

Pemanfaatan Hadis Sebagai Konten Media Sosial Guna Memperkuat Strategi Komunikasi Dakwah

Fera Tamia¹⁾, Rahmi Syahriza²⁾, Tonang Lubis³⁾

^{1,2,3)}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

¹⁾feratamia06@gmail.com, ²⁾rahmisyahriza@uinsu.ac.id,

³⁾tonangmedan256@gmail.com

Abstrak. Perkembangan media digital telah menggeser pola penyebaran hadis dari tradisi kitab ke media sosial, yang menimbulkan isu krusial seperti maraknya konten hadis tanpa sanad, potensi penyebaran hadis palsu (*maudhu'*), dan komodifikasi agama untuk kepentingan komersial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan hadis sebagai konten digital pada platform Instagram dan TikTok serta dampaknya terhadap validitas dan pemahaman keagamaan masyarakat. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif-analitis, data dikumpulkan melalui studi literatur (kajian pustaka) dan dokumentasi konten dari akun-akun dakwah terpilih. Analisis data mengungkap bahwa konten hadis didominasi oleh format visual singkat (seperti video TikTok dan Reels) yang menghilangkan sanad secara sistematis dan melepaskan teks dari konteksnya. Penyebarannya sangat bergantung pada algoritma yang memprioritaskan engagement, menjadikan hadis sebagai komoditas untuk membangun personal brand dan monetisasi. Mekanisme ini mereduksi otoritas keilmuan tradisional, mendorong pemahaman yang fragmentatif, serta meningkatkan risiko penyebaran hadis lemah atau palsu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan ganda: memfasilitasi akses dakwah yang luas dan kreatif, namun di sisi lain banyak konten hadis yang tidak memenuhi standar ilmiah seperti ketiadaan sanad, sumber rujukan, dan penjelasan kontekstual, sehingga berisiko menyebabkan kesalahpahaman dan reduksi otoritas hadis sebagai sumber hukum Islam. Temuan ini menggarisbawahi urgensi literasi digital keagamaan dan penerapan prinsip verifikasi (*takhrij*) dalam produksi dan konsumsi konten keagamaan di ruang digital.

Kata kunci : Hadis, Media Sosial, Dakwah Digital.

Abstract. The development of digital media has shifted the dissemination pattern of hadith from the traditional book-based approach to social media, leading to critical issues such as the proliferation of hadith content without chain of transmission (*sanad*), the potential spread of fabricated hadith (*maudhu'*), and the commodification of religion for commercial interests. This study aims to analyze the utilization of hadith as digital content on Instagram and TikTok platforms and its impact on the validity and religious understanding of society. Using a qualitative approach and descriptive-analytical methods, data were collected through literature review and content documentation from selected da'wah accounts. Data analysis reveals that hadith content is dominated by short visual formats (such as TikTok videos and Reels) that systematically omit the chain of transmission (*sanad*) and detach the text from its context. Its dissemination heavily relies on algorithms that prioritize engagement, turning hadith into a commodity for personal branding and monetization. This mechanism reduces the authority of traditional scholarship, fosters fragmentary

understanding, and increases the risk of spreading weak or fabricated hadiths. The findings indicate that social media plays a dual role: facilitating widespread and creative access to da'wah, yet on the other hand, much of the hadith content fails to meet scholarly standards, such as the absence of sanad, references, and contextual explanation. This risks causing misunderstandings and diminishing the authority of hadith as a source of Islamic law. These findings underline the urgency of religious digital literacy and the application of verification principles (takhrij) in the production and consumption of religious content in the digital space.

Keywords: Hadith, Social Media, Digital Da'wah.

PENDAHULUAN

Hadis telah mengalami perjalanan yang cukup panjang, baik sejak awal periode keberadaannya maupun periode dewasa ini. Pada masa nabi, Hadis lebih banyak diriwayatkan melalui lisan karena dikhawatirkan akan tercampur dengan al-Quran. Bahkan hanya beberapa orang sahabat saja yang meriwayatkan Hadis melalui tulisan atas izin dari Rasulullah Saw. Ketika masa *Khulafaur Rasyidin* proses penyebaran Hadis berjalan dengan begitu pesat memasuki wilayah-wilayah yang mulai tersinari cahaya Islam seperti Negri Syam, Yaman, Kuffah, Bashrah bahkan masuk hingga ke Mesir. Di era Kekhalifahan Umayyah, khususnya saat Umar bin Abdul Aziz berkuasa, diambil kebijakan resmi untuk mengkodifikasi hadis. Langkah ini dilatarbelakangi dua kekhawatiran utama: merebaknya hadis-hadis palsu di masyarakat dan potensi lenyapnya hadis sahih yang benar-benar berasal dari Nabi Muhammad Saw.

