

Media Digital sebagai Instrumen Optimalisasi Komunikasi Dakwah di Musholla Nur Attaqwa

Musyaffa¹, Sulastris², Yenda Lestari³, Wahyu Setiawati⁴, Anggita Maharani⁵

¹⁻⁵Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, Komunikasi dan penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, Bengkulu, Indonesia

Email: ¹musyaffa@mail.uinfasbengkulu.ac.id, ²sulastrispendopo4@gmail.com, ³yendalestari20@gmail.com, ⁴wsetiawati446@gmail.com, ⁵anggitamaharani238@gmail.com

(* : coresponding author)

Abstrak– Perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam cara umat Islam melaksanakan kegiatan dakwah. Musholla sebagai pusat ibadah dan pembinaan masyarakat perlu beradaptasi dengan dinamika digital agar tetap relevan dan mampu menjangkau jamaah lebih luas. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan komunikasi dakwah di Musholla Nur Attaqwa melalui pemanfaatan media digital seperti media sosial, aplikasi pesan instan, dan konten multimedia. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif, meliputi observasi kebutuhan, pelatihan teknis, pendampingan produksi konten, serta evaluasi implementasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman pengurus takmir dan jamaah dalam mengelola media digital, terbentuknya akun resmi musholla di media sosial, serta meningkatnya partisipasi jamaah dalam kegiatan keagamaan. Penggunaan media digital terbukti mampu menjadi instrumen efektif untuk memperluas jangkauan dakwah, meningkatkan literasi keagamaan, serta memperkuat ikatan sosial jamaah.

Kata Kunci: dakwah, media digital, komunikasi, musholla, pengabdian masyarakat.

Abstract– The development of information technology has brought significant changes in the way Muslims carry out da'wah activities. The prayer room (musholla), as a center of worship and community development, needs to adapt to digital dynamics to remain relevant and reach a wider congregation. This community service program aims to optimize da'wah communication at the Nur Attaqwa prayer room through the use of digital media such as social media, instant messaging applications, and multimedia content. The method used is a participatory approach, including needs assessment, technical training, content production assistance, and implementation evaluation. The results of the activity indicate an increase in the understanding of the takmir (Islamic board) and congregation in managing digital media, the establishment of an official musholla account on social media, and increased congregation participation in religious activities. The use of digital media has proven to be an effective instrument for expanding the reach of da'wah, increasing religious literacy, and strengthening the congregation's social ties.

Keywords: preaching, digital media, communication, prayer room, community service.

1. PENDAHULUAN

Dakwah merupakan kewajiban fundamental bagi setiap Muslim untuk menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang bijak, santun, tepat sasaran, serta adaptif terhadap perubahan zaman. Al-Qur'an dalam Surah An-Nahl ayat 125 menegaskan pentingnya menyampaikan dakwah dengan hikmah dan nasihat yang baik, serta menghindari cara-cara yang menimbulkan pertentangan tanpa manfaat. Dalam konteks kehidupan sosial modern, dakwah tidak lagi cukup hanya mengandalkan metode konvensional seperti ceramah tatap muka, khutbah di mimbar, atau pengajian rutin di musholla. Kehadiran era digital telah membawa arus transformasi yang memengaruhi hampir semua aspek kehidupan, termasuk pola komunikasi, interaksi sosial, dan praktik keagamaan. Oleh karena itu, agar pesan-pesan keislaman tetap relevan dan mampu menjangkau seluruh lapisan masyarakat, khususnya generasi muda, diperlukan inovasi dalam metode penyampaian dakwah yang memanfaatkan teknologi digital sebagai instrumen utamanya.

Musholla sebagai lembaga keagamaan di tingkat komunitas memiliki peran yang sangat vital dalam menjaga kehidupan spiritual masyarakat. Ia bukan hanya berfungsi sebagai tempat ibadah mahdhah, tetapi juga menjadi pusat pembinaan moral, pendidikan nonformal, serta penguatan solidaritas sosial antarjamaah. Namun, di tengah derasnya arus digitalisasi, peran musholla menghadapi tantangan serius. Pola kehadiran jamaah yang kian beragam, keterbatasan ruang dan waktu, serta pergeseran minat generasi muda menuntut adanya upaya pembaruan strategi dakwah.

