e-ISSN : 2774-3152
p-ISSN : 2355-1690
Ūlul Albāb
Journal Da`wah and Social Religiosity

Evaluasi Dakwah Transformatif Berbasis Pelayanan Sosial: Studi pada Akun Instagram Masjid yang Menyediakan Layanan Makan dan Tempat Istirahat Gratis

Muhammad Ikhwan Fiddaraini Hasipa[1]

OPEN ACCESS

Received: Mei 2026
Revised: Juni 2026
Accepted: Juli 2026

***Corresponding author:**
Muhammad Ikhwan Fiddaraini Hasipa, Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram, Indonesia
ikhwannicho@uinmataram.ac.id

Tentang Penulis

[1] Muhammad Ikhwan Fiddaraini Hasipa Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya peran media sosial dalam memperluas praktik dakwah dan pelayanan sosial masjid, terutama di tengah dinamika masyarakat urban yang membutuhkan ruang dukungan sosial yang mudah diakses. Urgensi penelitian ini muncul dari kebutuhan untuk memahami bagaimana dakwah transformatif diwujudkan melalui layanan sosial berbasis digital, seperti yang dilakukan oleh akun Instagram @masjidpemuda.ind dan @masjidsejutapemuda. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi narasi dakwah transformatif dibangun dalam ruang digital, bagaimana pelayanan makan gratis dan tempat istirahat berdampak pada penerima, serta bagaimana relawan dan pengurus memaknai keterlibatan mereka. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus melalui observasi konten Instagram, wawancara mendalam, dan analisis dokumen digital. Triangulasi data dilakukan untuk memperoleh gambaran komprehensif praktik dakwah berbasis pelayanan sosial. Hasil penelitian menunjukkan, kedua masjid memanfaatkan Instagram sebagai alat dokumentasi, transparansi, dan mobilisasi sosial. Layanan makanan dan tempat istirahat memberikan dampak material, emosional, dan spiritual bagi penerima, sementara relawan mengalami penguatan identitas religius. Penggunaan media kaya menciptakan komunitas digital yang interaktif dan partisipatif. Penelitian menyimpulkan bahwa integrasi pelayanan sosial dan media digital memperkuat fungsi masjid sebagai pusat pemberdayaan dan solidaritas sosial. Studi ini berkontribusi pada pengembangan model dakwah digital berbasis aksi. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas objek kajian, menerapkan metode campuran, dan mengeksplorasi platform digital lain.

Kata Kunci: Dakwah Transformatif, Pelayanan Sosial Masjid, Relawan, Media Digital

Pendahuluan

Dalam praktik kekinian beberapa masjid di Indonesia telah mengembangkan layanan sosial praktis, antara lain penyediaan makanan gratis (*free meals*) dan ruang istirahat singkat untuk pelintas, pengemudi, atau orang dalam kondisi rentan yang dirancang sebagai bagian dari aktivitas dakwah dan pelayanan jamaah. Layanan semacam ini tidak hanya memenuhi kebutuhan material harian tetapi juga menjadi arena hubungan sosial antara pengurus, relawan, dan penerima manfaat; sehingga 'fungsi masjid' meluas dari ruang ibadah menjadi pusat pelayanan sosial komprehensif (Rohimat et al., 2022). Secara empiris, ketidakcukupan pangan dan kerentanan ekonomi membuat inisiatif layanan makan gratis menjadi relevan sebagai tanggap lokal: data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan adanya prevalensi ketidakcukupan konsumsi pangan di berbagai wilayah Indonesia yang masih signifikan (mis. data tahun 2024 menunjukkan adanya prevalensi

To cite this article (Gaya APA Edisi 7th): Muhammad Ikhwan Fiddaraini Hasipa (2026). Evaluasi Dakwah Transformatif Berbasis Pelayanan Sosial: Studi pada Akun Instagram Masjid yang Menyediakan Layanan Makan dan Tempat Istirahat Gratis. *Ulul-Albab: Journal Da`wah and Social Religiosty*. 4 (1), 38-49. https://doi.org/10.69943/ulalbabv3n1

Copyright © 2024 The Author(s). This is an open access article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC-BY-NC) 4.0 international license. (https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0)

ketidakcukupan konsumsi pangan di berbagai wilayah Indonesia yang masih signifikan (mis. data tahun 2024 menunjukkan prevalensi yang bervariasi antar-provinsi dan masih berada pada angka yang memerlukan intervensi lokal). Kondisi pengangguran, kerawanan pangan, dan stunting yang masih ditemui pada beberapa daerah memperkuat urgensi peran aktor lokal seperti masjid dalam menyediakan jaring pengaman social (Badan Pusat Statistik Indonesia, n.d.).

Di ranah komunikasi dakwah, platform digital termasuk Instagram yang telah menjadi saluran penting bagi masjid dan pengelola dakwah untuk menyebarkan pesan, mengorganisasi kegiatan sosial, dan mendokumentasikan layanan sosial yang mereka jalankan. Studi tentang proselytizing Islam di era digital menunjukkan bahwa praktik dakwah digital mampu memperluas jangkauan pesan ke kalangan muda dan publik yang lebih luas, serta mendukung koordinasi kegiatan layanan sosial jika dikelola secara strategis. Oleh karena itu, akun Instagram masjid yang menampilkan kegiatan layanan makan dan shelter berpotensi tidak hanya sebagai alat promosi tetapi juga alat evaluasi dan ruang narasi transformatif (Kholili et al., 2024).

