



Dakwah Berbasis Kemanusiaan dan Transformasi Religius: Studi pada Komunitas Musawarah

Eva Riyanty Lubis¹, Sholeh Fikri², Icol Dianto³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, Padangsidempuan,
Sumatera Utara, Indonesia

Email : ayana.kim05@gmail.com , sholehfikri@uinsyahada.ac.id ,
icoldianto@uinsyahada.ac.id

Abstrak

Fenomena hijrah figur publik di era digital telah banyak dikaji dalam perspektif dakwah digital dan komodifikasi agama, namun masih terbatas penelitian yang menghubungkan dakwah berbasis kemanusiaan dengan transformasi religius dan partisipasi sosial dalam satu kerangka analitis yang terpadu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi dakwah berbasis kemanusiaan pada Komunitas Musawarah serta dampaknya terhadap transformasi religius dan partisipasi sosial anggotanya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi terhadap aktivitas komunitas serta dokumentasi digital yang bersumber dari konten media sosial, laporan kegiatan, dan publikasi komunitas, kemudian dianalisis menggunakan teori Difusi Inovasi Everett M. Rogers. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah berbasis kemanusiaan diwujudkan melalui integrasi kajian keislaman, aksi sosial, dan mobilisasi digital yang diperkuat oleh peran figur publik sebagai opinion leader. Transformasi religius anggota tidak hanya bersifat simbolik, tetapi juga tercermin dalam perubahan orientasi nilai dan peningkatan keterlibatan sosial. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan model dakwah humanis yang transformatif dalam konteks komunitas urban kontemporer.

Kata kunci: dakwah berbasis kemanusiaan, transformasi religius, partisipasi sosial, Musawarah, difusi inovasi.

Abstract

The phenomenon of celebrity hijrah in the digital era has been widely examined from the perspectives of digital da'wah and religious commodification. However, limited studies have integrated humanitarian-based da'wah with religious transformation and social participation within a unified analytical framework. This study aims to analyze the implementation of humanitarian-based da'wah within the Musawarah Community (Muda Sakinah Mawaddah Warahmah) and its impact on members' religious transformation and social participation. Employing a qualitative approach with a case study method, data were collected through observation and digital documentation derived from the community's social media content and activity reports. The analysis was guided by Everett M. Rogers' Diffusion of Innovation theory. The findings reveal that humanitarian-based da'wah is manifested through the integration of religious study sessions, social action programs, and digital mobilization, strengthened by the role of public figures as opinion leaders. Members' religious transformation extends beyond symbolic change, reflected in shifts in value orientation and increased social engagement. This study contributes to the development of a transformative and humanistic da'wah model relevant to contemporary urban communities.

Keywords: humanitarian-based da'wah, religious transformation, social participation, Musawarah, diffusion of innovation.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mentransformasi praktik keberagamaan dari ruang privat menuju ruang publik yang termediasi oleh platform daring. Studi global menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi medium komunikasi religius, tetapi juga arena produksi identitas, otoritas, dan komunitas keagamaan baru (Campbell, 2013; Cheong et al., 2012; Lövheim & Campbell, 2017). Penelitian tentang agama dan digitalitas menegaskan bahwa praktik keagamaan kontemporer mengalami hibridisasi antara otoritas tradisional dan figur publik yang memperoleh legitimasi melalui visibilitas media (Hjarvard, 2016; Hoover, 2019). Fenomena hijrah figur publik di Indonesia merupakan bagian dari dinamika global tersebut, di mana transformasi religius dipertontonkan secara terbuka dan dikonstruksi melalui narasi visual yang intens (Beta, 2014; Hasan, 2012).

Kajian terdahulu banyak membahas hijrah dalam perspektif komodifikasi agama, *branding* religius, dan ekonomi simbolik (Amna, 2019; Fealy & White, 2008). Analisis tersebut memberikan kontribusi penting, namun cenderung berhenti pada kritik terhadap simbolisme dan industri religius. Keterbatasan tersebut membuka ruang penelitian yang lebih mendalam untuk memahami bagaimana praktik hijrah dapat bertransformasi menjadi gerakan sosial berbasis aksi nyata. Pendekatan dakwah berbasis kemanusiaan menjadi relevan untuk dianalisis karena menghadirkan agama sebagai kekuatan etis yang terlibat langsung dalam problem sosial, bukan sekadar identitas performatif (Esposito, 2011; Mandaville, 2014). Oleh karena itu, studi ini menempatkan fenomena hijrah dalam kerangka transformasi religius yang berdampak sosial, bukan hanya perubahan simbolik.

Dakwah dalam konteks modern tidak lagi terbatas pada penyampaian pesan verbal, tetapi berkembang menjadi praktik sosial yang terintegrasi dengan dinamika komunikasi massa dan jaringan digital (Bunt, 2009; Echchaibi, 2011). Literatur dakwah kontemporer menekankan pentingnya pendekatan humanis yang menempatkan nilai keadilan, solidaritas, dan pelayanan sosial sebagai inti strategi komunikasi keagamaan (Wiktorowicz, 2004; Roy, 2004). Transformasi tersebut sejalan dengan teori *mediatization of religion* yang menjelaskan bahwa agama mengalami restrukturisasi ketika berinteraksi dengan logika media (Hjarvard, 2008).

Dalam konteks Indonesia, kelas menengah Muslim urban menjadi aktor penting dalam produksi budaya religius baru yang lebih ekspresif dan partisipatif (Ricklefs, 2012; Jones, 2010). Komunitas hijrah yang dipimpin figur publik berfungsi sebagai ruang kolektif untuk membangun identitas religius sekaligus jaringan sosial yang kuat (Lukens-Bull, 2013). Namun, penelitian empiris yang mengaitkan dakwah berbasis kemanusiaan dengan perubahan orientasi

nilai dan partisipasi sosial anggota komunitas masih terbatas. Sebagian studi menekankan peran *influencer* dalam membentuk kesadaran religius (Abidin, 2016; Lim, 2017), tetapi belum menguji secara sistematis bagaimana aksi sosial konkret memengaruhi transformasi keberagamaan. Kekosongan inilah yang menjadi titik tolak penelitian ini.