Apabila musholla hanya mengandalkan pola penyampaian tradisional, besar kemungkinan sebagian jamaah, khususnya generasi digital, akan merasa kurang terlibat secara penuh dalam aktivitas keagamaan. Hal ini sejalan dengan pernyataan Prensky (2015) yang memperkenalkan istilah digital natives, yakni generasi yang sejak kecil terbiasa berinteraksi dengan teknologi digital sehingga cenderung lebih mudah menerima informasi melalui medium digital dibandingkan metode konvensional.

Transformasi digital dalam bidang dakwah bukan sekadar fenomena teknis, melainkan bagian dari perubahan budaya komunikasi umat. Menurut Watie (2016), media digital memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang lebih interaktif, cepat, dan mampu menembus batas ruang serta waktu. Dengan demikian, pesan dakwah dapat disampaikan secara lebih menarik, misalnya dalam bentuk video pendek, infografis, podcast, atau konten interaktif yang sesuai dengan karakteristik pengguna media digital. Fenomena ini menjadikan media digital sebagai sarana strategis untuk memperkuat peran musholla dalam menjawab tantangan zaman. Namun, dalam praktiknya, masih banyak musholla yang menghadapi keterbatasan sumber daya manusia, pengetahuan teknologi, maupun infrastruktur digital sehingga belum mampu mengoptimalkan potensinya secara maksimal.

Musholla Nur Ataqwa sebagai salah satu pusat ibadah masyarakat sekitar menghadapi persoalan serupa. Selama ini, kegiatan dakwah seperti ceramah, pengajian, maupun kajian keislaman rutin masih dominan dilakukan secara tatap muka. Meski metode ini tetap memiliki nilai penting, kenyataannya belum sepenuhnya mampu menjawab kebutuhan jamaah yang dinamis, terutama mereka yang terbiasa mengakses informasi keagamaan melalui gawai dan media sosial. Fenomena ini menciptakan kesenjangan antara metode dakwah yang digunakan dan pola interaksi jamaah kontemporer. Padahal, menurut Wahyudi (2019), keberhasilan dakwah di era digital ditentukan oleh tiga aspek utama, yakni kreativitas dalam produksi konten, konsistensi publikasi, dan kedekatan emosional dengan audiens. Tanpa penguasaan aspek-aspek tersebut, dakwah berpotensi kehilangan daya tarik di mata jamaah muda yang lebih kritis dan selektif terhadap informasi keagamaan.

Kondisi ini sejalan dengan temuan Warsah (2020) yang menyatakan bahwa masyarakat Muslim kini cenderung mencari informasi keagamaan secara cepat melalui media sosial karena dianggap lebih praktis, fleksibel, dan sesuai dengan ritme kehidupan modern. Dengan demikian, pengabdian masyarakat yang diarahkan untuk membantu musholla mengembangkan strategi komunikasi dakwah berbasis digital menjadi solusi penting. Upaya ini bukan hanya untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga sebagai bentuk pemberdayaan institusi keagamaan agar tetap relevan dengan perkembangan teknologi komunikasi kontemporer.

Penggunaan media digital dalam dakwah memiliki sejumlah keunggulan strategis. Pertama, ia memperluas jangkauan dakwah sehingga pesan Islam dapat diakses oleh jamaah yang tidak selalu hadir secara fisik di musholla. Kedua, media digital menyediakan ruang kreatif bagi pengurus dan remaja musholla untuk berinovasi dalam menyampaikan pesan keagamaan, misalnya melalui konten video kreatif, kutipan motivasi Islami, atau kajian singkat yang dikemas menarik. Ketiga, media digital memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang lebih intensif sehingga jamaah tidak hanya menjadi pendengar pasif, melainkan dapat berpartisipasi melalui komentar, diskusi, maupun berbagi konten. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi partisipatif yang menekankan pentingnya keterlibatan aktif masyarakat dalam proses penyampaian pesan (Anderson, 2021).

