

Mediatisasi Hadis: Transformasi Interpretasi Dalam Era Digital

Muhammad Afda Nahied
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta,
Email: afdanahiedumami@gmail.com

Rofiatul Ubaidillah
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Email: 22205032032@student.uin-suka.ac.id

Abstract

Social media is not only a space for entertainment for entertainment activists, but social media is also a space for freedom of expression, freedom to argue and convey a message, especially in the context of hadith studies. This research will present the transformation of hadith interpretation in the digital era. The method used is a type of literature, data is obtained through research in the form of books, articles, journals and then analyzed using a mediatization approach. The results of this research show that social media has become the main platform for the dissemination, interpretation and understanding of hadith in modern society. This phenomenon reflects a shift in the way society accesses and interacts with religious information, with social media becoming an effective channel for disseminating religious messages, including hadith.

[Media sosial tidak hanya menjadi ruang hiburan bagi pegiat entertainment, namun media sosial juga menjadi ruang kebebasan berekspresi, kebebasan berargumen dan menyampaikan suatu pesan, khususnya dalam konteks kajian hadis. Penelitian ini akan menyajikan transformasi interpretasi hadis di era digital. Metode yang digunakan ini adalah jenis kepustakaan, data-data didapatkan melalui penelitian berupa buku, artikel, jurnal kemudian menganalisisnya menggunakan pendekatan mediatisasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, media sosial telah menjadi platform utama bagi penyebaran, interpretasi, dan pemahaman terhadap hadis dalam masyarakat modern. Fenomena ini mencerminkan pergeseran dalam cara masyarakat mengakses dan berinteraksi dengan informasi keagamaan, dengan media sosial menjadi saluran yang efektif untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan, termasuk hadis.]

Keywords: Mediatisasi hadis, Transformasi, Interpretasi hadis, Era digital,

Introduction

Dalam era milenial saat ini, masyarakat sangat mengandalkan media sosial sebagai sarana utama untuk mendapatkan informasi secara cepat. Seiring dengan kemajuan zaman yang semakin modern, aplikasi digital juga berkembang pesat, memudahkan akses informasi secara praktis dan portabel. Media sosial merupakan platform online yang telah mengubah cara berinteraksi dan berkomunikasi di seluruh dunia. Penggunaan media sosial mencakup penggunaan alat untuk berkomunikasi dengan orang lain, yang dapat memiliki dampak baik atau buruk terhadap lawan bicara. Salah satu perkembangan signifikan dari media sosial adalah munculnya jejaring sosial, yang memungkinkan komunikasi dalam kelompok atau komunitas yang tergabung dalam satu platform internet yang luas.¹ Jenis-jenis jejaring sosial yang populer termasuk Facebook, Tiktok, dan Instagram, yang telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari manusia.

Hadis dalam dunia media sosial seringkali dijumpai dalam berbagai bentuk yang variatif, mulai dari konten audio visual hingga berupa gambar-gambar yang berisikan tentang nasihat keagamaan. Hadis sering digunakan sebagai sumber kutipan dalam gambar-gambar yang berisi pesan-pesan, nasihat, atau argumen, yang sering kali disertai dengan ilustrasi menarik. Fenomena ini mencerminkan pertemuan antara hadis dengan kemajuan teknologi masa kini, yang membuat dakwah dan pembelajaran hadis lebih mudah diakses. Media sosial berbasis daring menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan pesan keagamaan, karena kecepatannya dalam menyampaikan informasi menjadi salah satu alasan utama mengapa media daring menjadi pilihan untuk menyampaikan ide, gagasan, dan pengetahuan kepada masyarakat.²

Gerbner, seperti yang dikutip dalam penelitian Mustika, mengungkapkan bahwa media sosial menjadi perangkat sekunder yang penting dalam menyebarkan informasi. Kehadiran media sosial menjadi

¹ Maulana Wahyu Saefudin, Agus Suyadi Raharusun, and Muhamad Dede Rodliyana, "Konten Hadis Di Media Sosial: Studi Content Analysis Dalam Jejaring Sosial Pada Akun Lughoty.Com, @RisalahMuslimID, Dan @thesunnah_path," *Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin* 2, no. 1 (2022): 19–49.

² Perdana Putra Pangestu, "Efektivitas Dakwah Hadis Dalam Media Sosial: Analisis Atas Teori Framing Robert N. Entman," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 6, no. 1 (2021).

signifikan karena alat-alat konvensional sebelumnya mulai tergantikan oleh kemajuan teknologi. Sampai saat ini, belum ada agen lain dalam penyebaran informasi yang mampu menandingi otoritas media sosial berbasis daring. Pengaruh yang dihasilkan oleh media sosial sangat berpengaruh dalam upaya persuasif dan konstruktif dalam diskusi opini masyarakat secara bersama-sama, termasuk dalam aspek kognitif, afektif, dan perilaku.³

Dikarenakan sifatnya yang terbuka, informasi yang diproduksi dan disebarakan melalui media sosial seringkali tidak dapat dipastikan kebenarannya. Pengguna media sosial termasuk berbagai individu dan kelompok yang dapat menghasilkan beragam informasi di berbagai platform media sosial. Dampaknya, beberapa informasi yang disebar dan dikonsumsi oleh publik menjadi sulit dikontrol, baik dalam hal akurasi pengetahuan maupun dampaknya secara global. Beberapa informasi bahkan terbukti palsu karena berasal dari sumber yang tidak dapat dipercaya. Menurut Syuhudi Ismail dalam bukunya yang berjudul "Kaidah Kesahihan Sanad Hadis," sebagaimana yang dikutip oleh al-Ayyubbi, dalam kajian ilmu hadis, jika sebuah informasi (hadis) ditemukan dan orang yang menyebarkannya (rawi) tidak memiliki kredibilitas yang memadai, maka kebenaran informasi tersebut menjadi perlu untuk dipertanyakan.⁴

Dalam konteks agama Islam, hadis-hadis Nabi Muhammad SAW menjadi sumber penting dalam menentukan praktek keagamaan umat Islam. Namun, bagaimana media sosial memengaruhi hadis dan bagaimana hadis memengaruhi media sosial adalah pertanyaan yang menarik untuk diteliti.