Transformasi religius dalam perspektif sosiologi agama dipahami sebagai perubahan mendalam pada dimensi kognitif, afektif, dan konatif individu (Paloutzian, 2005; Snow & Machalek, 1984). Proses tersebut tidak terjadi secara instan, melainkan melalui interaksi sosial, internalisasi nilai, dan legitimasi kolektif (Berger, 1967; Stark & Finke, 2000). Teori Difusi Inovasi memberikan kerangka untuk memahami bagaimana nilai atau praktik baru diadopsi dalam suatu sistem sosial melalui peran *opinion leader* (Rogers, 2003). Dalam konteks komunitas religius digital, figur publik memiliki kapasitas untuk mempercepat adopsi norma melalui otoritas simbolik dan daya tarik personal (Katz & Lazarsfeld, 1955; Turcotte et al., 2015).

Studi tentang agama dan media sosial menunjukkan bahwa legitimasi religius kini semakin dipengaruhi oleh kedekatan emosional dan autentisitas yang ditampilkan di ruang daring (Baym, 2015; Papacharissi, 2010). Meski demikian, belum banyak penelitian yang menguji bagaimana dakwah berbasis kemanusiaan sebagai inovasi sosial dapat menghasilkan transformasi religius yang berkelanjutan. Penelitian ini berupaya menjawab persoalan tersebut dengan menganalisis mekanisme difusi nilai melalui praktik bil-hal dalam komunitas Musawarah.

Partisipasi sosial keagamaan merupakan indikator penting dari keberagamaan transformatif. Literatur tentang *civic engagement* menegaskan bahwa agama dapat menjadi sumber modal sosial yang memperkuat solidaritas dan aksi kolektif (Putnam, 2000; Smidt, 2003). Dalam masyarakat urban, partisipasi sosial berbasis agama sering kali terhubung dengan jaringan filantropi, advokasi, dan pemberdayaan (Clarke & Jennings, 2008; Bielefeld & Cleveland, 2013). Penelitian di berbagai konteks menunjukkan bahwa komunitas religius yang mengintegrasikan aksi sosial memiliki tingkat kohesi dan komitmen yang lebih tinggi dibanding komunitas berbasis simbolisme semata (Beckford, 2003; Woodhead, 2016).

Fenomena ini relevan untuk memahami dinamika komunitas hijrah di Indonesia, di mana aksi sosial menjadi sarana pembuktian autentisitas religius (Hasan, 2009). Namun, hubungan antara dakwah berbasis kemanusiaan dan peningkatan partisipasi sosial belum banyak dianalisis secara sistematis melalui pendekatan studi kasus yang mendalam. Penelitian

ini mengisi kekosongan tersebut dengan mengeksplorasi bagaimana integrasi kajian keislaman, aksi kemanusiaan, dan mobilisasi digital membentuk pola partisipasi anggota komunitas.

Dengan demikian, penelitian ini berangkat dari dua celah utama dalam literatur. Pertama, minimnya integrasi antara studi hijrah digital dan analisis transformasi religius berbasis aksi sosial. Kedua, keterbatasan kajian empiris yang menguji dakwah bil-hal dalam kerangka teori difusi inovasi. Studi ini bertujuan menganalisis bentuk implementasi dakwah berbasis kemanusiaan pada Komunitas Musawarah, proses difusi nilai melalui figur publik, serta dampaknya terhadap transformasi religius dan partisipasi sosial anggota. Kontribusi teoretis penelitian ini terletak pada pengembangan model dakwah humanis yang transformatif dalam komunitas urban kontemporer. Kontribusi empirisnya berupa penyediaan bukti mengenai hubungan antara aksi sosial, legitimasi simbolik, dan perubahan orientasi nilai dalam komunitas hijrah digital.

KERANGKA TEORITIS

Dakwah berbasis kemanusiaan dalam penelitian ini dipahami sebagai transformasi dari model dakwah normatif menuju pendekatan praksis yang berorientasi pada pelayanan sosial dan pemberdayaan masyarakat. Literatur klasik menempatkan dakwah sebagai aktivitas amar ma'ruf nahi munkar yang bersifat normatif (Al-Bayanuni, 1993), sementara kajian kontemporer memperluasnya sebagai proses komunikasi sosial yang berorientasi perubahan (Madjid, 1992; Esposito, 2011). Perkembangan masyarakat modern yang ditandai dengan *mediatization of religion* menyebabkan otoritas dakwah tidak lagi sepenuhnya berada dalam struktur institusional formal, melainkan tersebar melalui jaringan digital dan figur publik (Hjarvard, 2008; Hoover, 2019).

Konsep dakwah bil-hal menjadi relevan dalam konteks ini karena menghadirkan Islam sebagai praksis etis yang menyentuh kebutuhan riil masyarakat (Sagor, 2015). Pendekatan humanis dalam dakwah selaras dengan gagasan Islam rahmatan lil 'alamin yang menekankan nilai keadilan sosial dan solidaritas universal (Khan, 2013; Mandaville, 2014). Literatur tentang *faith-based organizations* menunjukkan bahwa organisasi keagamaan yang mengintegrasikan spiritualitas dan aksi sosial cenderung memiliki daya legitimasi yang lebih kuat di ruang publik (Clarke & Jennings, 2008; Bielefeld & Cleveland, 2013). Dalam konteks tersebut, dakwah berbasis kemanusiaan dapat diposisikan sebagai inovasi sosial yang mentransformasikan simbol religius menjadi praktik kolektif yang berdampak nyata.

