DAKWAH DIGITAL DALAM PENGUATAN KAPASITAS SOSIAL KOMUNITAS MUSLIM (PROGRAM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT BERBASIS SERVICE-LEARNING DI MASJID AGUNG ANAS MAHFUD, LUMAJANG)

Achmad Arifulin Nuha[1], Alhimni Fahma[2], Harry Purwanto[3]

Universitas Islam Syarifuddin Lumajang
Universitas Islam Syarifuddin Lumajang
Universitas Islam Syarifuddin Lumajang

Email: a.arifulinnuha@gmail.com , alhimnifahma@gmail.com, purwa4@gmail.com

ABSTRACT

The development of digital media provides new opportunities for mosques to perform da'wah while simultaneously strengthening community empowerment. Mosques are no longer merely places of worship, but also function as centers of social communication and capacity building for Muslim communities through digital platforms. This article aims to describe and analyze a Service Learning–based community engagement program focused on strengthening digital da'wah at the Anas Mahfud Grand Mosque in Lumajang, Indonesia. The program employed a participatory approach through mentoring in digital da'wah management, capacity building for mosque administrators and volunteer media teams, development of contextual digital content, and optimization of social media platforms as tools for congregational communication and empowerment. Data were collected through participant observation, interviews, documentation, and qualitative evaluation of congregational responses and participation in digital spaces. The results indicate that strengthening digital da'wah contributed to a significant increase in congregational participation, expansion of community social networks, and reinforcement of the mosque's role as a center for community empowerment. Within one month, Facebook followers increased from approximately 2,000 to over 5,000, while YouTube subscribers rose from around 100 to 821. These findings confirm that mosque-based digital da'wah is an effective community engagement strategy for strengthening the social capacity of Muslim communities in the digital era.

Keywords: digital da'wah; community engagement; social capacity; Muslim community; mosque

ABSTRAK

Perkembangan media digital membuka peluang baru bagi masjid untuk menjalankan fungsi dakwah sekaligus pemberdayaan masyarakat. Masjid tidak lagi berperan semata sebagai ruang ibadah, tetapi juga sebagai pusat komunikasi sosial dan penguatan kapasitas komunitas Muslim melalui pemanfaatan media digital. Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis kegiatan pengabdian kepada masyarakat berbasis Service Learning dalam penguatan dakwah digital di Masjid Agung Anas Mahfud,

Kabupaten Lumajang. Kegiatan pengabdian dilaksanakan secara partisipatif melalui pendampingan pengelolaan dakwah digital, meliputi penguatan kapasitas pengurus dan relawan media, pengembangan konten dakwah digital yang kontekstual, serta optimalisasi platform media sosial sebagai sarana komunikasi dan pemberdayaan jamaah. Metode yang digunakan mencakup observasi partisipatif, wawancara, dokumentasi, serta evaluasi respons dan partisipasi jamaah di ruang digital. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa penguatan dakwah digital berkontribusi pada peningkatan signifikan partisipasi jamaah, perluasan jejaring sosial komunitas, dan penguatan peran masjid sebagai pusat pemberdayaan umat. Dalam kurun waktu satu bulan, jumlah pengikut Facebook meningkat dari sekitar 2.000 menjadi lebih dari 5.000, sementara subscribers YouTube meningkat dari sekitar 100 menjadi 821. Temuan ini menegaskan bahwa dakwah digital berbasis masjid merupakan strategi pengabdian masyarakat yang efektif dalam penguatan kapasitas sosial komunitas

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang fundamental dalam pola komunikasi keagamaan masyarakat Muslim, yang dalam literatur komunikasi agama dipahami sebagai bagian dari transformasi ruang publik religius di era jaringan (Campbell & Tsuria, 2022; Hjarvard, 2021). Media digital tidak lagi berfungsi semata sebagai sarana penyebaran informasi keagamaan, melainkan telah membentuk ruang publik baru yang memengaruhi cara umat berinteraksi, menafsirkan ajaran agama, serta membangun identitas dan solidaritas sosial. Dalam ruang publik digital, praktik keagamaan tidak hanya berlangsung secara satu arah, tetapi berkembang menjadi proses komunikasi yang lebih terbuka, partisipatif, dan lintas batas geografis maupun sosial. Media digital membentuk apa yang oleh Campbell (2013) disebut sebagai *networked religion,* yaitu praktik keagamaan yang bersifat konvergen, interaktif, dan terhubung lintas batas komunitas. Fenomena ini juga dapat dipahami dalam kerangka transformasi ruang publik modern sebagaimana dirumuskan oleh Habermas (1989), di mana media menjadi arena pembentukan wacana dan legitimasi sosial.