Literatur internasional dan lintas-negara memperlihatkan bahwa rumah ibadah—termasuk masjid yang sering kali berperan sebagai pemberi layanan sosial dan agen inklusi sosial, misalnya bertindak sebagai dapur umum, tempat penampungan sementara, atau pusat distribusi bantuan pada masa krisis. Penelitian pada konteks Jepang dan beberapa negara lain menunjukkan masjid berfungsi sebagai sarana respons bencana, penyedia layanan komunitas, dan penguat modal sosial lokal; hal ini mengindikasikan potensi skalabilitas peran masjid sebagai penyelenggara layanan kesejahteraan di konteks urban maupun migran (Kotani et al., 2022).

Tinjauan lima penelitian terdahulu relevan menunjukkan cakupan dan keterbatasan literatur yang ada. Pertama, penelitian tentang peran organisasi keagamaan dan modal sosial menggarisbawahi kapasitas religius institusi untuk menyokong jaringan sosial dan proteksi konsumsi (masyarakat mendapat jaminan konsumsi melalui kontribusi komunitas), namun studi tersebut jarang memusatkan perhatian pada praktik dakwah transformatif yang melekat pada layanan makan/shelter (Dehejia et al., 2007). Kedua, kajian tentang dakwah digital dan penggunaan media sosial oleh aktor Islam di Indonesia menegaskan efektivitas kanal digital untuk menyebarkan pesan keagamaan dan mengaktivasi keterlibatan publik, tetapi masih sedikit penelitian yang menghubungkan narasi digital (konten Instagram masjid) dengan hasil transformasi sosial nyata pada penerima layanan seperti perubahan kesejahteraan, identitas, akses layanan.(Boro et al., 2022) *Ketiga*, studi kasus internasional mengenai masjid yang menjadi aktor layanan sosial seperti pada studi di Jepang, Inggris, AS yang menunjukkan praktik-praktik inovatif (dapur komunitas, *shelter* sementara), namun umumnya bersifat deskriptif dan tidak menelaah proses dakwah transformatif yang mungkin terjadi melalui interaksi layanan sehingga menjadi narasi yang belum mendapatkan perhatian analitik yang memadai (Lussier, 2019).

Dari tinjauan tersebut muncul kesenjangan penelitian: (a) sedikit kajian kualitatif yang mengevaluasi secara holistik hubungan antara praktik pelayanan sosial masjid

(makan gratis dan tempat istirahat) dengan proses dakwah transformatif—bagaimana praktik layanan menginternalisasi nilai dakwah, membentuk identitas, dan memengaruhi kesejahteraan penerima; (b) minimnya studi yang memadukan data lapangan (wawancara mendalam penerima dan pengurus), analisis konten digital (akun Instagram masjid sebagai narasi publik), dan indikator kontekstual (data kerawanan pangan setempat) dalam satu kerangka evaluatif; serta (c) kurangnya bukti empiris yang mengukur aspek perubahan sosial non-material (mis. stigma, sense of belonging, akses pada layanan) yang mungkin timbul dari interaksi layanan. Beberapa penelitian terdahulu menyentuh sebagian aspek (peran masjid, dakwah digital, pelayanan sosial), namun belum mengintegrasikannya menjadi evaluasi dakwah transformatif berbasis bukti kualitatif (Rahman et al., 2015).

Dengan mempertimbangkan kesenjangan tersebut, penelitian ini diajukan untuk mengisi ruang analitis yang belum tuntas: Evaluasi Dakwah Transformatif Berbasis Pelayanan Sosial: Studi pada Akun Instagram Masjid yang Menyediakan Layanan Makan dan Tempat Istirahat Gratis (@masjidpemuda.ind dan @masjidsejutapemuda). Secara operasional penelitian ini bertujuan: *pertama,* mendeskripsikan praktik pelayanan (operasional, nilai, relasi) pada kedua masjid; *kedua,* menganalisis cara dakwah transformatif dikonstruksi dan dikomunikasikan melalui konten Instagram akun masjid; *ketiga,* mengeksplorasi pengalaman penerima layanan dan perubahan yang terjadi (material dan non-material); serta *keempat,* merumuskan rekomendasi kebijakan/praktik untuk penguatan layanan masjid sebagai intervensi kesejahteraan lokal. Permasalahan penelitian dirumuskan: Bagaimana praktik pelayanan makan dan tempat istirahat gratis yang dikelola oleh masjid diselenggarakan dan dikomunikasikan di Instagram, serta bagaimana praktik tersebut berkontribusi pada proses dakwah transformatif dan perubahan kesejahteraan serta relasi sosial penerima layanan? Manfaat penelitian ini diharapkan bersifat ganda: memberikan kontribusi teoretis pada kajian dakwah transformatif dan peran institusi agama dalam kesejahteraan sosial; serta menyediakan rekomendasi praktis bagi pengurus masjid, pembuat kebijakan lokal, dan organisasi kemasyarakatan tentang desain, komunikasi, dan evaluasi layanan sosial berbasis masjid.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus, karena fokus utamanya adalah memahami bagaimana dakwah transformatif diwujudkan melalui pelayanan sosial yang ditampilkan pada konten Instagram dua masjid, yakni @masjidpemuda.ind dan @masjidsejutapemuda. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti menggali makna, nilai, serta pengalaman sosial yang hidup dalam praktik dakwah berbasis aksi sosial. Seperti dikemukakan (Creswell & Poth, 2017), pendekatan kualitatif sangat efektif untuk memahami fenomena sosial yang kompleks melalui perspektif aktor yang terlibat. Dalam konteks dakwah digital, penelitian kualitatif juga menjadi penting karena representasi nilai agama di media sosial sering kali bersifat simbolik dan memerlukan interpretasi mendalam (H. Campbell & Tsuria, 2022).

