kontemporer.

Kata Kunci: Dakwah Humanis, Manajemen, Multikultural, Toleransi, Inklusivitas, Moderasi

A. Pendahuluan

Dakwah Islam pada era kontemporer menghadapi tantangan yang semakin kompleks, terutama dalam konteks masyarakat multikultural yang ditandai dengan keberagaman agama, budaya, dan latar sosial. Fenomena meningkatnya intoleransi dan eksklusivisme dalam praktik dakwah menunjukkan adanya kecenderungan pendekatan yang kurang adaptif terhadap realitas sosial yang plural.² Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya dituntut menyampaikan nilai-nilai normatif, tetapi juga harus dikelola secara sistematis melalui pendekatan manajerial yang humanis, inklusif, dan dialogis.³ Oleh karena itu, diperlukan model manajemen

dakwah yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai kemanusiaan dengan strategi dakwah yang kontekstual.

Sejumlah penelitian terdahulu telah membahas tentang manajemen dakwah dan pendekatan humanis dalam Islam. Misalnya, studi tentang manajemen dakwah menekankan pentingnya fungsi perencanaan, pengorganisasian, dan evaluasi dalam meningkatkan efektivitas dakwah.⁴ Penelitian lain menunjukkan bahwa pendekatan dakwah yang inklusif dan toleran mampu mereduksi konflik sosial di masyarakat plural.⁵ Selain itu, kajian mengenai dakwah multikultural menegaskan bahwa pendekatan

² Azyumardi Azra, *Islam Nusantara: Jaringan Global dan Lokal* (Jakarta: Kencana, 2021).

³ Ahmad Zaini, "Manajemen Dakwah dalam Perspektif Kontemporer," *Jurnal Dakwah* Vol. 21, No. 2 (2020).

⁴ Munir & Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Prenada Media, 2020).

⁵ Robert W. Hefner, *Islam and the Politics of Multiculturalism: Indonesia and Beyond* (Honolulu: University of Hawai'i Press, 2021).

dialogis menjadi kunci dalam membangun harmoni antarumat beragama. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih bersifat umum dan belum secara spesifik mengkaji integrasi antara manajemen dakwah, pendekatan humanis, dan perspektif tokoh tertentu secara konseptual.⁶

Berdasarkan kajian tersebut, artikel ini menawarkan kebaruan ilmiah berupa analisis konseptual mengenai manajemen dakwah humanis dalam perspektif KH Sholeh Bahruddin yang belum banyak dikaji secara mendalam dalam konteks akademik. Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya mengkonstruksi konsep manajemen dakwah yang tidak hanya berbasis pada fungsi manajerial, tetapi juga berlandaskan nilai-nilai humanisme Islam yang relevan dengan masyarakat multikultural.⁷ Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengisi kekosongan literatur, tetapi juga memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan paradigma dakwah Islam yang moderat dan

inklusif.

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan penelitian ini meliputi: (1) bagaimana konstruksi konseptual dan karakteristik manajemen dakwah humanis dalam perspektif KH Sholeh Bahruddin serta perbedaannya dengan model dakwah konvensional; (2) bagaimana implementasi prinsip-prinsip manajemen dakwah humanis dalam konteks masyarakat multikultural; dan (3) sejauh mana relevansi dan kontribusi konsep tersebut dalam merespons problem intoleransi serta menguatkan paradigma dakwah Islam moderat di era kontemporer.

Adapun tujuan dari kajian ini adalah untuk menganalisis secara konseptual konstruksi dan karakteristik manajemen dakwah humanis dalam perspektif KH Sholeh Bahruddin, mengkaji implementasinya dalam masyarakat multikultural, serta mengevaluasi relevansi dan kontribusinya dalam pengembangan dakwah Islam yang inklusif, moderat, dan kontekstual.

⁶ Zuly Qodir, "Dakwah Multikultural dan Tantangan Toleransi Beragama di Indonesia," *Jurnal Komunikasi Islam* Vol. 10, No. 1 (2020).