Transformasi religius dalam penelitian ini merujuk pada perubahan multidimensional dalam struktur kesadaran dan tindakan individu. Paloutzian (2005) menjelaskan bahwa transformasi religius melibatkan perubahan sistem makna yang mendasar, sementara Snow dan Machalek (1984) melihat konversi sebagai proses rekonstruksi identitas. Perspektif konstruksionisme sosial menegaskan bahwa identitas religius terbentuk melalui interaksi sosial yang berulang (Berger, 1967). Dalam masyarakat digital, proses tersebut semakin dipercepat oleh jaringan komunikasi daring yang memungkinkan reproduksi simbol dan legitimasi kolektif secara simultan (Campbell, 2013; Lövheim & Campbell, 2017). Studi tentang Muslim *middle class* menunjukkan bahwa religiusitas urban kontemporer cenderung ekspresif sekaligus performatif, tetapi dapat berkembang menjadi partisipatif ketika didukung oleh komunitas yang kohesif (Hasan, 2012; Jones, 2010). Transformasi religius yang substantif ditandai oleh perubahan orientasi nilai, peningkatan komitmen spiritual, serta keterlibatan sosial yang konsisten (Stark & Finke, 2000). Dengan demikian, transformasi religius tidak berhenti pada simbolisme identitas, melainkan terwujud dalam perilaku sosial yang konkret.

Partisipasi sosial keagamaan dipahami sebagai manifestasi eksternal dari transformasi religius yang bersifat transformatif. Teori modal sosial Putnam (2000) menekankan bahwa komunitas berbasis nilai memiliki kapasitas untuk memperkuat kepercayaan dan solidaritas kolektif. Smidt (2003) menunjukkan bahwa agama berfungsi sebagai sumber civic engagement melalui jaringan sosial yang terstruktur. Dalam konteks global, *faith-based activism* terbukti efektif dalam menggerakkan aksi kemanusiaan dan advokasi sosial (Clarke, 2006; Wuthnow, 2012). Penelitian tentang gerakan Islam kontemporer juga menegaskan bahwa aksi sosial menjadi sarana legitimasi moral di ruang publik (Wiktorowicz, 2004; Roy, 2004). Media sosial memperluas dimensi partisipasi melalui mobilisasi digital yang cepat dan lintas batas (Lim, 2017; Papacharissi, 2010). Integrasi antara aksi *offline* dan mobilisasi *online* menciptakan bentuk partisipasi hibrid yang memperkuat keterlibatan anggota komunitas. Dalam konteks ini, dakwah berbasis kemanusiaan berfungsi sebagai jembatan antara spiritualitas personal dan aksi sosial kolektif.

Sebagai pisau analisis utama, penelitian ini menggunakan Teori Difusi Inovasi dari Rogers (2003). Teori ini menjelaskan bahwa adopsi inovasi dipengaruhi oleh empat elemen utama: inovasi, saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial. Proses difusi melibatkan tahapan pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. *Opinion leader* memainkan peran sentral dalam mempercepat adopsi inovasi karena memiliki kredibilitas dan pengaruh dalam jaringan sosial (Katz & Lazarsfeld, 1955). Dalam konteks media sosial, figur publik

berfungsi sebagai node sentral yang memperkuat legitimasi pesan dan memengaruhi perilaku pengikut (Turcotte et al., 2015; Abidin, 2016). Integrasi teori difusi inovasi dengan studi dakwah memungkinkan analisis yang komprehensif terhadap mekanisme penyebaran nilai keagamaan melalui praktik bil-hal. Kerangka ini membantu menjelaskan bagaimana dakwah berbasis kemanusiaan dalam komunitas Musawarah bertransformasi dari praktik individual menjadi gerakan kolektif yang berdampak sosial.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus intrinsik untuk memahami secara mendalam praktik dakwah berbasis kemanusiaan dalam konteks Komunitas Musawarah. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan eksplorasi makna, pengalaman, dan dinamika sosial yang tidak dapat direduksi menjadi variabel kuantitatif (Creswell & Poth, 2018; Denzin & Lincoln, 2018). Studi kasus digunakan karena penelitian berfokus pada satu entitas sosial yang memiliki karakteristik khas, yakni komunitas hijrah yang dipimpin figur publik dan mengintegrasikan aksi sosial dalam strategi dakwahnya (Yin, 2018; Stake, 1995). Desain ini memungkinkan analisis kontekstual terhadap interaksi antara struktur komunitas, praktik digital, dan partisipasi sosial anggota. Perspektif konstruktivis digunakan sebagai landasan epistemologis untuk memahami realitas sosial sebagai hasil konstruksi bersama melalui interaksi simbolik dan komunikasi kolektif (Berger & Luckmann, 1966). Kerangka tersebut relevan untuk menelaah bagaimana nilai religius diinternalisasi melalui praktik bil-hal dan legitimasi figur publik sebagai opinion leader dalam sistem sosial komunitas.

Lokasi penelitian berada pada aktivitas Komunitas Musawarah yang berpusat di wilayah Tangerang Selatan serta ruang digital yang dikelola komunitas melalui media sosial. Objek penelitian adalah aktivitas dakwah berbasis kemanusiaan dalam Komunitas Musawarah yang terepresentasi melalui kegiatan komunitas serta dokumentasi digital yang dipublikasikan melalui media sosial. Teknik pemilihan informan menggunakan *purposive sampling* dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung dalam program dakwah berbasis kemanusiaan (Patton, 2015).

Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif terbatas dan analisis dokumentasi digital. Observasi dilakukan untuk memahami praktik dakwah berbasis kemanusiaan dalam aktivitas komunitas secara langsung maupun melalui pemantauan aktivitas yang dipublikasikan di media sosial komunitas (Emerson, Fretz, & Shaw, 2011). Dokumentasi

digital meliputi konten media sosial, laporan kegiatan, serta materi publikasi komunitas yang digunakan sebagai sumber data untuk memahami dinamika dakwah berbasis kemanusiaan dan partisipasi sosial anggota. Analisis dokumentasi digital dilakukan melalui penelusuran dan pengkategorian konten media sosial komunitas yang berkaitan dengan kegiatan dakwah, aksi kemanusiaan, serta mobilisasi sosial anggota (Bowen, 2009).