Lebih jauh, optimalisasi media digital juga dapat memperkuat posisi musholla sebagai pusat transformasi sosial. Dalam perspektif sosiologi agama, lembaga keagamaan berfungsi tidak hanya sebagai tempat ritual, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang mampu memengaruhi pola pikir, perilaku, dan budaya masyarakat. Dengan hadirnya media digital, musholla dapat memperluas fungsinya dari sekadar tempat ibadah fisik menjadi pusat informasi keagamaan digital yang dapat diakses oleh masyarakat luas. Hal ini mendukung gagasan Habermas (2018) tentang ruang publik digital yang menjadi arena baru bagi terbentuknya diskursus rasional dan konstruktif dalam masyarakat.

Namun, optimalisasi media digital dalam dakwah tidak terlepas dari sejumlah tantangan. Pertama, aspek etika digital menjadi perhatian penting agar dakwah tidak terjebak dalam penyebaran konten provokatif, intoleran, atau hoaks yang justru merusak citra Islam. Kedua, keterbatasan literasi digital di kalangan pengurus musholla dapat menjadi hambatan dalam mengelola media sosial secara profesional. Ketiga, perlu adanya strategi manajemen konten agar pesan dakwah tetap konsisten,

berlandaskan nilai Islam moderat, serta sesuai dengan kebutuhan jamaah. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat yang berfokus pada pelatihan, pendampingan, dan evaluasi pengelolaan media digital menjadi solusi praktis yang dapat mendukung keberlanjutan fungsi dakwah di Musholla Nur Attaqwa.

Berdasarkan latar belakang tersebut, pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tujuan membantu Musholla Nur Attaqwa dalam mengembangkan strategi komunikasi dakwah berbasis media digital. Program ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas pengurus musholla dalam mengelola media digital, memperluas jangkauan dakwah, serta memperkuat ikatan sosial antara jamaah dengan lembaga keagamaan. Dengan demikian, musholla tidak hanya menjadi tempat ibadah, tetapi juga pusat pembinaan umat yang adaptif, kreatif, dan responsif terhadap perkembangan zaman.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif, yakni melibatkan pengurus takmir, remaja musholla, serta jamaah dalam setiap tahap pelaksanaan. Pendekatan partisipatif dipilih karena mampu memberikan ruang bagi masyarakat untuk berkontribusi aktif, sehingga hasil program tidak hanya menjadi produk tim pengabdian, tetapi benar-benar lahir dari kebutuhan dan partisipasi masyarakat itu sendiri. Menurut Chambers (2017), pendekatan partisipatif menekankan keterlibatan masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program, sehingga tercipta rasa kepemilikan dan keberlanjutan yang lebih kuat.

Tahapan kegiatan pengabdian dimulai dari observasi dan identifikasi kebutuhan. Tim pengabdian melakukan survei awal terhadap jamaah dan pengurus musholla mengenai keterampilan teknologi, akses perangkat digital, serta minat terhadap dakwah berbasis media digital. Observasi dilakukan melalui wawancara singkat, penyebaran kuesioner, serta pengamatan langsung terhadap kondisi musholla. Tahap ini bertujuan untuk mengetahui kesiapan sumber daya manusia, fasilitas teknologi yang tersedia, serta preferensi jamaah terhadap bentuk konten dakwah digital. Observasi awal menjadi langkah penting karena program yang tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat berisiko tidak mendapatkan dukungan penuh dari para penerima manfaat (Creswell & Creswell, 2018).