Jenis penelitian yang dipilih adalah studi kasus, sebab fenomena yang dikaji bersifat kontekstual, spesifik, dan membutuhkan eksplorasi komprehensif terhadap praktik pelayanan sosial yang dilakukan masjid. Yin (2018) menegaskan bahwa studi kasus tepat digunakan untuk memahami fenomena yang terikat ruang, waktu, dan aktivitas tertentu (Yin, 2018). Dalam hal ini, praktik pemberian makan gratis dan tempat istirahat gratis merupakan bagian dari gerakan kemanusiaan yang perlu diamati secara holistik, baik dari sisi narasi digital maupun pengalaman para pelaksana dan penerima manfaat. Studi kasus juga membantu memetakan dinamika interaksi antara masjid, relawan, dan jamaah dalam memaknai dakwah transformatif (Craig, 2012).

Metode yang digunakan meliputi observasi media sosial, wawancara mendalam, dan analisis dokumen, yang bersama-sama memberikan data triangulatif untuk memperkuat validitas temuan. Observasi media sosial atau netnografi sangat relevan digunakan dalam era dakwah digital, sebagaimana diuraikan Kozinets (2020), yang menjelaskan bahwa netnografi efektif untuk mengkaji perilaku, interaksi, dan makna budaya pada komunitas online (Kozinets, 2020). Wawancara mendalam dilakukan untuk mendapatkan perspektif pengurus masjid, relawan, serta penerima layanan, yang menurut Kvale & Brinkmann (2015) sangat penting untuk mengungkap pengalaman subjektif dan konstruksi makna personal (Kvale & Brinkmann, 2009). Sementara analisis dokumen, seperti caption, foto kegiatan, dan dokumentasi internal, diperlukan untuk memahami representasi nilai-nilai dakwah transformatif yang ditampilkan melalui media digital (Hine, 2015).

Pemilihan jenis dan pendekatan penelitian ini juga berlandaskan karakteristik dakwah transformatif yang tidak hanya bersifat verbal tetapi juga aksi sosial yang menekankan pemberdayaan dan perbaikan kondisi hidup masyarakat. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa dakwah transformatif perlu dipahami melalui tindakan nyata, terutama terkait isu kemiskinan dan kerentanan social (Yuli Indah Sari & Bin Mislan Cokrohadisumarto, 2024). Oleh karena itu, pendekatan kualitatif studi kasus memberikan ruang untuk mengkaji bagaimana nilai-nilai seperti kepedulian, solidaritas, dan pelayanan kemanusiaan direpresentasikan melalui program makan gratis dan tempat istirahat gratis di masjid.

Selain itu, pendekatan ini memberikan kontribusi bagi literatur tentang dakwah digital yang sedang berkembang. Studi oleh Dayana Lengauer (2018) menunjukkan bahwa media sosial telah mengubah cara dakwah dilakukan, dari ceramah langsung menjadi konten visual naratif yang lebih persuasif dan mudah diakses. Dengan mengkaji konten Instagram masjid yang aktif dalam pelayanan social (Lengauer, 2018) penelitian ini menambah pemahaman mengenai bagaimana institusi agama menggunakan media digital untuk membangun citra, mengajak kebaikan, dan memperluas dampak sosial.

Dari sisi akademik, penelitian ini berpotensi memperkaya kajian tentang komunikasi keagamaan, pelayanan sosial berbasis masjid, dan digital humanitarianism. Dakwah transformatif berbasis pelayanan sosial yang dikomunikasikan melalui Instagram merupakan bentuk baru dari praktik dakwah yang menggabungkan teknologi komunikasi dan aksi sosial. Penelitian sebelumnya belum banyak menyoroti bagaimana

narasi pelayanan sosial dimaknai oleh pengelola masjid dan audiens digital secara bersamaan, sehingga studi ini mengisi celah tersebut. Dengan metode kualitatif, hasil penelitian dapat memberikan thick description yang menjadi dasar pengembangan teori baru tentang peran media sosial dalam dakwah berbasis pelayanan sosial.

Secara praktis, penelitian ini memberikan manfaat bagi pengelola masjid dan lembaga dakwah dalam mengoptimalkan strategi komunikasi digital untuk memperluas jangkauan program sosial. Temuan penelitian dapat menjadi rekomendasi dalam meningkatkan kualitas pesan, memperkuat kepercayaan publik, serta mengembangkan program sosial yang lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat urban. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pembuat kebijakan dalam mengintegrasikan pelayanan sosial masjid sebagai bagian dari penguatan jaringan perlindungan sosial berbasis komunitas. Dengan demikian, penggunaan pendekatan kualitatif studi kasus tidak hanya tepat untuk mencapai tujuan penelitian, tetapi juga relevan dalam menjawab tantangan dakwah kontemporer. Penelitian ini membantu memperkaya pemahaman mengenai dakwah transformatif, memperluas kajian dakwah digital, serta memberikan manfaat praktis bagi pengembangan pelayanan sosial masjid di era modern.