Dalam kajian komunikasi agama, perubahan tersebut dipahami sebagai bagian dari proses *digital religion* atau *mediatization of religion*, yaitu kondisi ketika praktik dan wacana keagamaan semakin dipengaruhi oleh logika media dan teknologi digital (Campbell & Tsuria, 2022). Dakwah yang sebelumnya bertumpu pada ruang-ruang fisik seperti mimbar masjid, majelis taklim, dan pengajian tatap mukakini berkembang ke ruang digital melalui media sosial, platform berbagi video, dan aplikasi pesan instan. Transformasi ini memungkinkan pesan-pesan keagamaan menjangkau audiens yang lebih luas dan lintas generasi, sekaligus membuka ruang interaksi yang lebih cair antara da'i, institusi keagamaan, dan jamaah. Namun demikian, transformasi digital juga menghadirkan tantangan baru, terutama terkait fragmentasi otoritas keagamaan, etika komunikasi dakwah, serta kualitas partisipasi umat di ruang digital. Fragmentasi otoritas keagamaan di ruang digital telah banyak dibahas dalam studi tentang *cyber-Islam* dan digital Islamic authority yang menunjukkan pergeseran legitimasi dari institusi formal ke figur berbasis media (Bunt, 2018; Hoover, 2016). Dalam perspektif sosiologi agama dan modal sosial, masjid dapat dipahami sebagai infrastruktur sosial berbasis kepercayaan yang membangun bonding dan bridging social capital dalam komunitas Muslim (Putnam, 2000; Hefner, 2011).

Dalam konteks tersebut, masjid sebagai institusi sosial-keagamaan memiliki posisi yang sangat strategis. Secara historis, masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat pendidikan, pembinaan moral, solidaritas sosial, dan pemberdayaan masyarakat Muslim. Berbagai studi menegaskan bahwa masjid berperan penting dalam membangun kohesi sosial, memperkuat jejaring komunitas, serta menjadi ruang artikulasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari (Khan & Karim, 2021; Wahid & Fauzi, 2023). Peran sosial masjid ini menjadikannya aktor kunci dalam penguatan kapasitas sosial komunitas Muslim, terutama di masyarakat yang memiliki ikatan keagamaan dan kultural yang kuat.

Namun, di tengah arus digitalisasi yang semakin intensif, banyak masjid masih menghadapi keterbatasan dalam memanfaatkan media digital secara optimal. Dakwah digital kerap dipahami secara sempit sebagai aktivitas penyiaran ceramah atau kegiatan ritual melalui siaran langsung, tanpa dirancang sebagai strategi komunikasi sosial yang terencana dan berorientasi pada pemberdayaan jamaah. Akibatnya, potensi media digital sebagai sarana untuk memperkuat partisipasi, solidaritas, dan kapasitas sosial komunitas masjid belum sepenuhnya terealisasi. Transformasi ini juga selaras dengan karakter masyarakat jejaring (network society) yang ditandai oleh relasi sosial berbasis teknologi informasi (Castells, 2010). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pesatnya perkembangan teknologi digital dan kesiapan institusi masjid dalam mengintegrasikan dakwah digital ke dalam fungsi sosial-keagamaannya.

Kesenjangan tersebut tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga konseptual. Dakwah digital sering diposisikan sebagai aktivitas tambahan atau pelengkap, bukan sebagai bagian integral dari strategi kelembagaan masjid. Padahal, dalam perspektif komunikasi sosial, dakwah digital memiliki potensi untuk menjadi medium penghubung antara nilai-nilai keagamaan dan kebutuhan sosial jamaah, terutama ketika dikembangkan secara kontekstual dan berbasis realitas komunitas. Tanpa kerangka konseptual dan perencanaan yang memadai, dakwah digital berisiko kehilangan orientasi sosialnya dan terjebak pada pola komunikasi satu arah yang kurang partisipatif.

Kondisi tersebut juga ditemukan di Masjid Agung Anas Mahfud, Kabupaten Lumajang. Sebagai masjid agung dengan basis jamaah yang besar dan legitimasi kelembagaan yang kuat, Masjid Agung Anas Mahfud memiliki potensi besar untuk berperan sebagai pusat komunikasi dan pemberdayaan komunitas Muslim, baik secara luring maupun daring. Studi tentang dakwah digital di Indonesia menunjukkan bahwa media sosial menjadi arena kontestasi otoritas dan moderasi keagamaan (Nisa, 2018; Iswanto, 2020). Masjid ini telah memulai pemanfaatan media digital untuk mendukung kegiatan dakwah dan sosial, seperti penyiaran pengajian, ceramah, dan informasi kegiatan masjid melalui berbagai platform media sosial. Namun demikian, pengelolaan dakwah digital masih menghadapi sejumlah tantangan, antara lain keterbatasan literasi digital pengelola, belum tersusunnya perencanaan konten yang sistematis, serta minimnya integrasi antara pesan dakwah dan kebutuhan sosial jamaah.

Kondisi ini menegaskan perlunya intervensi yang tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis penggunaan media digital, tetapi juga pada penguatan kapasitas sosial dan kelembagaan masjid dalam mengelola dakwah digital secara berkelanjutan. Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, penguatan dakwah digital tidak cukup dilakukan melalui pelatihan teknis semata, melainkan memerlukan pendekatan yang mampu mengintegrasikan pembelajaran

akademik, pelayanan sosial, dan refleksi kritis agar menghasilkan perubahan yang bersifat struktural dan berkelanjutan.