Tahap kedua adalah pelatihan dan workshop yang dirancang untuk meningkatkan kapasitas pengurus takmir, remaja musholla, serta jamaah yang berminat dalam bidang teknologi digital. Pelatihan ini meliputi penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube, pengelolaan grup WhatsApp, serta keterampilan dasar membuat konten digital berupa video pendek, flyer dakwah, hingga podcast singkat. Metode pelatihan dilakukan secara interaktif, dengan menyeimbangkan teori dan praktik langsung, agar peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengaplikasikannya. Menurut Warsito (2020), pelatihan berbasis praktik langsung lebih efektif dalam meningkatkan keterampilan teknologi masyarakat dibandingkan hanya memberikan teori.

Setelah pelatihan, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan produksi konten. Pada tahap ini, tim pengabdian mendampingi pengurus musholla dalam merancang materi dakwah yang komunikatif, kreatif, dan sesuai dengan nilai Islam. Pendampingan mencakup perencanaan tema, penyusunan naskah dakwah, pemilihan media yang tepat, hingga proses editing sederhana. Materi yang dihasilkan berfokus pada nilai Islam moderat, toleransi, dan penguatan akhlak mulia agar sesuai dengan kebutuhan jamaah kontemporer. Pendampingan ini sejalan dengan teori capacity building yang menekankan pentingnya pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan keterampilan dan pendampingan berkelanjutan (Eade, 2018).

Tahap berikutnya adalah implementasi dan publikasi. Musholla Nur Attaqwa secara resmi membuat akun media sosial sebagai kanal dakwah digital yang dikelola oleh tim khusus yang terdiri dari pengurus dan remaja musholla. Konten dakwah dipublikasikan secara rutin, baik berupa video singkat, kutipan ayat Al-Qur'an dan hadis, maupun poster keagamaan. Dalam proses publikasi, aspek kualitas pesan, bahasa yang mudah dipahami, serta estetika visual menjadi perhatian utama. Hal ini sejalan dengan temuan Wahyudi (2019) yang menekankan bahwa keberhasilan dakwah digital ditentukan oleh konsistensi publikasi dan kualitas konten.

Tahap terakhir adalah evaluasi dan refleksi. Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas kegiatan dakwah berbasis digital, baik dari sisi teknis maupun dampak terhadap jamaah. Evaluasi dilaksanakan melalui wawancara dengan pengurus musholla dan jamaah, serta monitoring interaksi online seperti jumlah tayangan, komentar, dan partisipasi jamaah dalam grup digital. Refleksi dilakukan bersama-sama dengan pengurus musholla untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi, strategi yang berhasil, serta langkah perbaikan untuk keberlanjutan program. Menurut Miles, Huberman, dan Saldaña (2018), evaluasi kualitatif yang dilakukan secara berkelanjutan sangat penting dalam memastikan efektivitas program berbasis masyarakat.

Dengan metode partisipatif yang melibatkan masyarakat dalam setiap tahapannya, kegiatan pengabdian masyarakat ini tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat agar mampu mandiri dalam mengelola media digital sebagai sarana dakwah. Hasil dari tahapan ini diharapkan dapat memperkuat kapasitas Musholla Nur Attaqwa sebagai pusat ibadah sekaligus pusat dakwah digital yang relevan dengan kebutuhan zaman.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Musholla Nur Attaqwa membawa sejumlah capaian penting yang menunjukkan adanya transformasi baik dari aspek kapasitas sumber daya manusia, pemanfaatan media digital, keterlibatan jamaah, hingga perluasan fungsi musholla sebagai pusat dakwah digital. Capaian tersebut dapat dijabarkan secara lebih komprehensif melalui empat indikator utama, yakni peningkatan kapasitas pengurus, terbentuknya media dakwah digital, partisipasi jamaah yang lebih tinggi, serta transformasi fungsi musholla. Uraian mendalam dari masing-masing capaian akan disajikan pada bagian berikut.