Mediatisasi Hadis

Menurut Pinckey Triputra, peran media saat ini memiliki signifikansi yang besar dalam kehidupan manusia. Setiap hari, manusia berinteraksi dengan media atas berbagai alasan dan motivasi, mulai dari kebutuhan akan informasi hingga sekadar hiburan semata. Dapat dikatakan bahwa media berfungsi sebagai perantara antara individu dengan beragam realitas kehidupan, seperti kehidupan sosial, budaya, ekonomi, bahkan politik. Pinckey mengartikan mediasi atau mediatisasi secara sederhana sebagai proses di mana media bertindak sebagai

³ Rieka Mustika, "Analisis Framing Pemberitaan Media Online Mengenai Kasus Pedofilia Di Akun Facebook," *Jurnal Penelitian Komunikasi* 20, no. 2 (2017).

⁴ M. Zia Al-Ayyubi, "Etika Bermedia Sosial Dalam Menyikapi Pemberitaan Bohong (Hoax) Perspektif Hadis," *Jurnal Studi Ilmu-ilmu Al-Qur'an dan Hadis* 19, no. 2 (2018).

penghubung antara individu dengan institusi-institusi sosial, politik, dan ekonomi di sekitarnya.⁵

Mediatisasi, dalam bidang ilmu komunikasi dan studi media, merujuk pada teori yang menganggap media sebagai pengaruh utama dalam membentuk dan membimbing proses serta diskursus komunikasi politik dan masyarakat di mana interaksi tersebut terjadi. Dalam paradigma ini, evolusi di dalam industri media dimulai dengan penurunan kekuatan institusi yang sebelumnya dominan. Sebagai hasil dari transformasi ini, institusi dan masyarakat menjadi lebih tergantung pada media massa dan terbentuk olehnya.⁶ Jadi dapat disimpulkan bahwa mediatisasi hadis adalah proses di mana hadis, sebagai sumber ajaran dalam Islam setelah Al-Quran, menjadi subjek dari perhatian, interpretasi, dan distribusi melalui media massa modern. Dalam konteks ini, mediatisasi hadis mencakup penggunaan hadis dalam berbagai bentuk media, seperti cetak, televisi, radio, dan terutama media sosial, serta bagaimana hadis diterima, dipahami, dan digunakan oleh masyarakat yang terpapar oleh media tersebut.

Keterkaitan antara media sosial dan hadis berdampak penting, terutama melalui ketergantungan masyarakat pada perangkat elektronik. Ketergantungan ini mengubah cara individu menjalani berbagai aspek kehidupan mereka, termasuk dalam mendalami aspek keagamaan, terutama terkait hadis. Fenomena ini tercermin dalam beragam konten yang tersebar luas di platform media sosial yang populer seperti Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, dan TikTok. Berbagai fitur yang disediakan oleh platform-platform media sosial ini juga memengaruhi sifat dari hadis yang dipresentasikan di setiap jejaring sosial.⁷ Ketersediaan aplikasi-aplikasi yang dapat diunduh secara gratis melalui media fisik seperti CD hingga akses melalui berbagai perangkat elektronik seperti laptop, PC, dan smartphone, adalah bukti konkret dari kemajuan studi hadis setelah era klasik. Kemajuan ini tidak hanya terbatas pada era elektronik, tetapi juga telah meluas ke ranah online melalui berbagai situs web seperti sunnah.com, hadits.site, dan

⁵ Pinckey Triputra, "Mediasi Dan Mediatisasi," *Jurnal Komunikasi Indonesia* 03, no. 02 (2014).

⁶ Mira Fitri Shari, "Bentuk Mediatisasi Hadis Berupa Video :Respon Netizen Terhadap Video Pendek Mengenai Hadis Di Aplikasi Tiktok," *Moderasi: the Journal of Ushuluddin and Islamic Thought, and Muslim Societies* 1, no. 2 (2021): 170–184.

⁷ K Kamaruddin and N Nurdin, "New Ways of Hadith Learning: The Case of Hadith Memes Distribution Among Indonesia Young Ulama," *The Saybold Report* (2022).

carihadis.com. Situs-situs web ini menyediakan fasilitas yang mempermudah dan mengembangkan studi hadis

secara signifikan. Mereka tersedia dalam bahasa Indonesia dan Arab, sehingga dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat Indonesia melalui berbagai perangkat gawai yang mereka miliki.⁸

Penggunaan hadis dalam media sosial

Media sosial adalah platform online di mana siapapun yang dapat mengakses jaringan internet dapat berinteraksi, berpartisipasi, dan menciptakan berbagai konten melalui berbagai aplikasi. Konten yang dihasilkan bisa berupa blog, wiki, forum diskusi, jejaring sosial, serta ruang dunia virtual yang didukung oleh teknologi multimedia yang terus berkembang. Salah satu teknologi yang menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat adalah situs jejaring sosial. Dalam kegiatan sehari-hari, layanan jejaring sosial seperti itu rutin diakses oleh ratusan ribu bahkan jutaan pengguna internet dari berbagai negara.⁹

Berbagai aplikasi dibuat untuk memenuhi kebutuhan sosialisasi manusia. Aplikasi jejaring sosial online ini dibangun dengan meniru pola jejaring dalam kehidupan nyata, hanya saja dengan jangkauan yang lebih luas. Contohnya, Facebook, Instagram, Tiktok, YouTube, dan sebagainya, yang menghubungkan manusia satu sama lain secara virtual.¹⁰ Masyarakat pengguna internet dapat menggunakan aplikasi-aplikasi tersebut untuk menciptakan konten dan membagikannya melalui media sosial. Sebagai platform informasi yang terbuka, konten yang dibagikan di media sosial memiliki potensi untuk menyebar dengan cepat ke berbagai belahan dunia. Namun, konten yang tersebar dapat berupa informasi yang valid atau tidak valid (palsu). Oleh karena itu, penting untuk menguji kembali kebenaran informasi yang disampaikan, termasuk konten hadis.