Sesudah Hadis dikodifikasi, kemudian Hadis mulai diseleksi dan masuk dalam fase pembukuan sehingga lahirlah berbagai kitab Hadis. Para ulama Hadis melakukan penyaringan hadis dengan penuh kesungguhan, bahkan pada masa itu Hadis telah mampu dipisahkan antara Hadis *mauqūf*, *maqṭū'* dan *marfū*. Selepas itu Kajian Hadis terus berlanjut dengan melengkapi Karya-karya terdahulu dengan metode penyusunan yang lebih sistematis. Hingga akhirnya dewasa ini Hadis telah memasuki era global, yang membuat hadis semakin berkembang dengan cara yang lebih beragam karena telah memasuki era digital.

Berdasarkan perjalanan yang ada, terlihat begitu besar peran ulama terhadap penyebaran hadis baik ulama *Mutaqaddimin* maupun *Mutaakhirin*.¹ Kemudian umat Islam dewasa ini

¹ Luthfi Maulana, "Periodesasi Perkembangan Studi Hadits (Dari Tradisi Lisan/Tulisan Hingga Berbasis Digital)," *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 17, no. 1 (2016), <https://ejournal.uin-suka.ac.id/ushuluddin/esensia/article/view/171-09>.

mempunyai keinginan untuk membuat kemasan yang lebih menarik dalam menyebarkan Hadis, hal inilah yang membuat kajian Hadis memasuki era digital. M Alfatih Surya Dirga menyebutkan, memasuki era kekinian saat peradaban manusia sudah sangat berkembang dengan sangat pesat dari zaman ke zaman, maka kini masanya sudah berubah menjadi meluasnya informasi ke semua kalangan dan wilayah. Inilah masa yang dianggap era digital.²

Dewasa ini semua kalangan dapat mengakses dengan mudah informasi apapun dengan sangat cepat dan begitu mudah, sehingga kesadaran atas dunia harus beranjak pada studi keagamaan (*Islamic Studies*). Kajian keislaman telah menjadi sesuatu yang menarik dan telah berkembang dengan sangat baik di era global ini, dan sudah sangat sejalan dengan visi misi akademis bahwa setiap ilmu pengetahuan harus berkembang, sehingga ini juga harus berlaku pada kajian hadis. Melihat begitu berkembangnya era digital yang ada, sudah sepatutnya para sarjana Hadis dan para akademisi mengisi dan lebih memanfaatkan era digital untuk memaksimalkan semangat kajian Hadis supaya dampaknya lebih terasa oleh orang banyak.³

Saat ini, keragaman media tampaknya memberikan peluang sehingga semua orang dapat dengan mudah mengakses informasi yang berkaitan dengan hadis Nabi Saw. Teknologi telah berkembang dan menjadi lebih terbuka dalam mengabadikan suatu momen baik secara literal maupun visual. Alfatih suryadilga menyebutkan bahwa kemajuan teknologi telah menghadirkan produk baru dalam kajian hadis.⁴ Kemudian juga para ulama kini mulai mendokumentasikan kajian Hadisnya dalam bentuk video sebab visual lebih menarik dan digemari khalayak daripada literal, bahkan mungkin bisa dikatakan bahwa media video ini akan menjadi masa depan dari perkembangan sebuah hadis di era digital, sehingga barangkali kesadaran perlu digaungkan atas perubahan media dari masa ke-masa. Hasyim Muzadi menyebutkan bahwasanya tantangan terbesar umat Islam kini adalah mentransformasikan literasi keilmuan pada digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis. Pendekatan ini dipilih untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana hadis digunakan dan disebarkan melalui media sosial di era digital. Data penelitian bersumber dari kajian

² Muhammad Alfatih Suryadilaga, "Kajian Hadis Di Era Global: [Hadith Studies in the Global Era]," *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 15, no. 2 (2014).

³ Muhammad Alfatih Suryadilaga, "Kajian Hadis Di Era Global: [Hadith Studies in the Global Era]."

⁴ Muhammad Alfatih Suryadilaga, "Kajian Hadis Di Era Global: [Hadith Studies in the Global Era]."

pustaka (*library research*) yang meliputi kitab-kitab hadis klasik, buku-buku ilmiah, artikel, serta konten digital dari media sosial seperti Instagram dan TikTok. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, yaitu menelusuri teks, tulisan, dan konten yang relevan dengan topik penelitian. Analisis data dilakukan dengan cara menelaah, mengklasifikasi, dan menafsirkan isi data untuk menemukan pola dan makna dari penyebaran hadis di media sosial. Hasil analisis kemudian disajikan secara deskriptif agar mudah dipahami dan dapat menggambarkan hubungan antara hadis, media digital, dan masyarakat pengguna media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum, media sosial memiliki dua sisi. Di satu sisi, ia sangat membantu dalam menyebarkan dakwah secara luas, cepat, dan menarik, terutama bagi anak muda. Namun di sisi lain, penelitian menemukan bahwa sebagian besar konten hadis di platform ini tidak memenuhi standar ilmu hadis yang seharusnya. Banyak konten yang tidak menyebutkan sumber hadis (*sanad*), tidak mencantumkan kitab rujukan, dan tidak disertai penjelasan konteks. Hal ini berisiko menyebabkan kesalahan paham, menyebarkan hadis yang lemah atau palsu, serta mengurangi otoritas hadis sebagai pedoman hukum Islam. Berikutnya, pembahasan akan diuraikan mulai dari pola penyebaran hadis di internet, contoh-contoh konten di Instagram dan TikTok, hingga masalah serius tidak adanya *sanad* dalam konten digital.