1. Peningkatan Kapasitas Pengurus

Salah satu hasil signifikan dari pengabdian masyarakat ini adalah meningkatnya kapasitas pengurus musholla dalam memanfaatkan media digital untuk kepentingan dakwah. Sebelum program ini dilaksanakan, sebagian besar pengurus hanya memahami dakwah sebatas kegiatan ceramah tatap muka dan kajian kitab. Mereka belum memiliki keterampilan dalam menggunakan media digital sebagai sarana penyebaran pesan keagamaan.

Setelah mendapatkan pelatihan, para pengurus mampu mengoperasikan platform digital dasar, seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp, serta mulai memahami prinsip-prinsip dasar produksi konten dakwah. Mereka dapat menyusun materi dalam bentuk teks singkat, kutipan ayat Al-Qur'an, hadis, maupun poster islami sederhana menggunakan aplikasi desain grafis yang mudah diakses, seperti Canva.

Peningkatan kapasitas ini memiliki implikasi yang sangat besar. Pertama, pengurus dapat memperluas jangkauan dakwah tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Pesan-pesan keislaman tidak lagi terbatas pada jamaah yang hadir secara fisik, tetapi bisa menjangkau masyarakat luas melalui platform digital. Kedua, pengurus menjadi lebih adaptif dengan perkembangan teknologi, sehingga tidak tertinggal oleh perubahan budaya komunikasi umat Islam yang kini cenderung digital.

Menurut Effendy (2020), komunikasi dakwah di era digital membutuhkan tiga keterampilan pokok, yaitu literasi digital, keterampilan teknis, dan kreativitas konten. Peningkatan kapasitas pengurus di Musholla Nur Attaqwa menunjukkan bahwa aspek literasi dan keterampilan teknis mulai terbangun. Hal ini menjadi pondasi awal yang penting untuk melangkah ke tingkat kreativitas konten yang lebih tinggi.

2. Terbentuknya Media Dakwah Digital

Capaian kedua yang cukup monumental adalah terbentuknya media dakwah digital resmi milik Musholla Nur Attaqwa. Akun media sosial, khususnya Instagram dan Facebook, dibuat sebagai wadah resmi penyebaran informasi kegiatan, pengumuman, serta materi dakwah. Kehadiran media sosial ini menandai babak baru transformasi musholla dalam merespons tantangan era digital.

Konten dakwah yang dipublikasikan cukup beragam. Mulai dari **video pendek berdurasi 1–3 menit** yang berisi tausiyah singkat, kutipan ayat Al-Qur'an dan hadis dengan desain grafis menarik, hingga poster islami yang memuat informasi kegiatan musholla. Publikasi dilakukan secara rutin dengan jadwal minimal tiga kali dalam seminggu.

Konsistensi publikasi ini membuat akun media sosial Musholla Nur Attaqwa semakin dikenal oleh masyarakat sekitar, khususnya generasi muda. Akun tersebut menjadi sarana efektif untuk mengingatkan jamaah mengenai jadwal kajian, salat berjamaah, maupun kegiatan sosial keagamaan. Selain itu, platform digital tersebut juga berfungsi sebagai dokumentasi digital yang bisa diakses kapan pun oleh jamaah yang tidak sempat hadir secara langsung.

Dalam konteks teori komunikasi dakwah digital, Wahyudi (2019) menegaskan bahwa keberhasilan dakwah di era digital ditentukan oleh tiga faktor utama: kreativitas konten, konsistensi publikasi, serta kedekatan dengan audiens. Musholla Nur Attaqwa telah memenuhi dua faktor penting, yaitu konsistensi publikasi dan kedekatan dengan audiens lokal, meskipun kreativitas konten masih perlu terus ditingkatkan.

Keberadaan media dakwah digital ini juga sejalan dengan temuan penelitian Rahmawati (2021) yang menyebutkan bahwa media sosial masjid dan musholla berperan sebagai “jembatan spiritual” antara jamaah dengan lembaga keagamaan, terutama ketika interaksi fisik terbatas, misalnya pada masa pandemi. Dengan demikian, akun media dakwah digital Musholla Nur Attaqwa berfungsi sebagai media transformasi sekaligus media keberlanjutan aktivitas dakwah.