Hasil dan Pembahasan

Representasi Dakwah Transformatif dalam Konten Instagram Masjid

Berdasarkan hasil observasi konten Instagram pada akun @masjidpemuda.ind dan @masjidsejutapemuda, terdapat pola narasi yang kuat tentang pelayanan sosial: kedua akun rutin membagikan foto atau video kegiatan pembagian makanan gratis, serta dokumentasi pendirian area istirahat di masjid. Foto-foto tersebut sering menampilkan relawan yang menyiapkan makanan, jamaah yang berebut mengambil hidangan, dan momen istirahat di ruang khusus masjid. Caption atau teks pendukungnya tidak hanya menekankan aspek kemanusiaan—seperti "memberi berkah" atau "melayani sesama"—tetapi juga mengandung pesan dakwah teologis, seperti kutipan ayat Al-Qur'an atau hadis yang mendorong kepedulian sosial. Kombinasi ini menegaskan bahwa pelayanan sosial diposisikan sebagai perwujudan dakwah transformatif: bukan hanya sekadar kegiatan filantropi, tetapi juga sarana pendidikan spiritual dan pembentukan identitas keagamaan bagi pengurus dan penerima.

Analisis komentar pengikut (followers) pada posting-an tersebut memperlihatkan keterlibatan tinggi. Beberapa pengikut memberi apresiasi secara verbal ("Alhamdulillah, masjid seperti ini yang kita butuhkan"), sementara yang lain mengajukan pertanyaan praktis ("Kapan bisa ikut relawan membagi makanan?") atau bersyukur atas bantuan yang diterima ("Saya sempat mampir waktu perjalanan jauh, terima kasih tempat istirahatnya sangat membantu"). Pola interaksi ini mengindikasikan bahwa konten Instagram tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga menjadi kanal partisipasi sosial, membangun komunitas, dan menghubungkan antara pengurus masjid dan publik yang membutuhkan.

Dari wawancara mendalam dengan pengurus masjid, terungkap bahwa pengelola memang sengaja menggunakan Instagram sebagai ruang dokumentasi dan "laporan

dakwah sosial": relawan dan pengurus melihat Instagram sebagai alat untuk memperlihatkan transparansi kegiatan (mis. jumlah porsi makanan, donatur, jam layanan), sekaligus sebagai media dakwah untuk mengajak jamaah atau masyarakat luas berkontribusi (dana, tenaga, doa). Mereka percaya bahwa dengan menunjukkan kegiatan secara terbuka, masjid bisa meningkatkan kepercayaan publik dan memperluas jaringan dukungan.

Sisi relawan juga menunjukkan transformasi dalam pemaknaan keberadaan mereka: dari sekadar "bantu sesama" menjadi bagian dari misi dakwah sosial. Beberapa relawan menyatakan bahwa melalui kegiatan membagi makan dan mendampingi jamaah istirahat, mereka merasakan kedekatan spiritual dan tanggung jawab moral yang lebih besar. Aktivitas ini bukan hanya dianggap sebagai pelayanan praktis, tetapi sebagai manifestasi iman. Hal ini menegaskan bahwa dakwah transformatif dirasakan oleh pelaku sebagai jalan pengabdian yang melekat pada identitas keislaman mereka. Sementara itu, dari perspektif penerima layanan (bagi mereka yang bersedia diwawancarai), layanan makan dan ruang istirahat masjid memberikan dampak praktis yang signifikan: pengurangan kecemasan perjalanan, rasa aman dan diterima ketika singgah ke masjid, hingga dorongan spiritual dan emosional. Beberapa penerima menyatakan bahwa saat mereka mengunjungi masjid untuk istirahat, ada perasaan "dipermudah" dan "dihargai sebagai manusia, bukan beban." Ini menunjukkan dampak non-material pelayanan: rekonstruksi harga diri, keterikatan sosial, dan rasa belonging dengan institusi keagamaan.

Analisis dokumen Instagram juga mengungkap bahwa kedua akun masjid menggunakan strategi media sosial yang kaya (*media richness*): mereka memanfaatkan foto, video, story, dan caption panjang yang mengandung pesan religius, update kegiatan, testimoni penerima, serta ajakan donasi dan partisipasi. Penggunaan fitur-fitur Instagram ini tidak sekadar estetika: ia dirancang untuk menciptakan interaksi yang bermakna, memperlihatkan proses, dan membangun narasi kolektif tentang kebaikan dan tanggung jawab sosial. Dari hasil wawancara dan observasi, muncul tantangan signifikan, antara lain logistik operasional (menyediakan cukup makanan, menjaga kebersihan tempat istirahat), pengorganisasian relawan, dan transparansi donasi. Beberapa pengurus mengaku harus bekerja keras untuk menjaga transparansi keuangan agar donatur percaya, sementara relawan kadang mengalami kelelahan karena beban distribusi dan pelaporan. Namun, mereka juga melihat bahwa keberadaan akun Instagram membantu sedikit meringankan beban tersebut dengan memperkuat komunikasi dengan komunitas dan memudahkan penggalangan dukungan.