Pendekatan *Service Learning* dipandang relevan dalam konteks ini karena menempatkan masyarakat sebagai mitra aktif dalam proses pengabdian, sekaligus menghubungkan pengetahuan akademik dengan praktik sosial nyata di tingkat komunitas (Bringle & Clayton, 2020). Pendekatan ini juga berakar pada teori experiential learning yang menekankan integrasi pengalaman konkret dan refleksi kritis dalam pembelajaran (Kolb, 2015). Melalui *Service Learning*, mahasiswa dan dosen tidak hanya mentransfer pengetahuan kepada masyarakat, tetapi juga belajar dari pengalaman sosial yang dihadapi komunitas masjid. Pendekatan ini memungkinkan terjadinya proses pemberdayaan yang partisipatif, sekaligus menghasilkan pembelajaran reflektif bagi sivitas akademika.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa *Service Learning* efektif dalam meningkatkan kapasitas komunitas sekaligus menghasilkan pembelajaran bermakna bagi mahasiswa (Salam et al., 2022). Dalam konteks dakwah digital berbasis masjid, pendekatan ini memberikan kerangka kerja untuk mengintegrasikan kompetensi komunikasi Islam, keterampilan media digital, dan nilai-nilai etika dakwah ke dalam praktik nyata. Dengan demikian, dakwah digital dapat dikembangkan tidak hanya sebagai aktivitas media, tetapi sebagai proses sosial yang mendorong partisipasi jamaah, memperkuat jejaring komunitas, dan meningkatkan ketahanan sosial.

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini disusun untuk menjawab kesenjangan antara pesatnya perkembangan dakwah digital dan keterbatasan kapasitas institusi masjid dalam memanfaatkannya secara strategis. Permasalahan utama yang dibahas dalam artikel ini meliputi: (1) bagaimana proses penguatan kapasitas pengelola dakwah digital masjid melalui pendekatan *Service Learning*; (2) bagaimana pengembangan konten dakwah digital yang kontekstual, berbasis nilai Islam dan kearifan lokal; serta (3) bagaimana dampak dakwah digital berbasis masjid terhadap penguatan kapasitas sosial komunitas Muslim, khususnya dalam aspek partisipasi jamaah, solidaritas sosial, dan ketahanan komunitas.

Secara praktis, artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa model pengabdian masyarakat berbasis masjid yang memanfaatkan dakwah digital sebagai instrumen pemberdayaan komunitas secara partisipatif dan berkelanjutan. Secara akademik, artikel ini berkontribusi pada pengembangan kajian dakwah digital dan komunikasi Islam dengan menempatkan *Service Learning* sebagai pendekatan strategis dalam penguatan kapasitas sosial komunitas Muslim di era digital. Keterbaruan (novelty) artikel ini terletak pada integrasi dakwah digital berbasis masjid dengan pendekatan *Service Learning* sebagai strategi penguatan kapasitas sosial komunitas, yang tidak hanya menekankan aspek teknis media digital, tetapi juga dimensi kolaborasi, partisipasi jamaah, dan ketahanan sosial berbasis komunitas.

2. METODE

Artikel ini disusun sebagai laporan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan pendekatan Service Learning**,** yang diposisikan sebagai bentuk community-based qualitative descriptive study**.** Pendekatan ini dipilih karena mampu mengintegrasikan pembelajaran akademik, pelayanan kepada masyarakat, dan refleksi kritis dalam satu kerangka kegiatan yang partisipatif dan berkelanjutan. Dalam kerangka ini, mitra pengabdian tidak diposisikan sebagai objek, melainkan

sebagai subjek aktif yang terlibat dalam seluruh tahapan kegiatan, sehingga program tidak bersifat top-down, tetapi berbasis pada kebutuhan nyata komunitas (Bringle & Clayton, 2020).

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Masjid Agung Anas Mahfud, Kabupaten Lumajang**,** sebuah masjid berbasis komunitas dengan legitimasi kelembagaan yang kuat dan basis jamaah yang luas. Lokasi ini dipilih karena memiliki peran strategis dalam aktivitas keagamaan, sosial, dan pemberdayaan umat, serta telah memulai pemanfaatan media digital dalam kegiatan dakwah. Subjek pengabdian meliputi: (1) pengurus ta'mir masjid, khususnya bidang dakwah dan media; (2) relawan serta pemuda masjid yang terlibat dalam pengelolaan konten digital; (3) jamaah sebagai penerima manfaat; serta (4**)** mahasiswa yang terlibat dalam skema Service Learning. Keterlibatan multiaktor ini memungkinkan terjadinya kolaborasi, pertukaran pengetahuan, dan pembelajaran bersama dalam proses penguatan dakwah digital berbasis masjid.