Konten hadis yang tersebar di media sosial tidak selalu dapat diandalkan sebagai dasar untuk mengamalkan sunnah Rasul, kecuali jika kita melakukan penelusuran sendiri untuk memastikan kebenaran dan kualitas hadis tersebut. Banyak kasus di media sosial di mana konten hadis diposting, namun setelah diteliti lebih lanjut, ternyata hadis tersebut dha'if (lemah) atau bahkan palsu. Hal ini dapat berdampak

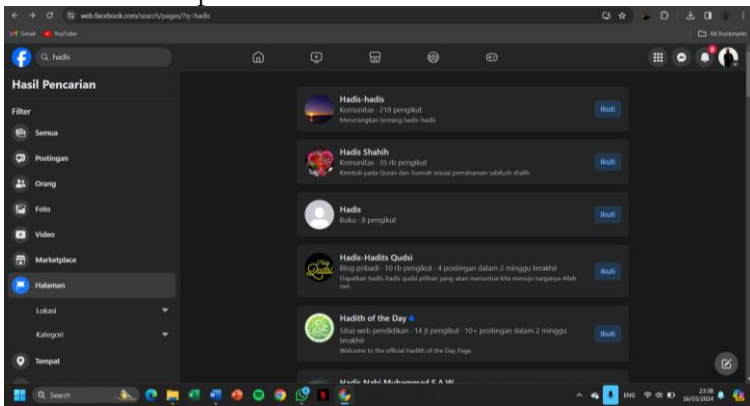
⁸ Muhammad Syamim, "Mempertingkatkan Penyampaian Al-Quran Dan Hadis Mengikuti Perkembangan Teknologi Era Globalisasi" (2023).

⁹ Edwi Arief Sosiawan, "Penggunaan Situs Jejaring Sosial Sebagai Media Interaksi Dan Komunikasi Di Kalangan Mahasiswa," *Jurnal Ilmu Komunikasi* 9, no. 1 (2020): 60–75, www.december.com/cmc/mag//jan/ferris/html.

¹⁰ Yuhdi Fahrimal, "Netiquette: Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial Dalam Media Sosial," *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan* 22, no. 1 (2018).

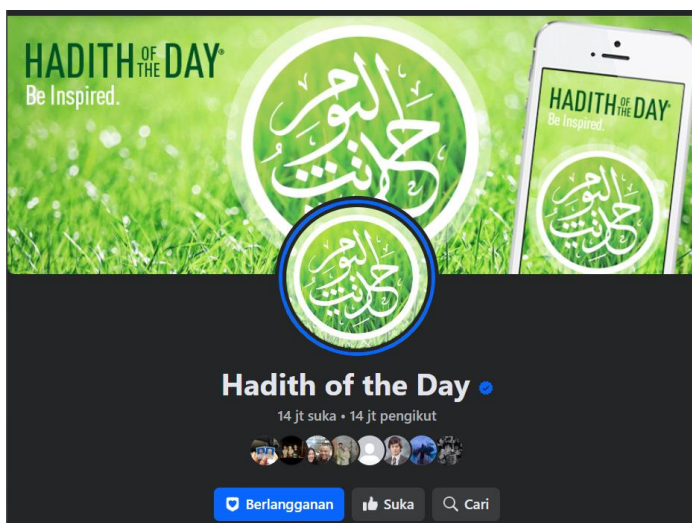
negatif karena informasi yang disebarluaskan dapat menyesatkan orang lain. Pada masa perkembangan teknologi yang semakin maju, pencarian informasi mengenai hadis menjadi lebih mudah bagi para pengguna internet, terutama melalui aplikasi yang tersedia di smartphone. Dari beragam aplikasi jejaring sosial yang digunakan, artikel ini akan memfokuskan pada aplikasi yang paling umum dan banyak digunakan oleh masyarakat saat ini, seperti Facebook, Tiktok, dan Instagram.

Pada jejaring sosial Facebook, pengguna dapat menginput kata kunci 'hadis' untuk mencari informasi tentang hadis. Hasilnya, banyak akun dan postingan yang membahas topik tersebut akan muncul. Selain akun individual, terdapat juga halaman, grup, dan acara online yang dihasilkan melalui fitur pencarian tersebut.

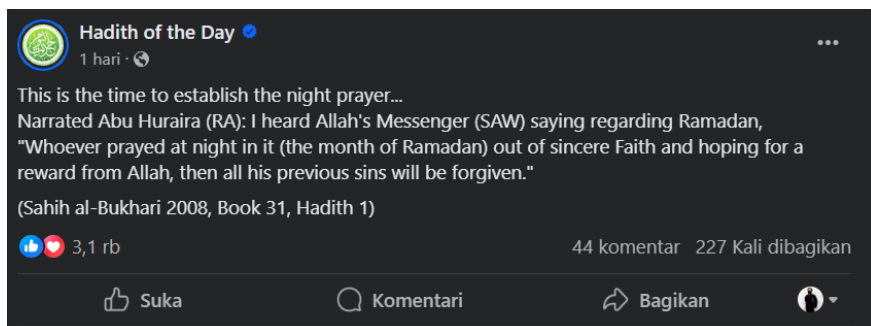


Gambar 1. Pencarian pada Facebook

Gambar di atas adalah hasil dari pencarian melalui kolom pencarian di jejaring sosial Facebook dengan menggunakan kata kunci 'hadis'. Dari berbagai akun dan postingan yang muncul, salah satunya adalah halaman yang bernama Hadith of the day. Sampai data dan artikel ini dibuat, pada tanggal 17 Maret 2024, halaman Hadith of the day ini memiliki 14 juta lebih orang yang menyukai halaman ini dan mengikuti halaman ini. Pada salah satu konten hadis yang diposting oleh akun ini, terdapat 3,1 ribu orang yang menyukai, 44 komentar, dan 227 kali postingan ini dibagikan kembali. Data ini bisa saja bertambah seiring berjalannya waktu.