Analisis data dilakukan secara interaktif menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang mencakup reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan secara iteratif. Proses analisis dilakukan sejak tahap pengumpulan data untuk mengidentifikasi pola, kategori, dan tema yang relevan dengan fokus penelitian. Teknik coding tematik digunakan untuk mengorganisasi data berdasarkan kategori konseptual seperti bentuk dakwah bil-hal, mekanisme difusi nilai, transformasi religius, dan partisipasi sosial (Saldaña, 2016). Validitas penelitian dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, member checking, serta audit trail untuk memastikan transparansi proses analisis (Lincoln & Guba, 1985; Tracy, 2010). Refleksivitas peneliti juga diperhatikan untuk meminimalkan bias interpretatif dalam memahami dinamika komunitas (Finlay, 2002). Pendekatan metodologis ini memungkinkan pemahaman komprehensif terhadap mekanisme dakwah berbasis kemanusiaan sebagai inovasi sosial yang memengaruhi transformasi religius dan partisipasi sosial anggota komunitas.

HASIL PENELITIAN

Implementasi Dakwah Berbasis Kemanusiaan dalam Komunitas Musawarah

Implementasi dakwah berbasis kemanusiaan dalam komunitas Musawarah memperlihatkan bahwa praktik dakwah kontemporer tidak lagi terbatas pada penyampaian pesan keagamaan secara verbal melalui ceramah atau kajian rutin. Aktivitas dakwah yang dijalankan komunitas ini mengintegrasikan kegiatan spiritual dengan berbagai aksi sosial yang berorientasi pada pelayanan masyarakat. Integrasi antara dimensi spiritual dan sosial tersebut menjadikan dakwah tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran nilai keagamaan, tetapi juga sebagai gerakan sosial yang memberikan dampak nyata bagi masyarakat.

Kegiatan dakwah dalam komunitas Musawarah mencakup berbagai aktivitas seperti kajian keislaman, penggalangan dana kemanusiaan, distribusi bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan, serta partisipasi dalam kegiatan sosial yang berkaitan dengan penanganan bencana atau isu kemanusiaan lainnya. Praktik dakwah yang demikian menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam tidak hanya dipahami sebagai ajaran normatif, tetapi juga diwujudkan dalam tindakan nyata yang mencerminkan kepedulian sosial. Model dakwah semacam ini sering

disebut sebagai dakwah bil-hal, yaitu penyampaian pesan Islam melalui tindakan konkret yang memberikan manfaat langsung bagi masyarakat (Kusnadi, 2022; Sari & Mubarak, 2023).

Media sosial memainkan peran penting dalam implementasi dakwah berbasis kemanusiaan tersebut. Dokumentasi kegiatan sosial yang dipublikasikan melalui platform digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai medium mobilisasi sosial yang mampu mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan kemanusiaan. Konten digital yang menampilkan kegiatan sosial komunitas membangun kesadaran bahwa praktik keberagamaan tidak hanya berkaitan dengan ibadah personal, tetapi juga dengan tanggung jawab sosial terhadap sesama manusia.

Penggunaan media sosial dalam dakwah telah menjadi fenomena yang berkembang pesat di Indonesia. Penelitian menunjukkan bahwa platform digital memberikan peluang baru bagi aktivitas dakwah karena mampu menjangkau audiens yang lebih luas serta menciptakan interaksi yang lebih dinamis antara dai dan masyarakat (Nasrullah, 2021; Amin & Hidayat, 2022). Konten dakwah yang dikemas secara visual dan naratif juga terbukti mampu meningkatkan keterlibatan audiens serta memperkuat internalisasi nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari (Rahman, 2021; Hidayat & Prasetyo, 2023).

Praktik dakwah berbasis kemanusiaan dalam komunitas Musawarah juga memperlihatkan bahwa integrasi antara aktivitas keagamaan dan kegiatan sosial dapat memperkuat legitimasi dakwah di ruang publik. Komunitas dakwah yang aktif dalam kegiatan kemanusiaan cenderung memperoleh tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dari masyarakat karena dakwah yang dilakukan dianggap lebih relevan dengan kebutuhan sosial (Hakim, 2021; Maulana, 2022). Kepercayaan tersebut penting dalam membangun hubungan antara komunitas dakwah dan masyarakat luas.

Aktivitas sosial yang dilakukan komunitas Musawarah juga menunjukkan adanya proses pembentukan solidaritas sosial di antara anggota komunitas. Keterlibatan dalam kegiatan kemanusiaan menciptakan pengalaman kolektif yang memperkuat rasa kebersamaan serta identitas komunitas sebagai kelompok yang memiliki tujuan sosial dan religius yang sama. Solidaritas sosial semacam ini merupakan salah satu faktor penting dalam keberlanjutan gerakan dakwah berbasis komunitas (Putra & Lestari, 2023; Arifin, 2022).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa dakwah berbasis kemanusiaan tidak hanya berfungsi sebagai strategi komunikasi keagamaan, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan masyarakat. Praktik dakwah yang mengintegrasikan kajian keislaman dengan aksi sosial mampu menghadirkan model dakwah yang lebih kontekstual dan adaptif terhadap dinamika

masyarakat modern. Model dakwah semacam ini juga menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam dapat diwujudkan dalam bentuk tindakan sosial yang memberikan kontribusi nyata bagi kehidupan masyarakat.

Proses Difusi Nilai melalui Peran Figur Publik

Proses penyebaran nilai dakwah berbasis kemanusiaan dalam komunitas Musawarah dipengaruhi secara signifikan oleh peran figur publik yang terlibat dalam aktivitas komunitas. Figur publik berfungsi sebagai opinion leader yang memiliki pengaruh besar dalam membentuk persepsi, sikap, dan perilaku anggota komunitas. Keberadaan figur publik yang aktif dalam kegiatan sosial memperkuat legitimasi pesan dakwah serta meningkatkan kepercayaan anggota terhadap nilai-nilai yang disampaikan.