Pelaksanaan pengabdian mengikuti tahapan utama Service-Learning yang meliputi preparation, service, reflection, dan evaluation (Salam et al., 2022). Tahap *preparation* dilakukan melalui koordinasi awal dan pemetaan kebutuhan mitra, termasuk identifikasi kondisi eksisting dakwah digital, kapasitas sumber daya manusia, serta pola komunikasi dakwah yang telah berjalan di masjid. Tahap *service* merupakan pelaksanaan inti pengabdian berupa pendampingan pengelolaan dakwah digital, penguatan kapasitas pengelola media masjid, serta produksi konten dakwah digital yang kontekstual dan berbasis nilai Islam serta kearifan lokal. Tahap *reflection* dilakukan secara berkelanjutan melalui diskusi dan refleksi tertulis oleh mahasiswa dan mitra masjid untuk mengevaluasi pengalaman, pembelajaran, serta tantangan yang dihadapi selama pelaksanaan program. Tahap *evaluation* difokuskan pada penilaian capaian program, khususnya perubahan kapasitas pengelola dakwah digital dan tingkat partisipasi jamaah di ruang digital.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan observasi partisipatif**,** dokumentasi**,** dan refleksi tertulis. Observasi partisipatif digunakan untuk mengamati proses pendampingan, interaksi antara mahasiswa dan pengurus masjid, serta dinamika partisipasi jamaah dalam kegiatan dakwah digital. Dokumentasi meliputi catatan kegiatan, foto dan video program, serta arsip konten dakwah digital yang diproduksi selama pengabdian. Refleksi tertulis digunakan untuk menggali pengalaman, pembelajaran, dan persepsi para pihak terhadap dampak program.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis deskriptif-reflektif, dengan cara mengorganisasikan data observasi, dokumentasi, dan refleksi ke dalam tema-tema utama yang berkaitan dengan penguatan kapasitas pengelola dakwah digital, partisipasi jamaah, dan penguatan kapasitas sosial komunitas masjid. Analisis ini bertujuan untuk memahami proses, dinamika, serta makna sosial dari pelaksanaan dakwah digital berbasis masjid dalam kerangka Service Learning.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

Bagian hasil menyajikan data empiris yang diperoleh dari observasi partisipatif**,** wawancara dengan pengurus Ta'mir Masjid Agung Anas Mahfud**,** serta dokumentasi media sosial masjid selama pelaksanaan program pengabdian berbasis *Service Learning*. Data ini secara deskriptif tanpa interpretasi teoretik yang berlebihan.

Penguatan Kapasitas Pengelola Dakwah Digital

Pelaksanaan program pengabdian berbasis *Service Learning* di Masjid Agung Anas Mahfud Lumajang menunjukkan adanya peningkatan kapasitas pengelola dakwah digital secara bertahap dan terukur. Sebelum program pengabdian dilaksanakan, pengelolaan dakwah digital masih bersifat insidental dan sangat bergantung pada kemampuan individual pengurus. Aktivitas dakwah digital umumnya terbatas pada siaran langsung pengajian dan khutbah Jumat tanpa perencanaan konten yang sistematis serta tanpa evaluasi dampak terhadap jamaah.

Melalui pendampingan intensif yang melibatkan dosen, mahasiswa, dan pengurus masjid, pengelola dakwah digital mulai mengalami peningkatan kapasitas, baik dari aspek teknis maupun konseptual. Pengurus masjid dan relawan media tidak hanya memperoleh keterampilan teknis pengelolaan media digital, tetapi juga pemahaman yang lebih baik mengenai perencanaan konten dakwah, kerja tim, dan etika komunikasi dakwah di ruang digital. Perubahan kapasitas pengelola dakwah digital sebelum dan sesudah program pengabdian dirangkum pada Tabel 1.

Tabel 1. Perubahan Kapasitas Pengelola Dakwah Digital Masjid Agung Anas Mahfud (Pra–Pasca Pengabdian)

Kapasitas	Pra-Pengabdian	Pasca-Pengabdian
Perencanaan konten	Insidental, tidak terjadwal	Terstruktur, tematik, dan terjadwal
Kemampuan teknis	Terbatas pada siaran langsung	Produksi video, poster, dan live streaming
Etika komunikasi dakwah	Belum terdokumentasi	Lebih sadar etika dakwah digital
Kerja tim	Individual dan sporadis	Kolaboratif dengan pembagian peran

Sumber**:** Hasil observasi dan wawancara pengurus Ta'mir Masjid Agung Anas Mahfud (2026).

Perubahan Partisipasi Jamaah dalam Ruang Dakwah Digital

Selain peningkatan kapasitas pengelola, hasil pengabdian juga menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam tingkat partisipasi jamaah di ruang dakwah digital masjid. Sebelum pendampingan, keterlibatan jamaah dalam dakwah digital cenderung pasif dan terbatas pada konsumsi konten. Jangkauan siaran langsung relatif kecil, dan interaksi jamaah di media sosial masih sporadis.