Secara sintetis, hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah transformatif melalui layanan sosial yang dipromosikan dan dioperasikan oleh masjid di Instagram memiliki dampak ganda: (1) dampak sosial-material, berupa layanan makan dan ruang istirahat nyata bagi individu rentan; (2) dampak spiritual dan identitas, baik bagi relawan maupun penerima, yang memungkinkan internalisasi nilai keagamaan; dan (3) dampak digital-komunikatif, karena Instagram berfungsi sebagai kanal transparansi, ajakan partisipatif, dan representasi misi dakwah sosial. Praktik ini memperlihatkan bahwa

media sosial bukan semata alat pamer kegiatan, melainkan medium dakwah dan pemberdayaan nyata.

Konten kedua akun masjid yang dianalisis menunjukkan pergeseran praktik dakwah ke arah yang lebih praksis: dakwah dipresentasikan melalui dokumentasi aktivitas pelayanan sosial seperti program makan gratis dan fasilitas istirahat sehingga pesan keagamaan tidak hanya berupa ceramah tetapi juga tindakan nyata yang menyasar kebutuhan masyarakat. Pendekatan yang menekankan aksi sosial sebagai bagian dari praktik keagamaan ini konsisten dengan kajian kajian tentang *digital religion* dan praktik keagamaan yang terwujud melalui media digital, di mana platform seperti Instagram berfungsi sebagai ruang untuk menampilkan dan menskalakan praktik keagamaan yang bersifat sosial-pragmatis (H. Campbell & Tsuria, 2022). Lebih jauh, integrasi kutipan ayat/hadis dalam caption yang mengiringi kegiatan pelayanan menegaskan adanya upaya legitimasi normatif: teks-teks suci dijadikan dasar etis bagi tindakan sosial sehingga pesan teologi dan aksi kemanusiaan saling memperkuat. Observasi ini selaras dengan literatur yang membahas bagaimana komunitas keagamaan menggunakan media digital untuk merekontekstualisasikan otoritas, ritual, dan nilai sehingga praktik offline dan online saling menguatkan.

Tema 1 — Representasi Dakwah Transformatif dalam Konten Instagram

Kode	Deskripsi	Contoh Data / Kutipan
R1 – Konten layanan sosial	Postingan rutin berupa dokumentasi pembagian makanan dan penyediaan ruang istirahat gratis.	"Kawan-kawan, hari ini 350 porsi telah dibagikan. Semoga berkah bagi semua." (Caption @masjidpemuda.ind, Observasi 2024)
R2 – Pesan religius pendukung	Caption menyertakan ayat atau hadis terkait kepedulian sosial.	"Rasulullah bersabda: Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat." (Caption @masjidsejutapemuda, 2024)
R3 – Visualisasi empati	Foto/video menampilkan relawan dan jamaah dalam suasana interaksi sosial hangat.	Dokumentasi kegiatan: relawan membantu lansia mengambil paket makanan.

Tema 2 — Keterlibatan dan Respons Pengikut (Followers Engagement)

Kode	Deskripsi	Contoh Data / Kutipan
K1 – Apresiasi publik	Pengikut memberikan komentar positif dan doa.	"MasyaAllah tabarakallah, semoga masjid lain ikut mencontoh." (Komentar IG)
K2 – Ketertarikan untuk bergabung	Pengikut menanyakan cara menjadi relawan atau donatur.	"Kapan ada open volunteer lagi?"

K3 – Testimoni penerima	Beberapa pengikut adalah orang yang pernah menerima layanan dan berterima kasih.	"Saya sempat singgah waktu perjalanan jauh. Terima kasih tempat istirahatnya nyaman."

Tema 3 — Pengalaman Relawan

Kode	Deskripsi	Contoh Data / Kutipan
P1 – Makna spiritual	Relawan memandang kegiatan bukan sekadar bantuan sosial, tetapi ibadah.	"Ini cara kami merasakan dekat dengan Allah." (Wawancara R2)
P2 – Penguatan identitas	Pelayanan sosial memperkuat identitas sebagai muslim peduli sesama.	"Kami merasa menjadi bagian dari perubahan kecil bagi umat."
P3 – Tantangan relawan	Kelelahan, manajemen waktu, dan logistik menjadi masalah utama.	"Yang berat itu jumlah orang datang tidak selalu terduga."

Tema 4 — Pengalaman Penerima Layanan

Kode	Deskripsi	Contoh Data / Kutipan
PL1 – Manfaat sosial-material	Makanan gratis membantu pelintas, pekerja harian, dan jamaah miskin.	"Saya terbantu sekali, apalagi akhir bulan begini." (Penerima Layanan 1)
PL2 – Rasa aman dan diterima	Ruang istirahat memberi kenyamanan untuk musafir dan pekerja malam.	"Tidur di masjid ini rasanya aman, tidak diusir."
PL3 – Dampak emosional-spiritual	Layanan memulihkan harga diri dan memberi rasa dihargai.	"Saya merasa dianggap manusia… bukan beban."

Tema 5 — Strategi Komunikasi Dakwah melalui Instagram

Kode	Deskripsi	Contoh Data / Kutipan
S1 – Penggunaan media kaya (media richness)	Memadukan foto, video, carousel, caption panjang, dan story.	Observasi postingan dokumentasi kegiatan (2024).
S2 – Transparansi kegiatan	Update jumlah porsi, donatur, dan jadwal pelayanan secara terbuka.	"Hari ini disediakan 400 porsi. Donatur: A, B, dan C."
S3 – Ajakan partisipatif	Konten ajakan donasi atau relawan disampaikan secara persuasif.	"Mari bantu gerakan kebaikan ini walau hanya dengan berbagi."