Gambar 2 Halaman Hadith of the day di jejaring sosial Facebook

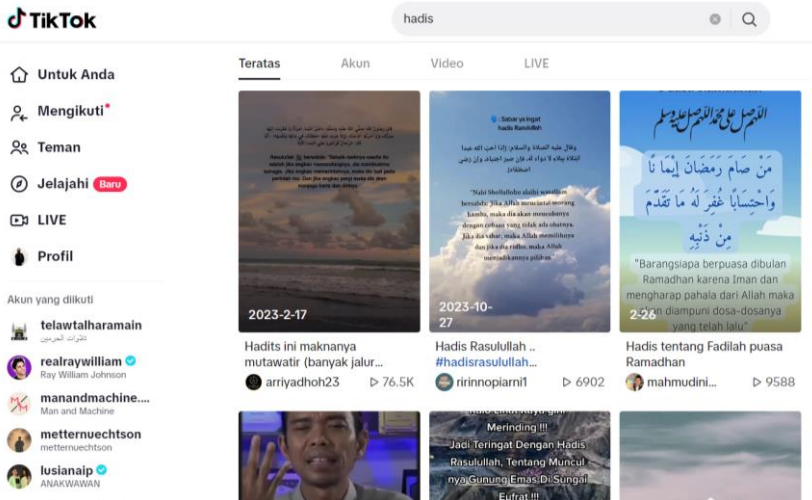


Gambar 3 Salah satu postingan pada halaman Hadith of the day

Konten hadis pada halaman Hadith of the day di jejaring sosial Facebook kebanyakan hanya berupa tulisan seperti gambar di atas. Tetapi juga banyak yang berupa video maupun gambar agar terlihat lebih menarik. Hadith of the day dalam menampilkan hadis hanya menampilkan terjemahannya ke dalam bahasa Inggris serta mencantumkan Sahabat yang meriwayatkannya dan referensi kitab hadisnya.

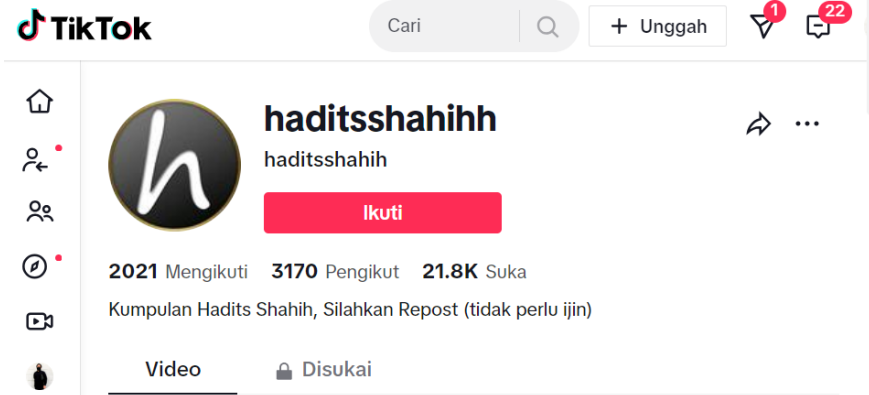
Kemudian pada jejaring sosial Tiktok, pencarian konten hadis pada jejaring sosial ini penulis memasukkan kata kunci 'hadis' dan '#hadis' pada kolom pencarian dengan memakai filter 'teratas.

Hasilnya, terdapat banyak akun yang memposting konten hadis berupa foto ataupun video.

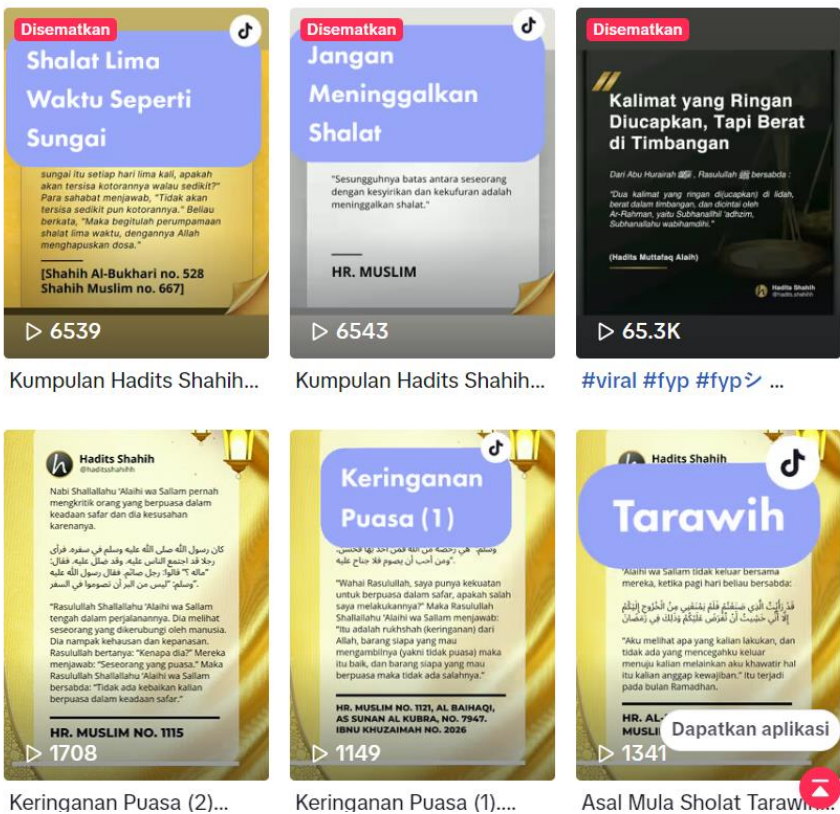


Gambar 4. Pencarian pada Tiktok

Gambar di atas adalah hasil dari pencarian melalui kolom pencarian di jejaring sosial Tiktok dengan menggunakan kata kunci 'hadis'. Dari berbagai akun dan postingan yang muncul, salah satunya adalah halaman yang bernama @haditsshahihh. Sampai data dan artikel ini dibuat, pada tanggal 17 Maret 2024, akun @haditsshahihh ini memiliki 21,8 ribu lebih orang yang menyukai postingan akun ini dan 3 ribu lebih orang yang mengikuti akun ini. Pada salah satu konten hadis yang diposting oleh akun ini, terdapat 65,3 ribu views 1976 orang yang menyukai, 19 komentar, dan 287 kali postingan ini disimpan. Data ini bisa saja bertambah seiring berjalannya waktu.