Setelah program pengabdian berjalan, terjadi peningkatan partisipasi jamaah baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Dalam kurun waktu sekitar satu bulan, jumlah pengikut Facebook masjid meningkat dari sekitar 2.000 menjadi lebih dari 5.000 akun, yang menunjukkan peningkatan lebih dari dua kali lipat. Sementara itu, jumlah pelanggan kanal YouTube masjid meningkat dari sekitar 100 menjadi 821 pelanggan. Peningkatan ini diikuti dengan meningkatnya interaksi jamaah melalui komentar, berbagi konten, serta diskusi

di grup WhatsApp jamaah. Perkembangan partisipasi jamaah dalam dakwah digital selama pelaksanaan program pengabdian disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Perkembangan Partisipasi Jamaah dalam Dakwah Digital Masjid Agung Anas Mahfud

Partisipasi Digital	Pra-Pengabdian	Pasca-Pengabdian (±1 bulan)
Pengikut Facebook	±2.000 akun	>5.000 akun
Pelanggan YouTube	±100 pelanggan	821 pelanggan
Jangkauan siaran langsung	50–100 akun	Ratusan akun
Pola interaksi jamaah	Pasif dan sporadis	Aktif dan dialogis
Pemanfaatan WhatsApp	Informasi satu arah	Diskusi dan koordinasi kegiatan

Sumber**:** Dokumentasi media sosial Masjid Agung Anas Mahfud dan hasil observasi lapangan (2026).

3.2 Pembahasan

Dakwah Digital, Mediatization of Religion, dan Reposisi Masjid

Temuan pengabdian di Masjid Agung Anas Mahfud menunjukkan bahwa dakwah digital tidak dapat dipahami sekadar sebagai adaptasi teknologis, melainkan sebagai bagian dari proses yang lebih luas yang dalam kajian media dan agama disebut sebagai *mediatization of religion*. Dalam kerangka ini, media digital tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyampaian pesan keagamaan, tetapi turut membentuk cara institusi keagamaan beroperasi, berinteraksi dengan jamaah, dan membangun otoritas simbolik di ruang publik (Hjarvard, 2021).

Perubahan fungsi dakwah digital di Masjid Agung Anas Mahfud, dari sekadar penyiaran ceramah menuju ruang komunikasi sosial menunjukkan bahwa masjid mulai beradaptasi dengan logika media digital yang menekankan interaktivitas, visibilitas, dan keterlibatan audiens. Dalam perspektif teori media dan agama, media tidak lagi sekadar alat transmisi pesan, tetapi menjadi aktor yang membentuk struktur pengalaman keagamaan (Hoover, 2016). Hal ini sejalan dengan pandangan Campbell dan Tsuria (2022) bahwa agama di ruang digital cenderung mengalami pergeseran dari komunikasi satu arah menuju praktik keagamaan yang lebih dialogis dan partisipatif.

Dalam konteks ini, masjid tidak kehilangan otoritas keagamaannya, tetapi justru berpotensi memperkuatnya melalui pengelolaan dakwah digital yang terencana dan kredibel. Kanal digital masjid berfungsi sebagai *institutional religious voice* yang membedakan dirinya dari dakwah digital berbasis figur individual atau influencer. Perbedaan ini penting karena dakwah digital berbasis institusi memiliki kecenderungan lebih kuat dalam menjaga

konsistensi nilai, moderasi pesan, dan orientasi kemaslahatan komunitas (Zaid et al., 2022).

Service Learning sebagai Kerangka Transformasi Sosial Berbasis Masjid

Pendekatan Service-Learning yang diterapkan dalam program pengabdian ini terbukti relevan dalam mendorong transformasi sosial di tingkat komunitas masjid. Service Learning tidak hanya memfasilitasi transfer keterampilan teknis, tetapi juga membangun relasi kolaboratif antara perguruan tinggi dan komunitas keagamaan. Dalam konteks Masjid Agung Anas Mahfud, kolaborasi antara dosen, mahasiswa, dan pengurus masjid memungkinkan terjadinya pertukaran pengetahuan yang bersifat dua arah.

Literatur Service Learning menekankan bahwa efektivitas pendekatan ini terletak pada integrasi antara *service*, *learning*, dan *reflection* (Bringle & Clayton, 2020). Temuan di lapangan menunjukkan bahwa refleksi berkelanjutan—baik oleh mahasiswa maupun pengurus masjid—menjadi kunci dalam memahami dakwah digital sebagai praktik sosial, bukan sekadar keterampilan teknis. Proses refleksi ini mendorong kesadaran kolektif bahwa dakwah digital merupakan bagian dari tanggung jawab sosial masjid dalam membangun komunitas Muslim yang adaptif terhadap perubahan zaman.

Salam et al. (2022) menegaskan bahwa Service Learning efektif ketika diterapkan pada konteks komunitas lokal dengan kebutuhan nyata. Hal ini tercermin dalam program pengabdian di Masjid Agung Anas Mahfud, di mana kebutuhan akan penguatan dakwah digital muncul dari kondisi riil masjid, bukan dari agenda eksternal perguruan tinggi. Dengan demikian, Service Learning berfungsi sebagai *enabler* bagi transformasi sosial berbasis masjid yang kontekstual dan berkelanjutan.

Penguatan Kapasitas Sosial melalui Dakwah Digital

Salah satu kontribusi utama dari pengabdian ini adalah penguatan kapasitas sosial komunitas Muslim melalui dakwah digital. Konsep kapasitas sosial dalam artikel ini merujuk pada kemampuan kolektif membangun jaringan, kepercayaan, dan tindakan kolektif yang menjadi inti teori modal sosial (Putnam, 2000)

Data menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas pengelola dakwah digital berbanding lurus dengan meningkatnya partisipasi jamaah di ruang digital. Hal ini menguatkan argumen bahwa kapasitas institusional merupakan prasyarat penting bagi penguatan kapasitas sosial komunitas (Khan & Karim, 2021). Ketika pengelola masjid memiliki kemampuan merencanakan konten, mengelola media sosial, dan menjaga etika komunikasi, jamaah cenderung lebih percaya dan terlibat secara aktif.