⁷ Choirul Mahfud, "Islam Moderat dan Dakwah Humanis dalam Masyarakat Multikultural," *Jurnal Studi Islam* Vol. 15, No. 2 (2021).

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian library research (studi pustaka) yang bersifat konseptual-analitis. Pendekatan ini dipilih untuk mengkaji secara mendalam konstruksi pemikiran mengenai manajemen dakwah humanis dalam perspektif KH Sholeh Bahruddin serta relevansinya dalam konteks masyarakat multikultural.

Lokasi penelitian tidak bersifat lapangan, melainkan berbasis pada sumber-sumber kepustakaan yang diperoleh dari berbagai database ilmiah seperti Google Scholar, jurnal terindeks SINTA, serta buku-buku akademik yang relevan. Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer berupa karya, pemikiran, serta dokumentasi terkait KH Sholeh Bahruddin, baik dalam bentuk tulisan, ceramah, maupun hasil wawancara yang telah dipublikasikan. Sementara itu, data sekunder meliputi artikel jurnal, buku, dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan manajemen dakwah, dakwah humanis, dan masyarakat multikultural.

Teknik pengumpulan data dilakukan

melalui studi dokumentasi, yaitu dengan mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan mengkaji berbagai literatur yang relevan dengan fokus penelitian. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode analisis isi (content analysis) dan analisis konseptual, dengan cara menelaah makna, mengkonstruksi konsep, serta menghubungkan antar gagasan yang ditemukan dalam sumber data. Analisis dilakukan secara sistematis melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Untuk menjamin validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan berbagai referensi yang memiliki keterkaitan tema. Selain itu, digunakan pula pendekatan interpretatif untuk memahami konteks pemikiran dan praktik dakwah yang dikembangkan oleh KH Sholeh Bahruddin secara komprehensif.

Tolok ukur analisis dalam penelitian ini meliputi: (1) kejelasan konstruksi konseptual manajemen dakwah humanis, (2) konsistensi nilai-nilai humanisme dalam praktik dakwah, serta (3) relevansi konsep tersebut dalam menjawab tantangan masyarakat multikultural. Dengan

metode ini, penelitian diharapkan mampu menghasilkan analisis yang mendalam, sistematis, dan kontekstual terhadap pengembangan paradigma dakwah Islam yang inklusif dan moderat.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Konstruksi Konseptual dan Karakteristik Manajemen Dakwah Humanis

Temuan utama penelitian ini menunjukkan bahwa konstruksi konseptual manajemen dakwah humanis dalam perspektif KH Sholeh Bahruddin merupakan model integratif antara fungsi manajemen dakwah dan pendekatan komunikasi humanis. Secara struktural, model ini tetap mempertahankan fungsi klasik manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi), namun mengalami transformasi pada orientasi nilai yang berpusat pada kemanusiaan (human-centered approach).

Secara ilmiah, fenomena ini terjadi karena adanya ketidaksesuaian antara pendekatan dakwah normatif dengan kompleksitas masyarakat modern. Dalam kajian dakwah kontemporer, pendekatan yang hanya berorientasi pada penyampaian doktrin terbukti kurang efektif karena mengabaikan

dimensi psikologis dan sosial audiens.⁸ Hal ini diperkuat oleh penelitian yang menunjukkan bahwa dakwah yang cenderung keras dan konfrontatif justru memunculkan resistensi serta jarak sosial antara da'i dan mad'u.⁹

Dengan demikian, konstruksi konseptual dakwah humanis dapat dipahami sebagai bentuk adaptasi epistemologis, yaitu pergeseran dari dakwah berbasis teks menuju dakwah berbasis konteks. Pola ini menunjukkan bahwa variabel "efektivitas dakwah" tidak lagi ditentukan oleh kebenaran pesan semata, tetapi oleh cara pengelolaan komunikasi yang mempertimbangkan kondisi sosial audiens.¹⁰

Jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya, sebagian besar kajian hanya menempatkan manajemen dakwah sebagai aspek teknis organisasi. Namun, temuan dalam penelitian ini menunjukkan

⁸ Anja Kusuma Atmaja, "Merrespons Persoalan Kontemporer dengan Dakwah Inklusif sebagai Komunikasi Humanis," *Mawa'izh: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan* Vol. 11, No. 2 (2020).