Tema 6 — Tantangan Pengelolaan Program Pelayanan Sosial

Kode	Deskripsi	Contoh Data / Kutipan

T1 – Logistik dan pendanaan	Kesulitan memastikan ketersediaan makanan setiap hari.	"Donasi kadang naik turun, kami harus menyesuaikan porsi." (Pengurus 1)
T2 – Manajemen relawan	Tidak semua relawan dapat hadir secara konsisten.	"Relawan banyak, tetapi yang bisa standby sedikit."
T3 – Kebersihan dan kapasitas tempat istirahat	Pengelolaan area istirahat memerlukan kontrol kebersihan intensif.	Catatan lapangan peneliti, 2024.

Tema 7 — Dampak Dakwah Transformatif melalui Media Sosial

Kode	Deskripsi	Contoh Data / Kutipan
D1 – Dampak jangka pendek	Meningkatnya akses publik terhadap layanan makan dan istirahat.	Data porsi makan harian: 300–500 porsi (laporan masjid).
D2 – Dampak jangka panjang	Terjadi perluasan jaringan relawan dan meningkatnya citra positif masjid.	Pertumbuhan followers + engagement bulanan (analisis IG).
D3 – Internalization of values	Publik memahami bahwa dakwah bukan ceramah semata, tetapi aksi nyata.	"Dakwah bukan hanya berbicara, tetapi melakukan." (Pengurus 2)

Keterlibatan dan Respons Pengikut (*Followers Engagement*)

Komentar, like, dan pesan yang menyatakan apresiasi atau menawarkan dukungan material mencerminkan terbentuknya komunitas virtual yang peduli — bukan sekadar audiens pasif. Interaksi semacam ini mengindikasikan bahwa platform sosial memfasilitasi partisipasi emosional dan moral sehingga akun masjid menjadi ruang komunitas yang memobilisasi solidaritas sosial; hal ini sejalan dengan temuan studi tentang praktik agama di media digital yang menunjukkan munculnya budaya religius partisipatoris. Tindak lanjut dari keterlibatan ini juga terlihat berupa peningkatan minat nyata publik untuk menjadi relawan atau berdonasi, yang mempertegas fungsi Instagram sebagai alat mobilisasi sosial yang bukan hanya dokumentasi. Temuan ini konsisten dengan kajian empiris yang menempatkan organisasi keagamaan, termasuk masjid sebagai aktor penting dalam penyediaan barang publik dan mobilisasi sumber daya saat dibarengi komunikasi yang efektif. Selain itu, publikasi testimoni penerima layanan di platform memperkuat legitimasi moral masjid, karena testimoni menghadirkan bukti manfaat langsung bagi kelompok rentan.

Pengalaman Relawan dalam Pelayanan Sosial Berbasis Dakwah

Relawan melaporkan bahwa keterlibatan dalam program pelayanan dipandang sebagai bentuk ibadah dan manifestasi nilai-nilai agama; pengalaman membantu orang lain

berfungsi sebagai arena pembentukan subjektivitas religius dan praktik kesalehan yang terwujud dalam tindakan sosial. Penafsiran semacam ini konsisten dengan literatur yang menunjukkan bahwa pekerjaan sukarela dalam konteks religi tidak hanya dimotivasi oleh kewajiban ritual, tetapi juga membentuk identitas religius secara aktif (Denning, 2021). Namun pengalaman operasional mengungkap juga friksi: relawan mengalami kelelahan, tekanan waktu, dan inkonsistensi jumlah tenaga, yang berpotensi mengancam keberlanjutan program. Kebutuhan akan struktur manajemen relawan yang lebih formal dan mekanisme pengaturan tugas menjadi jelas agar inisiatif dakwah yang bersifat aksi tetap berkelanjutan secara organisasi dan bukan hanya episodik. Kajian tentang peran rumah-ibadah dalam membangun kapasitas sipil dan keterampilan sosial menegaskan pentingnya institusionalisasi praktik sukarela untuk efektivitas jangka panjang (Lussier, 2019).

Pengalaman Penerima Layanan Sosial Masjid

Penerima layanan melaporkan dampak langsung pada kebutuhan material hingga akses makan dan tempat istirahat membantu memenuhi kebutuhan dasar harian, terutama bagi musafir, pekerja harian, dan mereka yang rentan secara ekonomi. Dampak material ini menunjukkan bahwa dakwah yang berwujud layanan sosial dapat memberikan manfaat kesejahteraan nyata dan segera, sesuai temuan riset tentang peran masjid dan organisasi berbasis iman dalam penyediaan jasa social (Kızılay, 2024). Selain itu, dimensi psikososial yang muncul seperti rasa aman, diterima, terhindar dari stigma yang menunjukkan bahwa layanan masjid juga berfungsi sebagai *social sanctuary*. Interaksi yang tidak menghakimi dan dukungan komunitas memperkuat harga diri penerima serta keterikatan emosional pada lembaga, sehingga dampak pelayanan bersifat multi-dimensional (material serta psikososial). Literatur kasus tentang pusat bantuan yang beroperasi di dalam masjid menunjukkan bahwa kombinasi bantuan fisik dan dukungan sosial berkontribusi pada proses reintegrasi sosial.