Gambar 5 Akun @haditsshahihh di jejaring sosial Tiktok

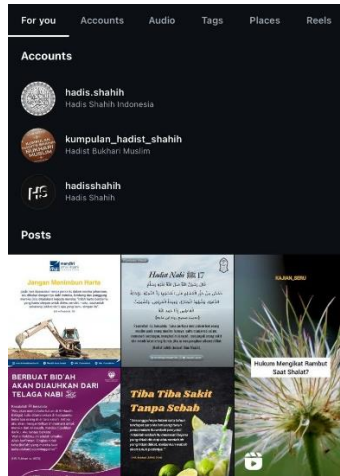


Gambar 6 Beberapa postingan pada akun @haditsshahihh

Berbeda dengan konten hadis di halaman Hadith of the day di jejaring sosial Facebook di atas, konten hadis pada akun @haditsshahihh di jejaring sosial Tiktok terlihat lebih lengkap mulai

dari teks arabnya, terjemahannya, Sahabat yang meriwayatkannya, serta referensi kitab hadisnya.

Kemudian pada jejaring sosial Instagram, pencarian konten hadis pada jejaring sosial ini penulis memasukkan kata kunci 'hadis' dan '#hadis' pada kolom pencarian. Hasilnya, terdapat banyak akun yang memposting konten hadis berupa foto ataupun video.

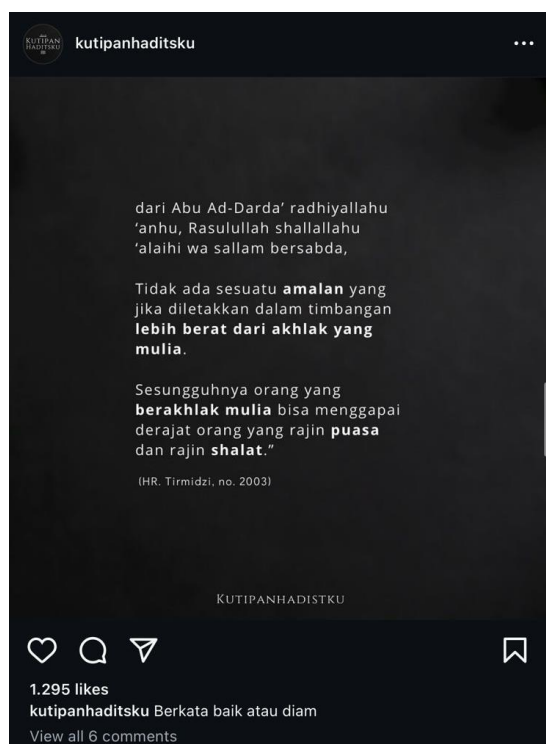


Gambar 7. Pencarian pada Instagram

Gambar di atas adalah hasil dari pencarian melalui kolom pencarian di jejaring sosial Instagram dengan menggunakan kata kunci 'hadis'. Dari berbagai akun dan postingan yang muncul, salah satunya adalah halaman yang bernama @kutipanhaditsku. Sampai data dan artikel ini dibuat, pada tanggal 17 Maret 2024, akun @kutipanhaditsku ini memiliki 45,2 ribu lebih orang yang mengikuti postingan akun ini. Pada salah satu konten hadis yang diposting oleh akun ini, terdapat 1295 orang yang menyukai dan 6 komentar. Data ini bisa saja bertambah seiring berjalannya waktu.



Gambar 8 Akun @kutipanhaditsku di jejaring sosial Instagram



Gambar 9 Salah satu postingan pada akun @kutipanhaditsku

Konten hadis pada akun @kutipanhaditsku di jejaring sosial Instagram kebanyakan hanya berupa gambar berisi tulisan seperti

gambar di atas. Tetapi juga banyak yang berupa video maupun gambar agar terlihat lebih menarik. @kutipanhaditsku dalam menampilkan hadis hanya menampilkan terjemahannya ke dalam bahasa Indonesia serta mencantumkan Sahabat yang meriwayatkannya dan referensi kitab hadisnya.

meningkatkan kesadaran merek terhadap suatu produk atau toko online.¹¹ Meskipun hadis yang digunakan tidak secara langsung terkait dengan perdagangan atau keuntungan dari membeli suatu produk, keberadaan konten islami dapat menarik minat calon pembeli, terutama jika target pasar dari merek atau toko tersebut adalah muslim dan Muslimah. Awalnya, penggunaan hadis sebagai konten bertujuan untuk berdakwah. Namun, perlu diakui bahwa konten tersebut juga merupakan bagian dari upaya promosi.

Konten hadis di media sosial juga kerap difungsikan sebagai pendukung sebuah gerakan yang dikampanyekan beberapa akun di media sosial. Seperti contoh gerakan anti pacaran akan memunculkan hadis-hadis tentang laranagn zina atau khalwat, gerakan untuk meninggalkan bank konvensional sehingga terhindar dari riba akan memunculkan hadis-hadis yang berisikan tentang laknat Allah terhadap pelaku riba, dan gerakan anti rokok akan memunculkan hadis-hadis tentang menjaga kesehatan dan haramnya menyakiti tubuh.

Namun tidak sedikit pula akun-akun di media sosial yang memfungsikan hadis sebagai sumber inspirasi untuk menyebarkan pesan moral, nilai-nilai agama, dan pandangan hidup yang lebih positif kepada pengikut mereka. Dengan menggunakan video pendek yang kreatif dan informatif, mereka berupaya untuk menyampaikan hadis sebagai sarana untuk mempromosikan praktik-praktik keagamaan yang diharapkan dapat memberikan kemudahan dalam mencapai tujuan hidup.

Interpretasi hadis di media sosial

Media sosial telah menjadi metode baru bagi masyarakat untuk mencari hadis. Pencarian hadis melalui media sosial dianggap lebih efisien dan memberikan pemahaman yang lebih luas bagi masyarakat, meskipun pemahaman individu mungkin berbeda-beda.¹² Media sosial memiliki potensi untuk mengubah posisi ulama hadis sebagai otoritas

¹¹ Rizal Nurfaizi and Hasan Basri Tanjung, "STRATEGI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS (Studi Kasus Pada Akun Instagram Mazlem.Id)," *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu* 1, no. 3 (2022): 2828–6863.