A. Penyebaran Hadis Dalam Internet

Secara etimologis, istilah "media" berakar dari bahasa Latin. Kata ini merupakan bentuk jamak dari kata dasar "medium"⁵ dalam bahasa Indonesia, istilah "medium" mengandung arti sedang atau perantara. Implikasinya, media kemudian didefinisikan sebagai sarana perantara yang menghubungkan pemberi dan penerima pesan. Meluas dari fungsi dasar tersebut, media juga sering disebut sebagai perpanjangan diri manusia (*extensions of man*) yang memungkinkan ide dan pemikiran seseorang disalurkan dalam ruang sosial. Secara lebih spesifik, Hafied Cengara menyatakan bahwa media adalah alat atau sarana yang bertugas menyampaikan pesan dari seorang komunikator kepada audiens.⁶

⁵ Dian Indriana, *Ragam Alat Bantu Pengajaran* (Yogyakarta: DIVA Press, 2011).

⁶ Munawir Umar, *Otensitas Dan Validitas Hadits Serta Contoh-Contoh Hadisnya Dan Problematikanya*, n.d.

Dengan dukungan teknologi multimedia yang semakin maju, media sosial hadir sebagai sebuah media online. Melalui aplikasi-aplikasi berbasis internet, pengguna dapat terlibat dalam berbagai aktivitas seperti berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten dalam berbagai bentuk, misalnya blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan ruang virtual.⁷

Cara informasi disebarluaskan kepada publik dan dunia telah mengalami perubahan drastis berkat peran media sosial. Perubahan ini terutama terlihat pada laju penyebaran dan tingkat transparansi informasi yang kini jauh lebih tinggi dibandingkan masa sebelumnya.⁸ Kemudahan penggunaan, kecepatan, dan jangkauan yang dimiliki media sosial menjadi faktor pendorong yang mengubah wacana publik dengan sangat cepat. Lebih dari itu, media sosial juga berperan sebagai penentu tren dan agenda untuk berbagai topik, seperti isu lingkungan, politik, teknologi, serta industri hiburan.⁹

Saat ini, jenis media sosial yang mendominasi tingkat penggunaan dan menunjukkan perkembangan paling signifikan adalah jejaring sosial, blog, serta wiki.¹⁰ Situs jejaring sosial kini merupakan teknologi yang telah menyatu dengan kehidupan masyarakat. Buktinya, layanan ini diakses setiap hari oleh ratusan ribu sampai jutaan orang dari berbagai penjuru dunia.¹¹

Berbagai aplikasi dirancang khusus untuk memfasilitasi kebutuhan manusia dalam hal bersosialisasi. Platform jejaring sosial online pada hakikatnya menyalin model jaringan sosial kehidupan nyata, namun dengan skala dan ruang lingkup yang jauh lebih besar. Buktinya, keberadaan Facebook, Twitter, Path, Instagram, YouTube, dan platform sejenisnya mampu menjalin koneksi antar manusia dengan cara yang belum pernah terjadi sebelumnya.¹²

Fungsi utama aplikasi media sosial adalah memfasilitasi pengguna dalam membuat dan membagikan konten. Sifatnya yang terbuka dan berperan sebagai nodal informasi memungkinkan penyebaran konten tersebut dengan kecepatan tinggi hingga ke berbagai belahan dunia. Tantangan besar yang muncul adalah keberagaman kualitas informasi, yang mencakup konten valid maupun invalid (hoaks). Kondisi inilah yang mengharuskan setiap

⁷ Mulyati A, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI* (Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan, 2014).

⁸ Mayfield A, *What Is Social Media* (Indian Strategic Knowledge Online, 2008).

⁹ B. A Asur, S., & Huberman, *Predicting the Future With Social Media* (Social Computing Lab, 2010).

¹⁰ A, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*.

¹¹ Sosiawan E. A, "Penggunaan Situs Jejaring Sosial Sebagai Media Interaksi Dan Komunikasi Di Kalangan Mahasiswa," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2020, 60–75.