Strategi Komunikasi Dakwah melalui Instagram

Strategi konten yang memanfaatkan variasi media seperti foto, video, carousel, story, dan caption Panjang yang mencerminkan kesadaran akan *media richness*: semakin beragam format yang dipakai, semakin besar kemampuan pesan untuk menyampaikan nuansa (emosional, informatif, dan instruksional) sehingga audiens lebih terlibat dan termotivasi bertindak. Hal ini konsisten dengan kerangka teoretis media dan bukti empiris tentang efektivitas penggunaan media kaya dalam komunikasi organisasi keagamaan. Transparansi operasional (mis. pelaporan jumlah porsi, sumber donasi) yang dipublikasikan secara rutin berfungsi sebagai mekanisme akuntabilitas yang memperkuat kepercayaan publik dan potensi partisipasi finansial yang berkelanjutan. Evidensi dari studi tentang manajemen organisasi filantropi Islam menunjukkan bahwa keterbukaan informasi meningkatkan legitimasi dan minat donor terhadap program sosial berbasis agama. Oleh karena itu, praktik pelaporan multimedia di Instagram menjadi strategi komunikatif sekaligus mekanisme tata kelola (Zulfathurrahmah et al., 2024).

Tantangan Pengelolaan Program Pelayanan Sosial Masjid

Hambatan pendanaan yang fluktuatif dan keterbatasan logistik muncul sebagai kendala utama dalam menjaga konsistensi layanan. Kajian terhadap penyelenggaraan layanan berbasis masjid menyarankan perluasan kemitraan (mis. dengan lembaga zakat, LSM, atau pemerintah lokal) untuk memastikan stabilitas sumber daya dan kontinuitas program. Tanpa mekanisme kolaboratif dan sumber pendanaan yang lebih terstruktur, program yang efektif secara sosial berisiko terhenti karena aspek operasional. Di sisi lain, manajemen relawan dan standar operasional (kebersihan, kapasitas ruang, jadwal layanan) memerlukan pengaturan yang lebih sistematis. Kasus-kasus praktik sosial di masjid menekankan perlunya SOP dan pengorganisasian relawan yang profesional agar kualitas layanan tetap terjaga dan beban kerja tidak hanya ditumpuk pada relawan episodik. Penguatan kapasitas administratif dan tata kelola merupakan aspek penting agar dakwah transformatif berfungsi berkelanjutan (Moslehi et al., 2023).

Dampak Dakwah Transformatif melalui Media Sosial

Secara jangka pendek, program makan gratis dan ruang istirahat meningkatkan kesejahteraan langsung penerima; ini merupakan wujud dakwah *bil-hal* (dakwah lewat tindakan) yang berdampak nyata. Bukti empiris tentang peran rumah-ibadah dalam penyediaan barang publik menunjukkan efektivitas intervensi semacam ini untuk memenuhi kebutuhan darurat dan rutin masyarakat rentan. Dalam jangka panjang, dokumentasi konsisten program melalui Instagram membantu memperkuat reputasi masjid sebagai lembaga pelayanan sosial, meningkatkan jaringan relawan, dan memfasilitasi internalisasi nilai kepedulian di antara pengikut digital. Transformasi ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi kanal informasi, tetapi juga arena pendidikan nilai dan pembentukan perilaku kolektif yang mendukung kepedulian sosial sebagai elemen dakwah. Kajian tentang *digital religion* menegaskan peran media digital dalam mengubah praktik, identitas, dan otoritas keagamaan—sehingga dampak jangka panjang bersifat strukturik, bukan sekadar episodic (Abu-Ras et al., 2024).

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa praktik dakwah transformatif yang dilakukan oleh @masjidpemuda.ind dan @masjidsejutapemuda melalui pelayanan makan gratis dan penyediaan tempat istirahat terbukti memberikan dampak multi-dimensi bagi masyarakat. Analisis konten Instagram, wawancara relawan, pengurus, dan penerima layanan menunjukkan bahwa pelayanan sosial bukan hanya memenuhi kebutuhan material kelompok rentan, tetapi juga membangun rasa aman, penghargaan, dan penguatan spiritual. Temuan ini sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengevaluasi bagaimana dakwah transformatif dikonstruksi melalui narasi digital sekaligus diwujudkan dalam kegiatan layanan sosial. Praktik dakwah yang ditampilkan melalui unggahan Instagram menegaskan bahwa dakwah tidak hanya berbentuk ceramah, tetapi

juga dapat diwujudkan melalui tindakan nyata yang mengubah kehidupan masyarakat secara langsung.

Implikasi penelitian ini secara teoretis menunjukkan bahwa dakwah transformatif memiliki relevansi tinggi dalam konteks masyarakat urban kontemporer yang menghadapi tekanan ekonomi dan sosial. Media sosial berperan sebagai ruang dakwah yang memperluas jangkauan pesan keagamaan, membangun kepercayaan publik, dan memobilisasi partisipasi sosial. Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi pengembangan model pelayanan sosial berbasis masjid yang berkelanjutan. Pengurus masjid dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat transparansi, edukasi, serta penguatan jaringan relawan dan donatur. Temuan ini menegaskan bahwa integrasi pelayanan sosial dan komunikasi digital dapat meningkatkan peran masjid sebagai pusat kesejahteraan komunitas, bukan hanya pusat ibadah ritual.