¹² Kamaruddin and Nurdin, "New Ways of Hadith Learning: The Case of Hadith Memes Distribution Among Indonesia Young Ulama."

utama dalam studi hadis.¹³ Gelar ulama dalam konteks media sosial dapat diperoleh oleh seseorang yang memiliki banyak pengikut, kemampuan retorika yang baik, dan kesamaan pandangan politik, meskipun kemampuan keilmuannya diabaikan. Potensi ini didukung oleh kemampuan media sosial dalam memfasilitasi komunikasi dan penyebaran informasi, termasuk mediatisasi hadis, dengan cepat.¹⁴

Tantangan baru dalam penggunaan hadis di media sosial adalah memastikan keautentikan hadis tersebut, yaitu bahwa hadis tersebut benar-benar berasal dari Nabi Muhammad SAW. Hadis juga seringkali dijadikan sebagai konten dalam strategi promosi di media sosial. Untuk meningkatkan jumlah pembeli, pengguna media sosial menggunakan konten hadis sebagai salah satu dari berbagai jenis konten yang mereka bagikan. Konten islami dianggap efektif dalam

Pengaruh media sosial terhadap penafsiran hadis

Hadis yang tersebar di media sosial menjadi lebih mudah dijangkau dan diinterpretasikan oleh masyarakat luas, penyebaran beragam pemahaman dan pandangan yang dapat memengaruhi persepsi dan pemahaman umum terhadap penafsiran. Audiens dalam realitas media sosial memiliki audiens yang kompleks.¹⁵ Pengguna media sosial memiliki kebebasan untuk memberikan pandangan apapun secara konotatif terhadap hadis yang disebar melalui media sosial. Sehingga, dialog hadis di media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penafsiran hadis.

Kehadiran audiens di media sosial dalam ruang kajian hadis memiliki dua kecenderungan, yaitu: *pertama*, audiens yang pasif. Biasanya dalam penyampaian hadis berupa gambar seperti dalam akun facebook @Hadith of the day, keterlibatan audiens di kolom relative pasif. Biasanya audiens hanya mengomentari postingan hadis berupa apresiasi, pujian seperti kalimat “*masyaallah*” “*shallallahu alaihi wasallam*” “*barakallah*” “*Aameen...may Allah accept our ibadah*” dan sebagainya. Penulis tidak menemukan komentar-komentar yang masif entah yang sifatnya interpretative maupun kritis.

Kedua: audiens yang masif. Biasanya, penyampaian-penyampaian hadis secara verbal maupun non verbal dalam bentuk

¹³ Irwan Abdullah, “Di Bawah Bayang-Bayang Media: Kodifikasi, Divergensi, Dan Kooptasi Agama Di Era Internet,” *Sabda* 12, no. 2 (2017).

¹⁴ Mutohharun Jinan, “New Media Dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam Di Indonesia,” *Jurnal Lektur Keagamaan* 10, no. 1 (2012), www.baylor.edu.

¹⁵ Pangestu, “Efektivitas Dakwah Hadis Dalam Media Sosial: Analisis Atas Teori Framing Robert N. Entman.”

video pendek, potongan ceramah, konten hadis yang berkaitan dengan tema tertentu seperti hadis tentang menyerupai wanita, pacaran, toleransi dll dapat mengundang perhatian audiens, sehingga audiens meresponnya dalam sebuah komentar, ada yang pro dan kontra atas postingan hadis tersebut, Seperti dalam postingan salah satu pengguna akun tiktok @PanritalD, postingan tersebut berbentuk video pendek yang menjelaskan tentang hadis “menyerupai suatu kaum” oleh Syaikh Ali Mustafa Ya’kub, para audiens hadis secara masif dalam kolom komentar. Sejumlah audiens ada yang pro dan kontra atas interpretasi hadis dalam video tersebut, para audiens juga menyuarakan pendapatnya sehingga kehadiran udiens terkesan masif.

Tampaknya terjadi kesenjangan antara hadis dalam realitas sosial dan hadis di Media sosial, yang mana dalam realitas sosial seorang *author* bertanggungjawab atas apa yang disampaikan, kemudian Audiens dapat mengamati secara langsung. Sedangkan dalam media sosial, seorang *author* tidak terlalu aktif untuk mempertanggungjawabkan atas apa yang disebar. Justru, interpretasi pemaknaan seolah-olah dimiliki penuh oleh seorang audiens sehingga menimbulkan polarisasi dan konflik secara masif. Misalnya dalam pemaparan sebelumnya dalam postingan hadis tentang menyerupai perempuan. Kontroversi audiens yang timbul, kebanyakan audiens berteriak “*wahabi!, wahabi!*”, dalam kolom komentar, seolah-olah para audiens ingin menyampaikan argumentasinya dengan postingan tersebut.

Tidak hanya itu, para audiens melibatkan ulama-ulama lainnya dengan *me-mention* akun resmi seperti @KHB @Khalid Basalamah serta memberikan narasi “*pliss lu dengerinn*”, ada juga yang berkomentar “COBA SOMAD TANGGAPI”. Keterlibatan audiens tidak hanya berupa interpretasi atau pemaknaan sebuah hadis, namun audiens juga bisa saja menyerang author secara personal di dalam ruang yang serba terbatas, hal itu disebabkan oleh kehadiran audiens di media sosial yang kompleks. Penting diketahui bahwa tidak semua audins yang hadir dalam komentar seperti di atas, ada juga komentar-komentar yang netral serta memberikan pendapatnya secara personal misalnya “*ini pendapat yg boleh kalau khawatir atas dirinya pake yg satunya yg penting tidak saling menghujat*” komentar tersebut tampak menjadi penengah antara audiens yang pro dan kontra.

Kemudian pengaruh selanjutnya berada pada otoritas keagamaan. Dalam realitas sosial, otoritas keagamaan dapat diwakili oleh para ulama, cendikiawan, dan lembaga. Perubahan persepsi atas otoritas keagamaan, khususnya hadis di media sosial mengalami pergeseran yang disebabkan oleh perkembangan teknologi dan perubahan sosial itu sendiri. Pergeseran otoritas keagamaan beberapa

faktor, di antaranya adalah: *pertama*, munculnya alternatif otoritas, yaitu, pengguna media sosial tampaknya tidak memposisikan ulama, ustadz sebagai otoritas tertinggi, hal tersebut disebabkan oleh mudahnya penyebaran hadis di media sosial serta penafsiran dapat diinterpretasikan secara bebas. *Kedua*, Perubahan dalam nilai-nilai, pemikiran, atau orientasi spiritual dalam masyarakat dapat memengaruhi persepsi terhadap otoritas keagamaan, terutama jika otoritas tersebut dianggap tidak lagi sesuai dengan nilai-nilai dan kebutuhan masyarakat.