Dalam perspektif komunikasi dakwah, kondisi ini menunjukkan pergeseran dari model dakwah informatif menuju dakwah transformatif. Dakwah tidak lagi berhenti pada penyampaian pesan, tetapi mendorong perubahan sikap, kesadaran sosial, dan tindakan kolektif jamaah. Temuan ini memperkaya kajian komunikasi Islam yang selama ini lebih banyak berfokus pada aspek normatif dakwah dibandingkan dampak sosialnya.

Partisipasi Digital dan Lived Religion

Peningkatan partisipasi jamaah dalam ruang dakwah digital Masjid Agung Anas Mahfud dapat dibaca sebagai bentuk *lived religion*, yaitu pengalaman keagamaan yang dijalani dan dimaknai dalam keseharian melalui interaksi sosial, termasuk di ruang digital (Campbell & Tsuria, 2022).

Perubahan dari partisipasi pasif menuju partisipasi dialogis menunjukkan bahwa jamaah tidak lagi sekadar menjadi audiens, tetapi turut berperan sebagai aktor dalam produksi makna keagamaan. Diskusi di grup WhatsApp, komentar pada siaran langsung, dan respons terhadap konten dakwah menciptakan ruang dialog yang memperkaya pengalaman beragama jamaah.

Fenomena ini penting karena menunjukkan bahwa dakwah digital berbasis masjid mampu menciptakan ruang keagamaan yang inklusif dan partisipatif, tanpa kehilangan kerangka nilai institusional. Dalam konteks masyarakat Muslim Indonesia yang berbasis komunitas, model ini memiliki potensi besar untuk memperkuat kohesi sosial dan mengurangi fragmentasi wacana keagamaan di ruang digital.

Kearifan Lokal sebagai Modal Sosial Dakwah Digital

Integrasi kearifan lokal dalam dakwah digital Masjid Agung Anas Mahfud memperlihatkan bahwa tradisi keagamaan lokal bukan hambatan bagi modernisasi dakwah, melainkan modal sosial yang strategis. Dokumentasi dan siaran langsung kegiatan seperti istighotsah, shalawatan, dan yasinan menjadikan dakwah digital lebih membumi dan relevan dengan identitas jamaah.

Wahid dan Fauzi (2023) menegaskan bahwa pemberdayaan berbasis masjid di Asia Tenggara efektif ketika nilai-nilai keagamaan diintegrasikan dengan budaya lokal. Temuan pengabdian ini memperkuat pandangan tersebut dengan menunjukkan bahwa kearifan lokal yang dihadirkan di ruang digital justru memperkuat legitimasi masjid sebagai pusat kehidupan keagamaan dan sosial.

Selain itu, integrasi tradisi lokal dalam dakwah digital memperkuat dimensi *cultural religion* yang melihat agama sebagai praktik sosial yang terikat konteks budaya (Lynch, 2012). Integrasi kearifan lokal berfungsi sebagai penyeimbang arus globalisasi konten keagamaan yang sering kali tidak kontekstual dengan realitas lokal. Dakwah digital berbasis masjid lokal menyediakan narasi alternatif yang berakar pada pengalaman dan nilai komunitas setempat, sehingga memperkuat identitas kolektif jamaah.

Dakwah Digital dan Ketahanan Sosial Komunitas Muslim

Temuan pengabdian menunjukkan bahwa dakwah digital berkontribusi signifikan terhadap penguatan ketahanan sosial komunitas Muslim. Ketahanan sosial tercermin dari kemampuan komunitas untuk menjaga kohesi, mengelola perbedaan, dan merespons tantangan sosial secara kolektif. Dalam konteks maraknya informasi keagamaan yang tidak terverifikasi di media sosial, keberadaan kanal dakwah digital masjid yang kredibel menjadi rujukan penting bagi jamaah.

Ding (2025) menyatakan bahwa institusi keagamaan yang aktif dan kredibel di ruang digital berperan penting dalam menjaga stabilitas sosial dan kemaslahatan publik. Temuan di Masjid Agung Anas Mahfud mendukung pandangan ini dengan menunjukkan bahwa dakwah digital masjid berfungsi

sebagai *trusted source* yang membantu jamaah memilah informasi dan memahami ajaran Islam secara moderat dan kontekstual.

Selain itu, dakwah digital memperkuat koordinasi kegiatan sosial masjid, seperti santunan dan kerja bakti. Informasi yang disebarluaskan secara cepat dan luas melalui media digital mendorong keterlibatan jamaah dan memperkuat solidaritas sosial. Dengan demikian, dakwah digital tidak hanya berdampak pada dimensi spiritual, tetapi juga pada ketahanan sosial komunitas Muslim.