⁹ Masluhah & Ahmad Hafid, "Regenerasi Dakwah Humanis di Era Cyber Religion," *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* Vol. 20, No. 2 (2021).

¹⁰ Mubarak Ahmadi & Tri Tami Gunarti, "Pola Komunikasi Dakwah Inklusif untuk Masyarakat Multikultural," *Miyah: Jurnal Studi Islam* Vol. 20, No. 2 (2023).

bahwa dalam perspektif KH Sholeh Bahrudin, manajemen dakwah justru menjadi alat transformasi nilai, bukan sekadar alat pengelolaan kegiatan.

a. Karakteristik Manajemen Dakwah Humanis

Hasil analisis menunjukkan bahwa karakteristik utama manajemen dakwah humanis meliputi: inklusivitas, dialogis, kontekstualitas, dan transformatif. Karakter inklusif terlihat dari keterbukaan terhadap perbedaan tanpa mengedepankan eksklusivitas kebenaran. Secara ilmiah, karakter ini muncul sebagai respons terhadap struktur masyarakat multikultural yang menuntut interaksi berbasis toleransi.¹¹

Karakter dialogis menunjukkan adanya perubahan pola komunikasi dari satu arah menjadi dua arah. Dalam perspektif komunikasi, pendekatan dialogis terbukti lebih efektif karena memungkinkan terjadinya feedback loop, sehingga pesan dakwah mengalami proses internalisasi yang lebih kuat.¹² Hal ini

menjelaskan mengapa tren dakwah modern, termasuk di media sosial, cenderung bergeser ke arah komunikasi partisipatif yang melibatkan audiens secara aktif.

Sementara itu, karakter kontekstual menunjukkan bahwa dakwah tidak lagi bersifat universal dalam metode, tetapi adaptif terhadap kondisi lokal. Penelitian tentang dakwah inklusif menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang mempertimbangkan keragaman budaya dan bahasa mampu meningkatkan penerimaan pesan dakwah secara signifikan.¹³

Adapun karakter transformatif menegaskan bahwa dakwah tidak hanya berorientasi pada perubahan individu, tetapi juga perubahan sosial. Secara teoritis, hal ini sejalan dengan fungsi dakwah sebagai agen perubahan sosial (social change agent), di mana dakwah berperan dalam membentuk harmoni dan kohesi sosial.¹⁴ Dibandingkan dengan penelitian lain, temuan ini memperkuat hasil studi sebelumnya tentang

¹¹ Bukhari & Mistarija, "Revitalisasi Dakwah Humanis dalam Menghadapi Era Globalisasi," *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam* Vol. 14, No. 1 (2020).

¹² Desnas Artanti & Aris Saefullah, "Resepsi Audiens terhadap Dakwah Humanis di

Instagram," *Hujjah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam* Vol. 9, No. 2 (2024).

¹³ Mubarak Ahmadi & Tri Tami Gunarti, "Pola Komunikasi Dakwah Inklusif...", (2023).

¹⁴ Rahmat Husein Ansyah & Hajar Almasuddini, "Strategic Capacity Building di Organisasi Dakwah," *Jurnal Manajemen Dakwah* Vol. 7, No. 1 (2021).

dakwah humanis, namun memberikan tambahan pada aspek integrasi karakteristik tersebut dalam kerangka manajemen, bukan hanya pada aspek komunikasi.

b. Perbedaan Manajemen Dakwah Humanis dan Dakwah Konvensional

Temuan ilmiah berikutnya menunjukkan adanya perbedaan signifikan antara manajemen dakwah humanis dan model dakwah konvensional. Dakwah konvensional cenderung bersifat tekstual, monologis, dan normatif, di mana keberhasilan dakwah diukur dari sejauh mana pesan tersampaikan, bukan dari dampak sosialnya.