Di sisi yang lain, pengaruh penafsiran hadis di media sosial dapat membentuk sebuah identitas yang memiliki pesan nilai-nilai keagamaan seperti gerakan hijrah, shadaqah, aksi dukungan dan sebagainya. Sehingga, hadis-hadis yang tersebar di media sosial diresepsi oleh masyarakat membentuk identitas seperti kelompok hijrah, aksi jihad, shadaqah. Seperti dalam akun instagram @jendelahabaib tentang hadis keuntungan menjadi muadzsin sesuai hadist Rasulullah riwayat ibnu Majjah, @osprojogja tentang hadis entang pernikahan, bahwa “barangsiapa menikah, maka ia telah melengkapi separuh imannya. Unggahan pada instagram yang mengandung aktivitas keagamaan dan memberikan pengaruh terhadap pengguna media sosial yang signifikan. Hal ini membuktikan bahwa media sosial instagram ternyata mampu menjadi sarana bagi generasi masa kini yang terbukti efektif dan efisien.¹⁶

Berdasarkan pemaparan di atas, pengaruh media sosial dalam penafsiran hadis tidak hanya melibatkan author, teks dan audiens. Namun juga melibatkan *content creator* itu sendiri¹⁷ yang biasa memosting konten-konten hadis dengan tema tertentu. Konten-konten hadis atau penafsiran hadis tersebut tidak selalu diinterpretasikan langsung oleh si *content creator*, akan tetapi mereka bisa saja mengambil potongan-potongan video pendek kemudian dijadikan dalam satu video. Jika ada audiens yang bertanya tentang hadis tersebut, biasanya *content creator* memblasnya melalui VT atau stich yang ada di fitur tiktok. Tentu balasan itu bukan dijawab sendiri oleh *content creator*, akan tetapi mereka juga membalasnya dengan video-video pendek (potongan-potongan ceramah) yang sesuai dengan pertanyaan audiens. Hal ini menjadi tantangan bagi akademisi, khususnya para pengkaji hadis.

¹⁶ Fathimah Nadia Qurrota A'yun, “Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Jihad,” *Islamic Review: Jurnal Riset dan Kajian Keislaman* 9, no. 1 (2020): 32.

¹⁷ Mohammad Fauzan Ni'ami, Umi Sumbulah, and Moh Irfan, “Resepsi Hadis-Hadis Nafkah Dalam Media Sosial: Studi Terhadap Konten Youtube @FaqihAbdulKodir,” *2Mutawatir: Jurnal Keilmuan Tafsir Hadis* 13, no. 2 (2023).

Implikasi dan tantangan

Implikasi media sosial yang paling utama adalah keautentikan hadis, dengan penyebaran informasi begitu cepat juga memberikan dampak yang buruk jika hadis-hadis palsu tersebar kemudian diresepsi oleh masyarakat secara performatif. Kesadaran masyarakat sangat penting dalam memerangi penyebaran hadis palsu. Umat Muslim perlu diberikan pemahaman yang kuat tentang pentingnya verifikasi sumber informasi sebelum menyebarkan atau mempercayai hadis yang beredar di media sosial¹⁸. Tidak lepas dari peranan ulama, cendekiawan memiliki peran penting dalam memerangi penyebaran hadis palsu di media sosial.

Dalam realitas media sosial, sebetulnya sikap pencegahan penyebaran hadis palsu di media sosial telah dilakukan oleh masyarakat media sosial. Sebagaimana gambar berikut:



Gambar 10: Komentar audiens terhadap penyebaran hadis palsu



Gambar 11: Postingan pencegahan hadis palsu



Gambar 12: postingan hadis palsu

¹⁸ Muhammad Ghifari, “Strategi Efektif Dalam Mencegah Penyebaran Hadis Palsu Di Media Sosial,” *The International Journal of Pegon : Islam Nusantara civilization* 9, no. 01 (2023): 103–122.

Gambar 10 adalah sebuah komentar audiens terhadap postingan hadis palsu yang diposting oleh akun @yukhijrah. Hadis tersebut tentang kesetaraan yang seolah-olah hadis tersebut berasal dari Nabi Muhammaad yang diriwayatkan oleh Imam Syafi'i. Kemudian dikomentari oleh pengguna akun @zenparfume, dia mengatakan bahwa hadis tersebut tidaklah diriwayatkan oleh Imam Syafi'i, karena menurutnya Imam Syafi'i bukan perawi hadis. Akan tetapi sikap audiens di atas tampak ambigu karena juga

ditulis “slh dibenerin”, sepertinya pengguna akun tidak yakin dengan apa yang disampaikannya dan si pengguna memiliki sikap terbuka jika apa yang disampaikannya keliru.

Gambar 11 dan 12 merupakan postingan hadis-hadis palsu. Postingan tersebut mengingakat bahwa hadis tentang keutamaan tarawih yang tersebar di media sosial itu adalah palsu. Menurutny, sanad hadis tersebut tidak perlu dibahas, sebab sanadnya pun tidak ada. Sumber hadis fadhilah tarawih tersebut berasal dari kitab *durrotun nasibin* yang biasanya tidak menyantumkan sanad hadis. Gambar 12 juga merupakan postingan hadis palsu, hadis tersebut tentang amalan bulan rajab. Menurutny hadis tersebut adalah *maudhu'* karena hadis tersebut berasal dari kitab-kitab kalangan syiah yang penuh dengan riwayat dusta tanpa sanad dan tanpa landasan. Komentar audiens pun relatif masif, terdapat sejumlah audiens justru masih ragu atas kualitas hadis tersebut sekalipun sudah diklaim dhaif oleh si pengguna.

Hal tersebut disebabkan oleh keambiguitas seorang yang memosting hadis tersebut, sebab dia tidak menjelaskannya secara sistematis sebagaimana dalam kaidah-kaidah keshahihan hadis. Hal ini tentu menjadi tantangan bagi ulama, akademisi, cendekiawan bagaimana memberikan edukasi kepada masyarakat bagaimana membedakan hadis shahih dan dhaif berdasarkan kaidah-kaidah dengan lebih mudah dan praktis. Mengingat bahwa pengguna media sosial memiliki latar belakang yang berbeda-beda, tidak semua dari kalangan akademisi yang islami sehingga mereka cenderung kesusahan untuk memahami istilah-istilah asing dalam kaidah hadis.