Refleksi Kritis: Learning Outcomes dan Social Outcomes

Pendekatan Service Learning dalam pengabdian ini menghasilkan dua capaian utama yang saling terkait, yaitu *learning outcomes* bagi mahasiswa dan *social outcomes* bagi komunitas masjid. Mahasiswa memperoleh pengalaman kontekstual dalam menerapkan teori komunikasi Islam dan dakwah digital, sekaligus mengembangkan sensitivitas sosial dan etika komunikasi. Proses refleksi yang dilakukan secara berkelanjutan memperkuat pembelajaran transformatif mahasiswa (Bringle & Clayton, 2020).

Di sisi lain, komunitas masjid memperoleh penguatan kapasitas sosial yang tercermin dalam meningkatnya kemampuan pengelola dakwah digital, partisipasi jamaah, dan jejaring sosial berbasis masjid. Kolaborasi yang terbangun menciptakan rasa kepemilikan bersama terhadap dakwah digital sebagai bagian integral dari program masjid, bukan sekadar proyek temporer.

Tantangan, Keterbatasan, dan Implikasi Teoretik

Meskipun menunjukkan hasil positif, pengabdian ini juga menghadapi keterbatasan, terutama terkait keberlanjutan sumber daya manusia dan infrastruktur. Ketergantungan pada sejumlah kecil pengelola media berpotensi menghambat keberlanjutan program jika tidak diimbangi dengan regenerasi dan penguatan kelembagaan.

Dari sisi teoretik, temuan ini memperkaya kajian dakwah digital dengan menunjukkan bahwa institusi keagamaan berbasis komunitas tetap memiliki ruang strategis di era digital. Mediatization of religion tidak selalu berujung pada marginalisasi institusi, tetapi dapat memperkuat peran sosial masjid ketika dikelola secara adaptif dan partisipatif (Hjarvard, 2021).

4. Kesimpulan dan Rekomendasi

Program pengabdian kepada masyarakat berbasis Service-Learning yang dilaksanakan di Masjid Agung Anas Mahfud, Lumajang, menunjukkan bahwa dakwah digital berbasis masjid dapat berfungsi secara efektif sebagai instrumen penguatan kapasitas sosial komunitas Muslim apabila dikelola secara partisipatif, kontekstual, dan berkelanjutan. Temuan utama artikel ini menegaskan bahwa transformasi dakwah digital tidak sekadar menyangkut perubahan medium komunikasi, tetapi juga mencerminkan perubahan paradigma dakwah dari praktik penyiaran satu arah menuju proses komunikasi sosial yang dialogis dan berorientasi pada pemberdayaan komunitas.

Secara empiris, hasil pengabdian memperlihatkan adanya peningkatan signifikan kapasitas pengelola dakwah digital, baik dalam aspek teknis pengelolaan media, perencanaan konten, maupun pemahaman etika komunikasi dakwah di ruang digital. Penguatan kapasitas tersebut berimplikasi langsung pada

meningkatnya kualitas dan konsistensi konten dakwah digital masjid. Dampak ini tercermin dalam peningkatan partisipasi jamaah di ruang digital**,** sebagaimana ditunjukkan oleh pertumbuhan jumlah pengikut media sosial dan pelanggan kanal YouTube masjid, serta meningkatnya interaksi jamaah melalui komentar, diskusi, dan berbagi konten. Peningkatan ini menegaskan bahwa dakwah digital yang relevan dan kontekstual mampu mendorong keterlibatan jamaah secara lebih luas dan berkelanjutan.

Dari perspektif sosial, dakwah digital berbasis masjid berkontribusi pada penguatan kapasitas sosial komunitas Muslim**,** yang tercermin dalam menguatnya jejaring sosial, solidaritas komunitas, dan koordinasi kegiatan sosial berbasis masjid. Integrasi nilai-nilai Islam dan kearifan lokal ke dalam konten dakwah digital terbukti meningkatkan keberterimaan pesan keagamaan serta memperkuat identitas kolektif jamaah. Dalam konteks masyarakat digital yang ditandai oleh arus informasi keagamaan yang beragam dan tidak selalu terverifikasi, keberadaan kanal dakwah digital masjid yang kredibel juga berperan sebagai *trusted source* yang mendukung ketahanan sosial dan stabilitas nilai-nilai keagamaan komunitas.

Pendekatan Service Learning terbukti menjadi kerangka yang efektif dalam menjembatani dunia akademik dan praktik dakwah di tingkat komunitas. Keterlibatan mahasiswa dalam proses pendampingan dan refleksi kritis tidak hanya menghasilkan pembelajaran transformatif, tetapi juga memperkuat peran perguruan tinggi dalam pengabdian kepada masyarakat berbasis kebutuhan riil komunitas. Dengan demikian, program ini menunjukkan bahwa integrasi tridharma perguruan tinggi—pendidikan, penelitian, dan pengabdian—dapat diwujudkan secara konkret melalui kolaborasi dengan masjid sebagai institusi sosial-keagamaan.

Meskipun demikian, pengabdian ini juga memiliki keterbatasan, terutama terkait keberlanjutan sumber daya manusia dan infrastruktur pendukung dakwah digital. Ketergantungan pada sejumlah kecil pengelola media masjid berpotensi menjadi tantangan dalam menjaga konsistensi dan kualitas program dalam jangka panjang. Selain itu, evaluasi dampak dalam artikel ini masih berfokus pada perubahan jangka pendek, sehingga dampak jangka panjang terhadap perubahan perilaku sosial jamaah memerlukan kajian lanjutan.