Sebaliknya, manajemen dakwah humanis bersifat kontekstual, dialogis, dan partisipatif, dengan indikator keberhasilan berupa perubahan sikap dan terciptanya harmoni sosial. Secara ilmiah, perbedaan ini dapat dijelaskan melalui teori komunikasi modern yang menyatakan bahwa komunikasi satu arah memiliki tingkat efektivitas yang lebih rendah dalam masyarakat kompleks dibandingkan komunikasi interaktif.¹⁵

Fenomena pergeseran ini juga didukung oleh perkembangan dakwah di era digital, di mana audiens tidak lagi bersifat pasif, melainkan aktif dalam menafsirkan dan merespons pesan. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa dakwah humanis di media sosial menghasilkan respons audiens yang lebih reflektif, partisipatif, dan empatik.¹⁶ Dengan demikian, tren perubahan dari dakwah konvensional ke dakwah humanis dapat dijelaskan sebagai konsekuensi logis dari perubahan struktur masyarakat dan media komunikasi. Artinya, variabel perubahan sosial dan teknologi berperan sebagai faktor determinan dalam transformasi paradigma dakwah.

2. Implementasi Manajemen Dakwah Humanis dalam Masyarakat Multikultural

a. Implementasi Prinsip Inklusivitas

Temuan penelitian menunjukkan bahwa implementasi prinsip inklusivitas dalam manajemen dakwah humanis dilakukan melalui pembentukan pola interaksi yang terbuka terhadap keberagaman identitas

¹⁵ Masluhah & Hafid, "Regenerasi Dakwah Humanis...", (2021)

¹⁶ Desnas Artanti & Aris Saefullah, "Resepsi Audiens terhadap Dakwah Humanis...", (2024)

sosial, budaya, dan keagamaan. Dalam perspektif KH Sholeh Bahruddin, inklusivitas tidak berhenti pada toleransi normatif, tetapi diwujudkan dalam strategi dakwah yang secara aktif membangun relasi sosial lintas kelompok.¹⁷

Secara ilmiah, hal ini terjadi karena masyarakat multikultural memiliki karakter heterogen yang rentan terhadap konflik identitas. Pendekatan eksklusif yang menekankan klaim kebenaran tunggal terbukti memicu resistensi sosial, sedangkan pendekatan inklusif mampu menciptakan ruang interaksi yang lebih harmonis. Penelitian menunjukkan bahwa dakwah inklusif berbasis komunikasi humanis mampu meredam ketegangan sosial dengan menempatkan nilai kemanusiaan sebagai titik temu antar kelompok.

Selain itu, tren global menunjukkan bahwa dakwah di era modern bergerak ke arah inklusivitas sebagai bentuk adaptasi terhadap pluralitas sosial. Hal ini terlihat dari berkembangnya model dakwah

lintas budaya yang menekankan sensitivitas terhadap perbedaan sebagai bagian dari strategi komunikasi.¹⁸

Dengan demikian, implementasi inklusivitas dalam manajemen dakwah humanis tidak hanya bersifat normatif, tetapi merupakan kebutuhan struktural dalam menjaga stabilitas sosial masyarakat multikultural.

b. Implementasi Prinsip Dialogis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip dialogis diimplementasikan melalui perubahan pola komunikasi dakwah dari monologis menjadi partisipatif. Dakwah tidak lagi diposisikan sebagai transfer pengetahuan satu arah, melainkan sebagai proses interaksi yang melibatkan audiens secara aktif dalam membangun pemahaman keagamaan.

Secara saintifik, efektivitas pendekatan dialogis dapat dijelaskan melalui teori komunikasi partisipatif, di mana keterlibatan audiens dalam proses komunikasi meningkatkan tingkat penerimaan pesan. Dalam konteks dakwah, hal

¹⁷ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2021), 215–220.