Media sosial sering kali menjadi tempat di mana pandangan yang bertentangan bertabrakan. Hal ini dapat mengakibatkan polarisasi, konflik, dan bahkan radikalisasi di antara kelompok-kelompok yang berbeda dalam masyarakat Muslim.¹⁹ Kemudahan akses informasi yang ditawarkan oleh media sosial dapat mengubah paradigma penafsiran

¹⁹ Robby Putra Dwi Lesmana and Muhammad Syafiq, “Fanatisme Agama Dan Intoleransi Pada Pengguna Media Sosial,” *Character : Jurnal Penelitian Psikologi* 9, no. 3 (2022): 36–49.

hadis. Individu mungkin lebih rentan terhadap interpretasi yang tidak terkontekstualisasi atau terhadap pendekatan yang lebih literal dalam menafsirkan teks-teks keagamaan. Menghadapi tantangan-tantangan ini, masyarakat Muslim dan para pemangku kepentingan dalam bidang keagamaan perlu mengembangkan strategi untuk mengelola pengaruh media sosial secara efektif.

Conclusion

Berdasarkan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa media sosial telah menjadi platform utama bagi penyebaran, interpretasi, dan pemahaman terhadap hadis dalam masyarakat modern. Fenomena ini mencerminkan pergeseran dalam cara masyarakat mengakses dan berinteraksi dengan informasi keagamaan, dengan media sosial menjadi saluran yang efektif untuk menyebarkan pesan-pesan keagamaan, termasuk hadis. Namun, penggunaan media sosial dalam konteks hadis juga menimbulkan tantangan baru, termasuk masalah keautentikan hadis, divergensi penafsiran, dan potensi polarisasi dalam masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran dan edukasi yang kuat di kalangan masyarakat Muslim untuk memastikan bahwa penyebaran dan interpretasi hadis di media sosial tetap sesuai dengan prinsip-prinsip keagamaan serta kaidah-kaidah hadis yang berlaku.

BIBLIOGRAPHY (examples)

A'yun, Fathimah Nadia Qurrota. "Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Jihad." *Islamic Review: Jurnal Riset dan Kajian Keislaman* 9, no. 1 (2020): 32.

Abdullah, Irwan. "Di Bawah Bayang-Bayang Media: Kodifikasi, Divergensi, Dan Kooptasi Agama Di Era Internet." *Sabda* 12, no. 2 (2017).

Al-Ayyubi, M. Zia. "Etika Bermedia Sosial Dalam Menyikapi Pemberitaan Bohong (Hoax) Perspektif Hadis." *Jurnal Studi Ilmu-ilmu Al-Qur'an dan Hadis* 19, no. 2 (2018).

Fahrimal, Yuhdi. "Netiquette: Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial Dalam Media Sosial." *Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan* 22, no. 1 (2018).

Ghifari, Muhammad. "Strategi Efektif Dalam Mencegah Penyebaran Hadis Palsu Di Media Sosial." *The International Journal of Pegon : Islam Nusantara civilization* 9, no. 01 (2023): 103–122.

Jinan, Mutohharun. "New Media Dan Pergeseran Otoritas Keagamaan Islam Di Indonesia." *Jurnal Lektur Keagamaan* 10, no. 1 (2012). www.baylor.edu.

Kamaruddin, K, and N Nurdin. "New Ways of Hadith Learning: The Case of Hadith Memes Distribution Among Indonesia Young Ulama." *The Saybold Report* (2022).

Lesmana, Robby Putra Dwi, and Muhammad Syafiq. "Fanatisme Agama Dan Intoleransi Pada Pengguna Media Sosial." *Character : Jurnal Penelitian Psikologi* 9, no. 3 (2022): 36–49.

Mustika, Rieka. "Analisis Framing Pemberitaan Media Online Mengenai Kasus Pedofilia Di Akun Facebook." *Jurnal Penelitian Komunikasi* 20, no. 2 (2017).

Ni'ami, Mohammad Fauzan, Umi Sumbulah, and Moh Irfan. "Resepsi Hadis-Hadis Nafkah Dalam Media Sosial: Studi Terhadap Konten Youtube @FaqihAbdulKodir." *2Mutawatir: Jurnal Keilmuan Tafsir Hadis* 13, no. 2 (2023).

Nurfaizi, Rizal, and Hasan Basri Tanjung. "STRATEGI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS (Studi Kasus Pada Akun Instagram Mazlem.Id)." *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu* 1, no. 3 (2022): 2828–6863.

Pangestu, Perdana Putra. "Efektivitas Dakwah Hadis Dalam Media Sosial: Analisis Atas Teori Framing Robert N. Entman." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 6, no. 1 (2021).

Saefudin, Maulana Wahyu, Agus Suyadi Raharusun, and Muhamad Dede Rodliyana. "Konten Hadis Di Media Sosial: Studi Content Analysis Dalam Jejaring Sosial Pada Akun Lughoty.Com, @RisalahMuslimID, Dan @thesunnah_path." *Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin* 2, no. 1 (2022): 19–49.

Shari, Mira Fitri. "Bentuk Mediatisasi Hadis Berupa Video :Respon Netizen Terhadap Video Pendek Mengenai Hadis Di Aplikasi Tiktok." *Moderasi: the Journal of Ushuluddin and Islamic Thought, and Muslim Societies* 1, no. 2 (2021): 170–184.

Sosiawan, Edwi Arief. "Penggunaan Situs Jejaring Sosial Sebagai Media Interaksi Dan Komunikasi Di Kalangan Mahasiswa." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 9, no. 1 (2020): 60–75. www.december.com/cmc/mag//jan/ferris/html.

Syamim, Muhammad. "Mempertingkatkan Penyampaian Al-Quran Dan Hadis Mengikut Perkembangan Teknologi Era Globalisasi" (2023).

Triputra, Pinkey. "Mediasi Dan Mediatisasi." *Jurnal Komunikasi Indonesia* 03, no. 02 (2014).