Keterlibatan figur publik dalam kegiatan kemanusiaan memberikan contoh nyata tentang bagaimana nilai-nilai keagamaan dapat diimplementasikan dalam kehidupan sosial. Keteladanan yang ditunjukkan figur publik memperkuat proses internalisasi nilai karena anggota komunitas tidak hanya menerima pesan dakwah secara verbal, tetapi juga melihat praktik langsung dari nilai-nilai tersebut. Fenomena ini menunjukkan bahwa dakwah tidak hanya berlangsung melalui komunikasi simbolik, tetapi juga melalui praktik sosial yang dapat diamati oleh anggota komunitas.

Media sosial memperkuat pengaruh figur publik dalam proses difusi nilai tersebut. Platform digital memungkinkan figur publik membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens melalui narasi personal, dokumentasi kegiatan sosial, serta interaksi langsung dengan pengikut. Hubungan emosional yang terbentuk melalui media sosial meningkatkan tingkat kepercayaan audiens terhadap pesan yang disampaikan (Hakim, 2021; Rahman & Yusuf, 2024).

Fenomena influencer keagamaan di media sosial menjadi salah satu karakteristik penting dalam perkembangan dakwah kontemporer di Indonesia. Influencer keagamaan mampu menjangkau audiens yang luas serta menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang lebih komunikatif dan kontekstual. Penelitian menunjukkan bahwa kehadiran influencer dalam dakwah digital mampu memengaruhi cara generasi muda memahami dan mempraktikkan ajaran agama (Maulana, 2022; Hidayat & Prasetyo, 2023).

Kepercayaan terhadap figur publik menjadi faktor penting dalam proses difusi nilai keagamaan. Audiens cenderung lebih mudah menerima pesan dakwah yang disampaikan oleh figur yang dianggap memiliki integritas moral serta kredibilitas sosial. Kredibilitas tersebut

diperkuat melalui keterlibatan langsung figur publik dalam kegiatan sosial yang menunjukkan konsistensi antara pesan yang disampaikan dan tindakan yang dilakukan (Kusnadi, 2022; Arifin, 2022).

Interaksi antara figur publik dan anggota komunitas juga menciptakan ruang dialog yang memperkuat proses internalisasi nilai. Media sosial memungkinkan anggota komunitas memberikan respons langsung terhadap konten dakwah serta berpartisipasi dalam diskusi yang berkaitan dengan isu-isu keagamaan dan sosial. Interaksi semacam ini memperkuat hubungan antara figur publik dan pengikut serta mempercepat proses adopsi nilai dalam komunitas (Nasrullah, 2021; Amin & Hidayat, 2022).

Proses difusi nilai dalam komunitas Musawarah berlangsung melalui kombinasi antara komunikasi digital, keteladanan figur publik, dan interaksi sosial dalam komunitas. Kombinasi tersebut menciptakan mekanisme penyebaran nilai yang lebih efektif dibandingkan dengan model dakwah tradisional yang hanya mengandalkan komunikasi satu arah.

Transformasi Religius dan Peningkatan Partisipasi Sosial Anggota

Temuan penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan anggota dalam kegiatan dakwah berbasis kemanusiaan berkontribusi terhadap terjadinya transformasi religius yang signifikan. Transformasi tersebut tidak hanya terlihat pada perubahan identitas religius secara simbolik, tetapi juga pada perubahan orientasi nilai serta peningkatan partisipasi sosial anggota komunitas.

Pengalaman terlibat dalam kegiatan sosial memberikan pemahaman baru bagi anggota komunitas tentang makna keberagamaan. Praktik keberagamaan tidak lagi dipahami semata-mata sebagai aktivitas ibadah individual, tetapi juga sebagai komitmen untuk memberikan manfaat bagi masyarakat. Pergeseran orientasi religius tersebut menunjukkan adanya perubahan dari religiusitas yang bersifat personal menuju religiusitas yang lebih sosial dan partisipatif.

Keterlibatan dalam kegiatan sosial komunitas menciptakan pengalaman religius yang bersifat kolektif. Anggota komunitas tidak hanya belajar tentang nilai-nilai keagamaan melalui kajian, tetapi juga mempraktikkannya dalam kegiatan sosial yang melibatkan kerja sama dan solidaritas. Pengalaman kolektif tersebut memperkuat internalisasi nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari (Putra & Lestari, 2023; Maulana, 2022).

Partisipasi sosial anggota komunitas juga mengalami peningkatan seiring dengan intensitas kegiatan kemanusiaan yang dilakukan oleh komunitas. Anggota komunitas tidak

hanya berperan sebagai peserta kegiatan dakwah, tetapi juga sebagai relawan yang terlibat aktif dalam berbagai program sosial. Beberapa anggota bahkan mulai menginisiasi kegiatan sosial secara mandiri sebagai bentuk implementasi nilai-nilai keagamaan yang mereka peroleh dari komunitas.

Penelitian tentang dakwah digital menunjukkan bahwa konsumsi konten keagamaan di media sosial dapat memengaruhi perkembangan religiusitas individu. Konten dakwah yang dikemas secara menarik dan kontekstual mampu meningkatkan motivasi beribadah serta kesadaran untuk mengamalkan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sosial (Nasrullah, 2021; Rahman, 2021; Hidayat & Prasetyo, 2023).

Interaksi sosial dalam komunitas juga berperan penting dalam proses transformasi religius tersebut. Hubungan sosial yang terbangun melalui kegiatan komunitas memperkuat identitas kolektif anggota sebagai bagian dari komunitas dakwah. Identitas kolektif tersebut menciptakan komitmen sosial yang mendorong anggota untuk terus terlibat dalam kegiatan kemanusiaan (Hakim, 2021; Arifin, 2022).