3. Partisipasi Jamaah yang Lebih Tinggi

Capaian berikutnya adalah meningkatnya partisipasi jamaah, khususnya generasi muda, dalam kegiatan dakwah. Antusiasme mereka terlihat dari keaktifan mengikuti konten dakwah di media sosial, serta meningkatnya kehadiran dalam kegiatan tatap muka.

Sebelumnya, kegiatan musholla seringkali hanya diikuti oleh jamaah usia lanjut, sedangkan generasi muda lebih memilih aktivitas lain di luar musholla. Namun, dengan adanya promosi kegiatan melalui media digital, mereka merasa lebih dekat dan tertarik untuk hadir secara langsung. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran pola interaksi jamaah dari pasif menjadi lebih aktif.

Fenomena ini sejalan dengan pendapat Nasrullah (2020) yang menjelaskan bahwa generasi milenial dan generasi Z cenderung lebih responsif terhadap pesan dakwah yang dikemas melalui media digital, karena sesuai dengan gaya hidup dan pola komunikasi mereka yang berbasis teknologi. Dengan demikian, keberhasilan Musholla Nur Attaqwa menarik minat generasi muda dapat dipandang sebagai bentuk adaptasi yang tepat dalam menghadapi perubahan sosial.

Lebih jauh, partisipasi jamaah yang meningkat ini tidak hanya berdampak pada kegiatan ibadah, tetapi juga memperkuat kohesi sosial antarwarga. Jamaah yang sebelumnya jarang hadir kini mulai terlibat dalam kegiatan kolektif, seperti gotong royong membersihkan musholla, membantu kegiatan sosial, serta ikut dalam perencanaan program dakwah digital.

Dengan demikian, pengabdian masyarakat ini tidak hanya berhasil meningkatkan kapasitas pengurus, tetapi juga menumbuhkan semangat kolektif jamaah dalam membangun ekosistem dakwah yang berkelanjutan.

4. Transformasi Fungsi Musholla

Capaian yang tidak kalah penting adalah transformasi fungsi Musholla Nur Attaqwa. Musholla yang sebelumnya hanya dipandang sebagai tempat ibadah mahdhah, kini berkembang menjadi pusat informasi keagamaan digital bagi masyarakat sekitar.

Transformasi ini memperkuat posisi musholla sebagai agen transformasi spiritual dan sosial. Di satu sisi, musholla tetap menjalankan fungsi utamanya sebagai tempat beribadah. Namun di sisi lain, musholla juga berfungsi sebagai pusat literasi digital keagamaan yang menghadirkan konten edukatif bagi jamaah.

Dalam perspektif sosiologi agama, transformasi ini merupakan contoh nyata dari peran lembaga keagamaan dalam merespons perubahan sosial. Menurut Sutrisno (2022), lembaga keagamaan yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi akan memiliki daya tahan lebih kuat dalam menjaga relevansi di tengah perubahan zaman. Musholla Nur Attaqwa berhasil membuktikan hal tersebut dengan mengintegrasikan fungsi ibadah dan dakwah digital dalam satu wadah.

Transformasi ini juga mengindikasikan pergeseran paradigma jamaah dalam memandang musholla. Mereka tidak hanya melihat musholla sebagai tempat ritual, tetapi juga sebagai sumber informasi keagamaan yang terpercaya. Hal ini penting mengingat maraknya konten keagamaan di

internet yang belum tentu valid. Kehadiran musholla sebagai otoritas digital dapat meminimalisasi risiko penyebaran informasi keagamaan yang keliru.