¹⁸ Zuly Qodir, “Dakwah Inklusif dalam Masyarakat Multikultural,” *Jurnal Dakwah* Vol. 21, No. 2 (2020): 189–204.

ini menyebabkan pesan keagamaan tidak hanya dipahami secara kognitif, tetapi juga diinternalisasi secara emosional dan sosial.¹⁹

Fenomena ini juga menunjukkan adanya perubahan tren komunikasi dakwah di era digital. Media sosial dan platform digital memungkinkan terjadinya interaksi langsung antara da'i dan mad'u, sehingga memperkuat model komunikasi dialogis. Penelitian menunjukkan bahwa dakwah berbasis interaksi digital yang humanis lebih efektif dalam membangun kedekatan emosional dan meningkatkan kepercayaan audiens.²⁰

Dibandingkan dengan dakwah konvensional, implementasi prinsip dialogis ini memiliki keunggulan dalam mengurangi resistensi dan meningkatkan legitimasi sosial dakwah, karena audiens merasa dilibatkan dalam proses komunikasi.

c. Implementasi Prinsip Kontekstual

Temuan penelitian menunjukkan

bahwa prinsip kontekstual diimplementasikan melalui penyesuaian strategi dakwah dengan kondisi sosial, budaya, dan kebutuhan masyarakat. Dalam konteks ini, materi dakwah tidak disampaikan secara universal, tetapi disesuaikan dengan realitas lokal yang dihadapi audiens.

Secara ilmiah, pendekatan ini merupakan bentuk adaptasi terhadap kompleksitas masyarakat multikultural. Dalam kajian komunikasi dakwah, keberhasilan penyampaian pesan sangat dipengaruhi oleh kesesuaian antara pesan dan konteks sosial penerima. Dakwah yang tidak mempertimbangkan konteks cenderung mengalami kegagalan karena tidak relevan dengan pengalaman sosial audiens.²¹

Penelitian lain menunjukkan bahwa transformasi pesan dakwah yang kontekstual mampu meningkatkan mobilitas sosial dan memperkuat integrasi masyarakat. Hal ini terjadi karena pesan dakwah tidak hanya dipahami sebagai doktrin, tetapi sebagai solusi terhadap problem sosial

¹⁹ Ahmad Muttaqin, "Pluralisme dan Tantangan Dakwah di Indonesia," *Jurnal Sosiologi Agama* Vol. 15, No. 2 (2021): 133–148.

²⁰ Asep Muhyidin, "Model Komunikasi Dakwah Dialogis," *Jurnal Komunikasi Islam* Vol. 11, No. 2 (2021): 167–182.

²¹ Enjang AS, *Komunikasi Dakwah* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2020), 98–105.

yang dihadapi masyarakat.²²

Dengan demikian, implementasi prinsip kontekstual dalam manajemen dakwah humanis menunjukkan bahwa efektivitas dakwah sangat bergantung pada kemampuan adaptasi terhadap dinamika sosial.²³

d. Implementasi Prinsip Transformatif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip transformatif diimplementasikan melalui orientasi dakwah yang tidak hanya berfokus pada perubahan individu, tetapi juga pada perubahan sosial yang lebih luas. Dakwah diarahkan untuk membangun kesadaran kolektif, memperkuat nilai kemanusiaan, serta menciptakan harmoni sosial dalam masyarakat multikultural.

Secara saintifik, hal ini dapat dijelaskan melalui konsep dakwah sebagai agen perubahan sosial. Dakwah humanis berfungsi sebagai mekanisme internalisasi nilai yang mendorong perubahan perilaku individu sekaligus struktur

sosial. Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian ajaran, tetapi juga sebagai instrumen transformasi sosial.

Fenomena ini menunjukkan adanya tren pergeseran dakwah dari orientasi ritual menuju orientasi sosial. Penelitian menunjukkan bahwa dakwah yang menekankan nilai humanisme dan rahmatan lil 'alamin lebih efektif dalam membangun kohesi sosial dibandingkan dakwah yang bersifat normatif semata.²⁴

Dengan demikian, implementasi prinsip transformatif memperkuat posisi dakwah humanis sebagai model dakwah yang tidak hanya relevan secara teologis, tetapi juga memiliki dampak nyata dalam kehidupan sosial.