Transformasi religius yang terjadi dalam komunitas Musawarah menunjukkan bahwa dakwah berbasis kemanusiaan mampu menghasilkan perubahan religius yang lebih substantif dibandingkan dengan dakwah yang hanya berfokus pada penyampaian pesan normatif. Integrasi antara kajian keislaman, aksi sosial, dan mobilisasi digital menciptakan ekosistem dakwah yang mampu mendorong perubahan nilai serta perilaku sosial anggota komunitas secara berkelanjutan.

DISKUSI

Temuan penelitian menunjukkan bahwa dakwah berbasis kemanusiaan dalam Komunitas Musawarah berfungsi sebagai inovasi sosial yang disebarkan melalui mekanisme difusi nilai dalam sistem komunitas. Kerangka Difusi Inovasi Rogers (2003) membantu menjelaskan bagaimana praktik dakwah bil-hal diadopsi secara bertahap oleh anggota. Tahap pengetahuan terjadi melalui paparan konten kajian dan dokumentasi aksi sosial di media digital. Tahap persuasi diperkuat oleh narasi personal figur publik yang membingkai aksi sosial sebagai bagian integral dari keberagamaan. Tahap keputusan dan implementasi terlihat dalam keterlibatan anggota dalam program sosial, sementara tahap konfirmasi tercermin dari konsistensi partisipasi dan reproduksi nilai dalam jejaring sosial mereka. Pola ini menegaskan bahwa dakwah berbasis kemanusiaan tidak hanya menyebarkan pesan normatif, tetapi membentuk siklus adopsi nilai yang berkelanjutan dalam komunitas. Peran *opinion leader*

menjadi sentral dalam mempercepat proses tersebut, sejalan dengan temuan Katz dan Lazarsfeld (1955) bahwa pengaruh interpersonal lebih efektif dibanding komunikasi massa satu arah.

Transformasi religius yang teridentifikasi dalam penelitian ini memperlihatkan pergeseran dari religiusitas simbolik menuju religiusitas partisipatif. Literatur sosiologi agama menjelaskan bahwa perubahan religius yang autentik melibatkan rekonstruksi makna dan orientasi nilai (Paloutzian, 2005; Snow & Machalek, 1984). Data penelitian menunjukkan bahwa anggota komunitas tidak berhenti pada ekspresi identitas hijrah, melainkan menginternalisasi nilai empati dan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari kesalehan. Transformasi ini memperkuat argumen bahwa religiusitas urban kontemporer dapat berkembang menjadi bentuk keberagamaan yang reflektif dan kontributif ketika difasilitasi oleh komunitas yang kohesif (Hasan, 2012). Media sosial dalam konteks ini tidak sekadar ruang performatif, tetapi berfungsi sebagai infrastruktur legitimasi dan mobilisasi nilai (Campbell, 2013). Interaksi digital yang intens menciptakan penguatan sosial yang mempercepat internalisasi norma kolektif.

Partisipasi sosial keagamaan yang meningkat dalam komunitas Musawarah memperlihatkan bahwa integrasi antara spiritualitas dan aksi sosial menghasilkan modal sosial yang signifikan. Temuan ini sejalan dengan teori Putnam (2000) yang menekankan peran komunitas berbasis nilai dalam memperkuat solidaritas dan keterlibatan sipil. Dakwah berbasis kemanusiaan menciptakan ruang kolektif yang memungkinkan anggota mengalami makna keberagamaan secara praksis. Aktivitas filantropi dan keterlibatan dalam program sosial memperkuat identitas kolektif sekaligus membangun legitimasi publik komunitas. Literatur tentang faith-based activism menunjukkan bahwa aksi sosial yang konsisten meningkatkan kredibilitas moral organisasi keagamaan di ruang publik (Clarke & Jennings, 2008). Hasil penelitian ini mendukung argumen tersebut dan memperlihatkan bahwa legitimasi tidak hanya dibangun melalui retorika, tetapi melalui keberlanjutan aksi kemanusiaan.

Diskusi ini juga menunjukkan bahwa kombinasi antara keteladanan figur publik, struktur komunitas yang inklusif, dan mobilisasi digital menciptakan ekosistem dakwah yang adaptif terhadap dinamika masyarakat urban. Model ini memperlihatkan bahwa inovasi dakwah tidak selalu berarti perubahan doktrin, melainkan perubahan strategi dan praktik komunikasi yang lebih responsif terhadap kebutuhan sosial. Integrasi antara aksi *offline* dan mobilisasi *online* membentuk pola partisipasi hibrid yang memperkuat keberlanjutan gerakan. Temuan ini memperluas literatur tentang digital religion dengan menunjukkan bahwa ruang

digital dapat menjadi medium transformasi sosial ketika dikombinasikan dengan praktik kemanusiaan yang konkret. Dakwah berbasis kemanusiaan dalam komunitas Musawarah menunjukkan bahwa religiusitas yang terhubung secara digital dapat berkembang menjadi gerakan sosial yang berdampak nyata, bukan sekadar fenomena simbolik.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa dakwah berbasis kemanusiaan dalam Komunitas Musawarah berfungsi sebagai strategi komunikasi religius yang transformatif dan partisipatif. Integrasi antara kajian keislaman, aksi sosial, dan mobilisasi digital membentuk model dakwah bil-hal yang tidak berhenti pada penyampaian nilai normatif, tetapi diwujudkan dalam praktik kemanusiaan yang konkret. Implementasi tersebut memperlihatkan bahwa religiusitas yang dibangun dalam komunitas tidak semata bersifat simbolik, melainkan berkembang menjadi kesadaran kolektif tentang tanggung jawab sosial sebagai bagian integral dari keberagamaan.