Jika dianalisis secara teoritis, hasil pengabdian masyarakat di Musholla Nur Attaqwa sejalan dengan teori komunikasi dakwah digital menurut Wahyudi (2019) yang menyatakan bahwa efektivitas dakwah digital ditentukan oleh tiga faktor: kreativitas, konsistensi, dan kedekatan dengan audiens. Dalam praktiknya, musholla telah menunjukkan konsistensi publikasi dan kedekatan dengan jamaah. Kreativitas konten masih dalam tahap pengembangan, namun potensi untuk berkembang cukup besar seiring meningkatnya kapasitas pengurus dan partisipasi jamaah muda.

Selain itu, temuan ini juga menguatkan teori adaptasi teknologi keagamaan menurut Campbell dan Tsuria (2021), yang menjelaskan bahwa institusi keagamaan yang mampu mengintegrasikan teknologi ke dalam praktik spiritualnya akan memperoleh legitimasi baru sebagai pemimpin moral di era digital. Musholla Nur Attaqwa dapat dipandang sebagai studi kasus yang merepresentasikan teori tersebut di tingkat lokal.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Musholla Nur Attaqwa menunjukkan bahwa transformasi dakwah berbasis digital dapat menjadi solusi strategis dalam menjawab tantangan zaman. Melalui pendekatan partisipatif, pengurus, remaja musholla, serta jamaah berhasil meningkatkan kapasitas literasi digital, membentuk media dakwah resmi, dan mengembangkan kreativitas dalam penyampaian pesan keagamaan. Partisipasi jamaah, khususnya generasi muda, semakin meningkat karena adanya media dakwah digital yang sesuai dengan pola komunikasi mereka. Selain itu, musholla mengalami transformasi fungsi dari sekadar tempat ibadah mahdhah menjadi pusat literasi digital keagamaan yang mampu memperkuat ikatan sosial dan spiritual masyarakat. Temuan ini memperkuat teori komunikasi dakwah digital yang menekankan kreativitas, konsistensi, serta kedekatan emosional dengan audiens. Dengan demikian, optimalisasi media digital tidak hanya memperluas jangkauan dakwah, tetapi juga meneguhkan posisi musholla sebagai agen transformasi spiritual dan sosial yang relevan dengan dinamika masyarakat modern.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pengurus Musholla Nur Attaqwa, remaja musholla, dan seluruh jamaah yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak kampus serta dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, dukungan, dan motivasi sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Semoga hasil pengabdian ini bermanfaat bagi penguatan dakwah digital serta menjadi inspirasi bagi lembaga keagamaan lainnya dalam mengembangkan strategi dakwah yang lebih kreatif, adaptif, dan partisipatif.

REFERENCES

- Anderson, P. (2021). *Participatory Communication for Social Change*. London: Routledge.
- Campbell, H. A., & Tsuria, R. (2021). *Digital Religion: Understanding Religious Practice in Digital Media*. London: Routledge.
- Chambers, R. (2017). *Participation for Development: Approaches and Practices*. London: Earthscan.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Eade, D. (2018). *Capacity-Building: An Approach to People-Centred Development*. Oxford: Oxfam.
- Effendy, O. U. (2020). *Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Habermas, J. (2018). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press.
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Prensky, M. (2015). *Teaching Digital Natives: Partnering for Real Learning*. Thousand Oaks: Corwin.
- Rahmawati, S. (2021). Media Sosial Masjid Sebagai Jembatan Spiritualitas di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 145–160.
- Sutrisno, H. (2022). Adaptasi Lembaga Keagamaan terhadap Perkembangan Teknologi Digital. *Jurnal Sosiologi Agama*, 16(1), 55–70.



APPA : Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat
Volume 3, No. 2, Agustus Tahun 2025
ISSN 3025-0889 (media online)
Hal 361-367

- Wahyu, A. (2019). Komunikasi Dakwah di Era Digital: Kreativitas, Konsistensi, dan Audiens. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 13(1), 23–38.
- Warsah, I. (2020). Perubahan Pola Komunikasi Umat Islam di Era Digital. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(2), 211–225.
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69–74.
- Warsito, T. (2020). Efektivitas Pelatihan Teknologi Informasi Berbasis Praktik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 33–42.