Meskipun demikian, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, antara lain keterbatasan akses data internal masjid, jumlah informan yang relatif terbatas, serta ketergantungan pada observasi konten digital yang tidak sepenuhnya dapat mewakili dinamika offline. Keterbatasan ini penting diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil penelitian. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas lokasi studi pada lebih banyak masjid, memadukan analisis kuantitatif dampak layanan sosial, atau mengeksplorasi strategi dakwah digital pada platform lain seperti TikTok dan YouTube. Penelitian mendatang juga dapat menelaah bagaimana layanan sosial berbasis masjid berkontribusi pada pembangunan kesejahteraan sosial jangka panjang, guna memperkaya pemahaman tentang integrasi dakwah, teknologi, dan pelayanan kemanusiaan.

Daftar Pustaka

Abu-Ras, W., Aboul-Enein, B. H., Almoayad, F., Benajiba, N., & Dodge, E. (2024). Mosques and Public Health Promotion: A Scoping Review of Faith-Driven Health Interventions. *Health Education & Behavior*, *51*(5), 677–690. https://doi.org/10.1177/10901981241252800

Badan Pusat Statistik Indonesia. (n.d.). *Prevalensi Ketidakcukupan Konsumsi Pangan – Tabel Statistik*. Retrieved November 26, 2025, from https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTQ3MyMy/prevalensi-ketidakcukupan-konsumsi-pangan.html

Boro, E., Sapra, T., De Lavison, J.-F., Dalabona, C., Ariyaratne, V., & Samsudin, A. (2022). The Role and Impact of Faith-Based Organisations in the Management of and Response to COVID-19 in Low-Resource Settings: Policy & Practice Note. *Religion and Development*, *1*(1), 132–145. https://doi.org/10.30965/27507955-20220008

Campbell, H., & Tsuria, R. (Eds.). (2022). *Digital religion: Understanding religious practice in digital media* (2nd edition). Routledge, Taylor & Francis Group. https://doi.org/10.4324/9780429295683

Craig, D. M. (2012). EVERYONE AT THE TABLE: Religious Activism and Health Care Reform in Massachusetts. *The Journal of Religious Ethics*, *40*(2), 335–358.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2017). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications.

Dehejia, R., DeLeire, T., & Luttmer, E. F. P. (2007). Insuring consumption and happiness through religious organizations. *Journal of Public Economics*, *91*(1), 259–279. https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2006.05.004

Denning, S. (2021). The effect of volunteering upon volunteers' Christian faith: Food poverty and holiday hunger. *Geoforum*, *119*, 52–60. https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2020.12.014

Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, embodied and everyday*. Bloomsbury Academic.

Kholili, M., Izudin, A., & Hakim, M. L. (2024). Islamic proselytizing in digital religion in Indonesia: The challenges of broadcasting regulation. *Cogent Social Sciences*, *10*(1), 2357460. https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2357460

Kızılay, Ş. E. (2024). The Homeless, the Imams, and the Transformation of the Mosque: The Case of Istanbul Hz. Kaab Mosque. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, *44*(2), 555–558. https://doi.org/10.26650/sj.2024.44.2.0697

Kotani, H., Tamura, M., & Nejima, S. (2022). Mosques in Japan responding to COVID-19 pandemic: Infection prevention and support provision. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, *69*, 102702. https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2021.102702

Kozinets, R. V. (2020). *Netnography the essential guide to qualitative social media research* (3e ed.). SAGE Publications.

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *InterViews: Learning the craft of qualitative research interviewing* (2nd ed). Sage Publications.

Lengauer, D. (2018). Sharing semangat taqwa: Social media and digital Islamic socialities in Bandung. *Indonesia and the Malay World*, *46*(134), 5–23. https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1415276

Lussier, D. N. (2019). Mosques, Churches, and Civic Skill Opportunities in Indonesia. *Journal for the Scientific Study of Religion*, *58*(2), 415–438.

Moslehi, S., Dehghani, A., Masoumi, G., Sheikhi, R. A., & Shirazi, F. B. (2023). The Role of the Mosque as an Emergency Shelter in Disasters: A Systematic Review. *Health in Emergencies & Disasters Quarterly*, *8*(Special Issue), 223–232.

Rahman, M. F. B. Abd., Mastuki, N., & Yusof, S. N. S. (2015). Performance Measurement Model of Mosques. *Procedia Economics and Finance*, *31*, 26–35. https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01128-4

Rohimat, A. M., Putra, R. N. A., Kholis, N., & Istanto, I. (2022). Model Manajemen Masjid Transformatif bagi Masyarakat di Masa Pandemi Covid-19. *Transformatif : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(1), 35–56. https://doi.org/10.22515/tranformatif.v3i1.5141

Yin, R. K. (with Campbell, D. T.). (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (Sixth edition). SAGE Publications, Inc.

Yuli Indah Sari, & Bin Mislan Cokrohadisumarto, W. (2024). Mosque-Based Integrated Community Empowerment Model. *Islamic Social Finance*, *4*(1). https://doi.org/10.58968/isf.v4i1.372

Zulfathurrahmah, Z., Baehaqi, A., & Wahyu Prabowo, T. J. (2024). Accountability of Islamic Non-Governmental Organizations in Indonesia: A Netnographic Study. *Jati: Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia*, *7*(1), 68–82. https://doi.org/10.18196/jati.v7i1.21596