Berdasarkan temuan tersebut, beberapa rekomendasi dapat diajukan. Pertama, masjid perlu mengintegrasikan dakwah digital secara sistematis ke dalam agenda kelembagaan**, s**ehingga aktivitas digital menjadi bagian integral dari program dakwah dan sosial masjid. Kedua, penguatan kelembagaan dan regenerasi pengelola media masjid perlu dirancang secara berkelanjutan untuk menjaga kontinuitas program. Ketiga, kolaborasi jangka panjang antara masjid dan perguruan tinggi melalui skema Service Learning atau pengabdian lanjutan perlu diperkuat guna mendukung pengembangan kapasitas dan inovasi dakwah digital. Keempat, penelitian dan pengabdian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi dampak jangka panjang dakwah digital berbasis masjid terhadap perubahan perilaku keagamaan dan ketahanan sosial komunitas Muslim.

Secara keseluruhan, artikel ini menegaskan bahwa dakwah digital berbasis masjid dengan pendekatan Service Learning merupakan model pengabdian masyarakat yang adaptif, kontekstual, dan relevan dengan tantangan era digital**.** Model ini tidak hanya memperkuat dimensi spiritual, tetapi juga berkontribusi nyata pada penguatan kapasitas sosial dan ketahanan komunitas Muslim, serta

layak direplikasi dan dikembangkan di konteks masjid-masjid lain dengan karakteristik komunitas yang beragam.

DAFTAR PUSTAKA

Anderson, J. W. (2003). New media, new publics: Reconfiguring the public sphere of Islam. *Social Research, 70*(3), 887–906.

Bringle, R. G., & Clayton, P. H. (2020). Integrating service learning and digital technologies: Examining opportunities and challenges. *Journal of Higher Education Outreach and Engagement, 24*(1), 1–16.

Bunt, G. R. (2018). *Hashtag Islam: How cyber-Islamic environments are transforming religious authority*. University of North Carolina Press.

Campbell, H. A. (2013). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. Routledge.

Campbell, H. A., & Tsuria, R. (2022). Digital religion and lived religion: New perspectives in the study of religion and media. *New Media & Society, 24*(8), 1816–1834. https://doi.org/10.1177/14614448211030900

Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.

Ding, J. (2025). Religion, digital media, and social resilience: Institutional responses in the digital public sphere. *Information, Communication & Society, 28*(2), 215–230. https://doi.org/10.1080/1369118X.2023.2265147

Eickelman, D. F., & Anderson, J. W. (2003). *New media in the Muslim world: The emerging public sphere* (2nd ed.). Indiana University Press.

Esposito, J. L., & Mogahed, D. (2018). *Who speaks for Islam? What a billion Muslims really think*. Gallup Press.

Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere*. MIT Press.

Hefner, R. W. (2011). *Civil Islam: Muslims and democratization in Indonesia*. Princeton University Press.

Hjarvard, S. (2021). Mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Northern Lights, 19*(1), 1–19. https://doi.org/10.1386/nl_00033_1

Hoover, S. M. (2016). *The media and religious authority*. Penn State University Press.

Iswanto, A. (2020). Dakwah dan media sosial di Indonesia: Otoritas, moderasi, dan kontestasi wacana keislaman. *Jurnal Komunikasi Islam, 10*(2), 145–164.

Khan, M. A., & Karim, M. F. (2021). Mosque-based community development and social empowerment: Evidence from Muslim societies. *Journal of Muslim*

Minority Affairs, 41(3), 405–423. https://doi.org/10.1080/13602004.2021.1955167

Lynch, G. (2012). *The sacred in the modern world: A cultural sociological approach*. Oxford University Press.

Nisa, E. F. (2018). Creative and lucrative da'wa: The visual culture of Instagram amongst female Muslim youth in Indonesia. *Asiascape: Digital Asia, 5*(1–2), 68–99.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.

Salam, M., Awang Iskandar, D. N., Ibrahim, D. H. A., & Farooq, M. S. (2022). Service learning in higher education: A systematic literature review. *Asia Pacific Education Review, 23*(4), 573–591. https://doi.org/10.1007/s12564-021-09750-0

Siddiqui, N., & Ahmed, S. (2022). Community engagement through faith-based institutions: Lessons from mosque-centered initiatives. *Community Development Journal, 57*(2), 287–304. https://doi.org/10.1093/cdj/bsab028

Turner, B. S. (2011). *Religion and modern society: Citizenship, secularisation and the state*. Cambridge University Press.

Wahid, A., & Fauzi, A. (2023). Mosque-based empowerment and social cohesion in Southeast Asia. *Journal of Islamic Social Sciences, 40*(2), 155–178.

Zaid, B., Kamel, B., & Abou-Haidar, J. (2022). Digital Islamic communication, authority, and trust: Rethinking da'wah in the age of social media. *Religions, 13*(5), 432. https://doi.org/10.3390/rel13050432