3. Relevansi dan Kontribusi Manajemen Dakwah Humanis dalam Merespons Intoleransi dan Memperkuat Dakwah Moderat

a. Relevansi Konsep Manajemen Dakwah Humanis dalam Merespons Intoleransi

Temuan analisis menunjukkan

²² Ahmad Sarbini, "Transformasi Dakwah di Era Digital," *Jurnal Ilmu Dakwah* Vol. 42, No. 1 (2022): 45–60.

²³ Ujang Saefullah, "Pendekatan Dialogis dalam Dakwah Islam," *Jurnal Tabligh* Vol. 22, No. 1 (2021): 77–90.

²⁴ Acep Aripudin, *Pengembangan Metode Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2021), 156–162.

bahwa konsep manajemen dakwah humanis dalam perspektif KH Sholeh Bahruddin memiliki relevansi yang sangat kuat dalam merespons problem intoleransi di era kontemporer. Intoleransi yang berkembang dalam masyarakat modern umumnya dipicu oleh pola pemahaman keagamaan yang eksklusif, tekstual, dan kurang mempertimbangkan realitas sosial yang plural. Dalam konteks ini, pendekatan dakwah humanis hadir sebagai alternatif paradigma yang lebih adaptif dan solutif.²⁵

Secara konseptual, relevansi tersebut terletak pada orientasi nilai yang menempatkan kemanusiaan sebagai basis utama dalam aktivitas dakwah. Prinsip inklusivitas yang menjadi karakter utama dakwah humanis mampu mereduksi kecenderungan klaim kebenaran tunggal yang sering kali menjadi sumber konflik sosial. Dengan membuka ruang dialog dan pengakuan terhadap perbedaan, dakwah tidak lagi menjadi alat legitimasi eksklusivisme,

melainkan menjadi sarana membangun kohesi sosial.²⁶

Selain itu, pendekatan dialogis dalam manajemen dakwah humanis juga memiliki relevansi signifikan dalam meredam intoleransi. Pola komunikasi dua arah memungkinkan terjadinya pertukaran pemahaman yang lebih konstruktif antara da'i dan mad'u. Hal ini berbeda dengan pendekatan monologis yang cenderung menutup ruang kritik dan justru memicu resistensi. Dalam masyarakat digital saat ini, pendekatan dialogis menjadi semakin penting karena audiens memiliki peran aktif dalam menafsirkan dan merespons pesan dakwah.²⁷

Lebih lanjut, relevansi dakwah humanis juga terlihat pada aspek kontekstualitasnya. Dakwah yang disesuaikan dengan kondisi sosial, budaya, dan psikologis masyarakat terbukti lebih efektif dalam menyampaikan nilai-nilai Islam yang rahmatan lil 'alamin.²⁸

²⁵ Azyumardi Azra, *Islam Nusantara: Jaringan Global dan Lokal* (Jakarta: Kencana, 2021); Ahmad Muttaqin, "Pluralisme dan Tantangan Dakwah di Indonesia," *Jurnal Sosiologi Agama* Vol. 15, No. 2 (2021).

²⁶ Ahmad Muttaqin, 'Pluralisme Dan Tantangan Dakwah Di Indonesia', *Jurnal Sosiologi Agama*, 15.2 (2021).

²⁷ Zuly Qodir, 'Dakwah Multikultural Dan Tantangan Toleransi Beragama Di Indonesia', *Jurnal Komunikasi Islam*, 10.1 (2020).

²⁸ Choirul Mahfud, 'Islam Moderat Dan Dakwah Humanis Dalam Masyarakat Multikultural',

Dengan demikian, konsep ini mampu menjawab tantangan intoleransi tidak hanya pada level wacana, tetapi juga pada praktik sosial yang nyata.

b. Kontribusi dalam Menguatkan Paradigma Dakwah Islam Moderat

Konsep manajemen dakwah humanis juga memberikan kontribusi yang signifikan dalam penguatan paradigma dakwah Islam moderat di era kontemporer. Dakwah moderat pada dasarnya menekankan keseimbangan (tawassuth), toleransi (tasamuh), dan keadilan (i'tidal), yang semuanya selaras dengan nilai-nilai dalam dakwah humanis.²⁹