Transformasi religius anggota terjadi melalui proses bertahap yang sejalan dengan mekanisme difusi inovasi. Figur publik berperan sebagai *opinion leader* yang mempercepat internalisasi nilai melalui keteladanan personal dan legitimasi moral. Proses ini menghasilkan perubahan orientasi nilai yang tercermin dalam peningkatan komitmen terhadap aksi sosial dan partisipasi kolektif. Partisipasi sosial keagamaan yang meningkat menunjukkan bahwa dakwah berbasis kemanusiaan mampu membangun modal sosial dan memperkuat solidaritas dalam komunitas urban kontemporer.

Kontribusi teoretis penelitian ini terletak pada pengembangan model dakwah humanis yang mengintegrasikan teori difusi inovasi dengan transformasi religius berbasis praktik sosial. Kontribusi praktisnya berupa rekomendasi strategis bagi komunitas dakwah untuk mengedepankan aksi kemanusiaan yang konsisten sebagai sarana memperkuat legitimasi dan keberlanjutan gerakan. Temuan ini menegaskan bahwa dakwah di era digital akan lebih efektif ketika memadukan spiritualitas, keteladanan, dan aksi sosial dalam satu ekosistem yang terintegrasi.

DAFTAR PUSTAKA

Abidin, C. (2016). "Aren't These Just Young, Rich Women Doing Vain Things Online?": Influencer selfies as subversive frivolity. *Social Media + Society*, 2(2). <https://doi.org/10.1177/2056305116641342>

- Al-Bayanuni, M. A. (1993). *Al-Madkhal ila 'Ilm al-Da'wah*. Mu'assasah al-Risalah. ISBN: 9789933400224
- Amna, A. (2019). Hijrah artis sebagai komodifikasi agama. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 13(2), 331–350. <https://doi.org/10.14421/jsr.v13i2.1531>
- Baym, N. K. (2015). *Personal Connections in the Digital Age* (2nd ed.). Polity Press. ISBN: 9780745670348
- Beckford, J. A. (2003). *Social Theory and Religion*. Cambridge University Press. ISBN: 9780521774314
- Berger, P. L. (1967). *The Sacred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion*. Anchor Books. ISBN: 9780385073059
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Anchor Books. ISBN: 9780385058988
- Beta, A. R. (2014). Hijabers: How young urban Muslim women redefine themselves in Indonesia. *International Communication Gazette*, 76(4–5), 377–389. <https://doi.org/10.1177/1748048514524103>
- Bielefeld, W., & Cleveland, W. S. (2013). Defining faith-based organizations and understanding them through research. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 42(3), 442–467. <https://doi.org/10.1177/0899764013484090>
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Bunt, G. R. (2009). *iMuslims: Rewiring the House of Islam*. University of North Carolina Press. ISBN: 9780807832738
- Campbell, H. A. (2013). *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. Routledge. ISBN: 9780415676106
- Cheong, P. H., Fischer-Nielsen, P., Gelfgren, S., & Ess, C. (Eds.). (2012). *Digital Religion, Social Media and Culture: Perspectives, Practices and Futures*. Peter Lang. ISBN: 9781433118661
- Clarke, G. (2006). Faith matters: Faith-based organizations, civil society and international development. *Journal of International Development*, 18(6), 835–848. <https://doi.org/10.1002/jid.1317>
- Clarke, G., & Jennings, M. (2008). *Development, Civil Society and Faith-Based Organizations*. Palgrave Macmillan. ISBN: 9780230535589

- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). Sage Publications. ISBN: 9781506330204
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2018). *The Sage Handbook of Qualitative Research* (5th ed.). Sage Publications. ISBN: 9781506331690
- Echchaibi, N. (2011). From audio tapes to video blogs: The delocalization of authority in Islam. *Nations and Nationalism*, 17(1), 25–44. <https://doi.org/10.1111/j.1469-8129.2010.00469.x>
- Emerson, R. M., Fretz, R. I., & Shaw, L. L. (2011). *Writing Ethnographic Fieldnotes* (2nd ed.). University of Chicago Press. ISBN: 9780226206851
- Esposito, J. L. (2011). *What Everyone Needs to Know About Islam* (2nd ed.). Oxford University Press. ISBN: 9780199794133
- Fealy, G., & White, S. (2008). *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*. ISEAS Publishing. ISBN: 9789812308528
- Finlay, L. (2002). “Outing” the researcher: The provenance, process, and practice of reflexivity. *Qualitative Health Research*, 12(4), 531–545. <https://doi.org/10.1177/104973202129120052>
- Hakim, L., Riyadi, A., & Murtadho, A. (2023). Konten dakwah penceramah perempuan: Analisis respon audiens pada “Suara Muslimah” di kanal NU Online. *Jurnal Komunikasi Islam*, 13(2), 289–304. <https://doi.org/10.15642/jki.2023.13.2.289-304>
- Handaru, B. I. W. (2021). Tantangan agama di era globalisasi: Analisis strategi komunikasi, karakteristik dan materi dakwah. *El Madani: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 2(1), 1–24. <https://doi.org/10.53678/jz3hyp27>
- Hanum, S. Z., & Rifa’i, A. (2023). Komunitas dakwah Ekspreso: Studi analisis strategi dakwah mantan preman di Solo. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 15(2), 165–176. <https://doi.org/10.34001/an-nida.v15i2.5313>
- Hanum, S. Z., Surawan, Farizi, M. A., & Awang, S. (2023). Interpersonal communication da’i: Analysis of da’wah styles on YouTube. *Mediakita*, 7(2), 164–177. <https://doi.org/10.30762/mediakita.v7i2.1024>
- Hasan, N. (2009). The making of public Islam: Piety, agency, and commodification on the landscape of the Indonesian public sphere. *Contemporary Islam*, 3(3), 229–250. <https://doi.org/10.1007/s11562-009-0096-9>
- Hasan, N. (2012). Piety, politics, and post-Islamism: Dhikr Akbar in Indonesia. *Al-Jami’ah*, 50(2), 369–390. <https://doi.org/10.14421/ajis.2012.502.369-390>