Kontribusi pertama terlihat pada transformasi orientasi dakwah dari sekadar penyampaian doktrin menuju pembentukan kesadaran sosial yang inklusif. Dalam hal ini, dakwah humanis tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian ajaran, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan karakter masyarakat yang terbuka dan toleran. Hal ini memperkuat

posisi dakwah sebagai agen perubahan sosial yang berorientasi pada harmoni, bukan konflik.³⁰

Kontribusi kedua terletak pada penguatan legitimasi sosial dakwah Islam. Pendekatan yang humanis, dialogis, dan partisipatif membuat dakwah lebih mudah diterima oleh berbagai lapisan masyarakat, termasuk kelompok yang berbeda latar belakang agama maupun budaya. Dengan demikian, dakwah Islam tidak lagi dipersepsikan sebagai eksklusif, melainkan sebagai ajaran yang universal dan relevan bagi seluruh umat manusia.³¹

Selanjutnya, kontribusi lainnya adalah dalam menghadirkan model dakwah yang kontekstual dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Di tengah arus globalisasi dan digitalisasi, dakwah humanis mampu menjembatani antara nilai-nilai normatif Islam dengan kebutuhan masyarakat modern.³² Hal ini menjadikan dakwah lebih dinamis dan responsif terhadap

Jurnal Studi Islam, 15.2 (2021).

²⁹ Choirul Mahfud, 'Islam Moderat Dan Dakwah Humanis Dalam Masyarakat Multikultural', *Jurnal Studi Islam*, 15.2 (2021).

³⁰ Choirul Mahfud, 'Islam Moderat Dan Dakwah Humanis Dalam Masyarakat Multikultural', *Jurnal Studi Islam*, 15.2 (2021).

³¹ Ahmad Sarbini, 'Transformasi Dakwah Di Era Digital', *Jurnal Ilmu Dakwah*, 42.1 (2022).

³² Ahmad Sarbini, 'Transformasi Dakwah Di Era Digital', *Jurnal Ilmu Dakwah*, 42.1 (2022).

perubahan sosial, sehingga tetap memiliki daya tarik dan relevansi.

c. Implikasi Teoretis dan Praktis

Secara teoretis, konsep manajemen dakwah humanis memperkaya khazanah keilmuan dakwah dengan menghadirkan integrasi antara fungsi manajerial dan nilai-nilai humanisme Islam. Konsep ini menunjukkan bahwa efektivitas dakwah tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis, tetapi juga oleh pendekatan nilai yang digunakan dalam pengelolaannya.³³

Sementara itu, secara praktis, konsep ini memberikan pedoman strategis bagi para da'i dan lembaga dakwah dalam merancang dan melaksanakan kegiatan dakwah yang lebih inklusif dan kontekstual. Pendekatan ini dapat diimplementasikan dalam berbagai media, baik secara langsung maupun melalui platform digital, guna menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.³⁴

Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa manajemen dakwah humanis dalam perspektif KH Sholeh Bahrudin tidak hanya relevan dalam merespons problem intoleransi, tetapi juga memiliki kontribusi nyata dalam membangun paradigma dakwah Islam yang moderat, inklusif, dan berorientasi pada kemaslahatan sosial di era kontemporer.

Kesimpulan

Kesimpulan menggambarkan jawaban dari hipotesis dan/atau tujuan penelitian atau temuan ilmiah yang diperoleh. Kesimpulan bukan berisi perulangan dari hasil dan pembahasan, tetapi lebih kepada ringkasan hasil temuan seperti yang diharapkan di tujuan atau hipotesis. Bila perlu, di bagian akhir kesimpulan dapat juga dituliskan hal-hal yang akans dilakukan terkait dengan gagasan selanjutnya dari penelitian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, M., & Gunarti, T. T. (2023). Pola komunikasi dakwah inklusif untuk masyarakat multikultural. *Miyah: Jurnal Studi Islam*, 20(2).
- Ansyah, R. H., & Almasuddini, H. (2021). Strategic capacity building di organisasi dakwah. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 7(1).
- Aripudin, A. (2021). *Pengembangan metode dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Artanti, D., & Saefullah, A. (2024). *Resepsi*

³³ Ahmad Sarbini, 'Transformasi Dakwah Di Era Digital', *Jurnal Ilmu Dakwah*, 42.1 (2022).

³⁴ Ahmad Sarbini, 'Transformasi Dakwah Di Era Digital', *Jurnal Ilmu Dakwah*, 42.1 (2022).

- audiens terhadap dakwah humanis di Instagram. *Hujjah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 9(2).
- AS, E. (2020). *Komunikasi dakwah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Atmaja, A. K. (2020). Merespons persoalan kontemporer dengan dakwah inklusif sebagai komunikasi humanis. *Mawa'izh: Jurnal Dakwah dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 11(2).
- Aziz, M. A. (2021). *Ilmu dakwah*. Jakarta: Kencana.
- Azra, A. (2021). *Islam Nusantara: Jaringan global dan lokal*. Jakarta: Kencana.
- Bukhari, & Mistarija. (2020). Revitalisasi dakwah humanis dalam menghadapi era globalisasi. *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam*, 14(1).
- Hefner, R. W. (2021). *Islam and the politics of multiculturalism: Indonesia and beyond*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- Mahfud, C. (2021). Islam moderat dan dakwah humanis dalam masyarakat multikultural. *Jurnal Studi Islam*, 15(2).
- Masluhah, & Hafid, A. (2021). Regenerasi dakwah humanis di era cyber religion. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(2).
- Muhyidin, A. (2021). Model komunikasi dakwah dialogis. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 167–182.
- Munir, M., & Ilaihi, W. (2020). *Manajemen dakwah*. Jakarta: Prenada Media.
- Muttaqin, A. (2021). Pluralisme dan tantangan dakwah di Indonesia. *Jurnal Sosiologi Agama*, 15(2), 133–148.
- Qodir, Z. (2020). Dakwah multikultural dan tantangan toleransi beragama di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(1).
- Qodir, Z. (2020). Dakwah inklusif dalam masyarakat multikultural. *Jurnal Dakwah*, 21(2), 189–204.
- Saefullah, U. (2021). Pendekatan dialogis dalam dakwah Islam. *Jurnal Tabligh*, 22(1), 77–90.
- Sarbini, A. (2022). Transformasi dakwah di era digital. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 42(1), 45–60.
- Zaini, A. (2020). Manajemen dakwah dalam perspektif kontemporer. *Jurnal Dakwah*, 21(2).
- Artanti, Desnas, and Aris Saefullah, 'Resepsi Audiens Terhadap Dakwah Humanis Di Instagram', *Hujjah*, 9 (2024)
- Atmaja, Anja Kusuma, 'Dakwah Inklusif Sebagai Komunikasi Humanis', *Mawa'izh*, 11 (2020)
- Aziz, Moh. Ali, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2021)
- Bukhari, and Mistarija, 'Revitalisasi Dakwah Humanis Dalam Menghadapi Era Globalisasi', *Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 14 (2020)
- Mahfud, Choirul, 'Islam Moderat Dan Dakwah Humanis Dalam Masyarakat Multikultural', *Jurnal Studi Islam*, 15 (2021)
- Muhyidin, Asep, 'Model Komunikasi Dakwah Dialogis', *Jurnal Komunikasi Islam*, 11 (2021)
- Muttaqin, Ahmad, 'Pluralisme Dan Tantangan Dakwah Di Indonesia', *Jurnal Sosiologi Agama*, 15 (2021)
- Qodir, Zuly, 'Dakwah Multikultural Dan Tantangan Toleransi Beragama Di Indonesia', *Jurnal Komunikasi Islam*, 10 (2020)
- Sarbini, Ahmad, 'Transformasi Dakwah Di Era Digital', *Jurnal Ilmu Dakwah*, 42 (2022)