- Hidayatullah, A. (2019). Inklusivitas dakwah akun @NUgarislucu di media sosial. *Islamic Communication Journal*, 4(2), 183–198. <https://doi.org/10.21580/icj.2019.4.2.4019>
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Northern Lights*, 6(1), 9–26. https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9_1
- Hoover, S. M. (2019). *Religion in the Media Age* (2nd ed.). Routledge. ISBN: 9781138285216
- Hudah, K., & Suparno, B. A. (2023). Komunikasi dakwah inovatif dan perubahan sosial: Studi kasus pada komunitas “Ngaji Asyik Ahad Malam” di street cafe Surakarta. *Jurnal Komunikasi Islam*, 13(1), 166–184. <https://doi.org/10.15642/jki.2023.13.01.166-184>
- Irawan, G. B., & Radiamoda, A. (2023). Prophetic communication: Implementation of da’i da’wah strategies in the millennial era. *Ishlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab dan Dakwah*, 5(2), 249–261. <https://doi.org/10.32939/ishlah.v5i2.260>
- Jones, C. (2010). Materializing piety: Gendered anxieties about faithful consumption in contemporary urban Indonesia. *American Ethnologist*, 37(4), 617–637. <https://doi.org/10.1111/j.1548-1425.2010.01273.x>
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Free Press. ISBN: 9781412805070
- Khan, M. A. (2013). *Islamic Ethics: A Very Short Introduction*. Oxford University Press. ISBN: 9780199679010
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *InterViews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing* (2nd ed.). Sage Publications. ISBN: 9780761925422
- Lim, M. (2017). Freedom to hate: Social media, algorithmic enclaves, and the rise of tribal nationalism in Indonesia. *Critical Asian Studies*, 49(3), 411–427. <https://doi.org/10.1080/14672715.2017.1341188>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Sage Publications. ISBN: 9780803924314
- Lövheim, M., & Campbell, H. A. (2017). Considering critical methods and theoretical lenses in digital religion studies. *New Media & Society*, 19(1), 5–14. <https://doi.org/10.1177/1461444816649912>
- Lukens-Bull, R. (2013). Islamic higher education in Indonesia: Continuity and conflict. *Palgrave Macmillan*. ISBN: 9781137262669
- Madjid, N. (1992). *Islam, Kemodernan dan Keindonesiaan*. Mizan. ISBN: 9789794331231
- Mandaville, P. (2014). *Islam and Politics* (2nd ed.). Routledge. ISBN: 9780415783613

- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications. ISBN: 9781452257877
- Musawarah. (2016–2025). @kajianmusawarah [Instagram account]. Instagram. <https://www.instagram.com/kajianmusawarah/>
- Nisa, R. L. K., Fitri, A. A., Abdurrazaq, M. N., & Sulistyani, A. (2023). Peran akun Instagram Ustadz Hanan Attaki dan efektivitasnya sebagai media dakwah ditinjau dari teori jarum hipodermik. *Journal of Islamic Studies*, 1(2), 196–209. <https://doi.org/10.61341/jis.v1i2.017>
- Paloutzian, R. F. (2005). Religious conversion and spiritual transformation. *Journal of Social Issues*, 61(2), 331–347. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.2005.00403.x>
- Papacharissi, Z. (2010). *A Private Sphere: Democracy in a Digital Age*. Polity Press. ISBN: 9780745645254
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (4th ed.). Sage Publications. ISBN: 9781483314815
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster. ISBN: 9780743203043
- Rahman, S., & Yusuf, M. (2021). Hoaks dan etika jurnalistik dalam media dakwah digital. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 8(1), 45–59.
- Ricklefs, M. C. (2012). *Islamisation and Its Opponents in Java*. NUS Press. ISBN: 9789971696375
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press. ISBN: 9780743222099
- Roy, O. (2004). *Globalized Islam: The Search for a New Ummah*. Columbia University Press. ISBN: 9780231134996
- Sagir, A. (2015). Dakwah bil-hal: Prospek dan tantangan da'i. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 14(27), 1–13.
- Saldaña, J. (2016). *The Coding Manual for Qualitative Researchers* (3rd ed.). Sage Publications. ISBN: 9781473902497
- Samsuddin, A. (2021). Dakwah digital dan tantangan literasi media umat Islam. *Jurnal Ilmu Komunikasi Islam*, 6(3), 201–215.
- Smidt, C. (2003). *Religion as Social Capital: Producing the Common Good*. Baylor University Press. ISBN: 9781932792041
- Snow, D. A., & Machalek, R. (1984). The sociology of conversion. *Annual Review of Sociology*, 10, 167–190. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.10.080184.001123>

- Stake, R. E. (1995). *The Art of Case Study Research*. Sage Publications. ISBN: 9780803957671
- Stark, R., & Finke, R. (2000). *Acts of Faith: Explaining the Human Side of Religion*. University of California Press. ISBN: 9780520222021
- Tracy, S. J. (2010). Qualitative quality: Eight “big-tent” criteria for excellent qualitative research. *Qualitative Inquiry*, 16(10), 837–851.
<https://doi.org/10.1177/1077800410383121>
- Turcotte, J., York, C., Irving, J., Scholl, R. M., & Pingree, R. J. (2015). News recommendations from social media opinion leaders. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(5), 520–535. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12127>
- Wiktorowicz, Q. (2004). *Islamic Activism: A Social Movement Theory Approach*. Indiana University Press. ISBN: 9780253217400
- Woodhead, L. (2016). Intensified religious pluralism and de-differentiation. *Sociology*, 50(1), 41–57. <https://doi.org/10.1177/0038038515587192>
- Wuthnow, R. (2012). *Acts of Compassion: Caring for Others and Helping Ourselves*. Princeton University Press. ISBN: 9780691154800
- Yin, R. K. (2018). *Case Study Research and Applications: Design and Methods* (6th ed.). Sage Publications. ISBN: 9781506336169