¹² Fahrimal Y, "Netiquette: Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial Dalam Media Sosial," *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan* 22, no. 1 (2018): 69–78.

informasi, termasuk konten bernuansa keagamaan seperti hadis, untuk dikritisi dan diverifikasi ulang kebenarannya. Saat ini, hadis telah menjadi salah satu konten yang sangat banyak ditemukan di media sosial, bahkan hampir semua platform jejaring sosial memuatnya. Namun, perlu dicermati bahwa tidak semua hadis yang beredar tersebut berstatus shahih. Mengingat hadis didefinisikan sebagai segala sesuatu yang disandarkan kepada Nabi Muhammad Saw., maka tanggung jawab untuk menyaring dan memastikan kualitasnya menjadi sangat penting.¹³ Dalam hierarki sumber hukum Islam, hadis menempati posisi sebagai sumber otoritatif kedua setelah Al-Qur'an.¹⁴ Perbedaan mendasar terletak pada status transmisinya, sementara Al-Qur'an bersifat *mutawatir* (diriwayatkan secara massal dan pasti), hadis memiliki sifat yang relatif.¹⁵ Hal ini antara lain disebabkan oleh proses pembukuan (kodifikasi) hadis yang baru terlaksana secara resmi pada abad kedua Hijriah (atau abad ke-8 Masehi).¹⁶ Maka dari itu, keaslian (otentisitas) suatu hadis harus dikritisi melalui proses pemeriksaan guna membedakan mana yang benar-benar berasal dari Nabi Saw. dan mana yang bukan.¹⁷

Ketersediaan hadis yang telah disampaikan dan dibukukan sejak zaman Nabi Saw. memungkinkan penelaahannya hingga masa modern. Persoalan muncul karena teks hadis bersifat tetap, sementara kondisi sosial masyarakat Islam mengalami perkembangan yang dinamis. Menyikapi hal ini, banyak ulama berusaha menafsirkan kembali makna hadis agar dapat diterapkan dalam konteks zaman sekarang. Mereka mengembangkan metode pemahaman yang memadukan pendekatan tekstual dan kontekstual, serta mempertimbangkan dimensi lokal, universal, dan temporal suatu hadis.¹⁸

Pada periode abad ke-21, pemahaman hadis melalui pendekatan kontekstual marak diterapkan. Namun, pesatnya kemajuan teknologi ternyata memberikan dampak ganda, termasuk menciptakan kekurangan dalam metode penafsiran, khususnya untuk hadis. Kebebasan menyampaikan pendapat di platform daring telah mendorong kajian hadis secara luas, namun intensitasnya tidak selalu berbanding lurus dengan kualitas pemahaman yang

¹³ Darmalaksana W, *Hadis Di Mata Orientalis: Telaah Atas Pandangan Ignaz Goldziher Dan Joseph Schacht* (Bandug: Benang Merah Press, 2004).

¹⁴ E Darmalaksana W., Pahala, L., & Soetari, "Kontroversi Hadis Sebagai Sumber Hukum Islam," *Wawasan: Jurnal Ilmiah Agama Dan Sosial Budaya* 2, no. 2 (2017): 245–58.

¹⁵ Soetari E, *Ilmu Hadits* (Bandug: Amal Bakti Press, 1994).

¹⁶ Soetari E, *Ilmu Hadis*.

¹⁷ W, *Hadis Di Mata Orientalis: Telaah Atas Pandangan Ignaz Goldziher Dan Joseph Schacht*.

¹⁸ Ismail M. S, *Hadis Nabi Yang Tekstual Dan Kontekstual: Telaah Ma'anil Al-Hadits Tentang Ajaran Islam Yang Universal, Temporal Dan Lokal* (Jakarta: Bulan Bintang, 1994).

dihasilkan.¹⁹ Dengan demikian, harus diakui bahwa pendekatan terhadap hadis di media sosial telah berevolusi dari pembacaan tekstual menuju interpretasi kontekstual, sejalan dengan kemajuan teknologi dan sains. Namun, konten hadis yang tersaji di platform tersebut tidak selalu layak dijadikan acuan praktik keagamaan, kecuali individu tersebut melakukan pengecekan kesahihan secara mandiri. Fenomena penyebaran hadis lemah (dha'if) atau palsu di media sosial bukanlah hal langka, yang berpotensi menjerumuskan pembagi maupun penerima informasi ke dalam kesesatan.

Hasil Penelitian

Kemudahan akses informasi di era digital memungkinkan pengguna internet mencari hadis melalui aplikasi di ponsel pintar. Di antara banyaknya platform, Instagram dan TikTok dipilih sebagai objek kajian karena intensitas penggunaannya yang tinggi di kalangan masyarakat kontemporer. Internet berperan sebagai medium distribusi hadis yang sangat mudah diakses, sekaligus alat yang meningkatkan efisiensi kerja dan kecepatan pengelolaan informasi. Meski demikian, kemudahan ini perlu diimbangi dengan sikap kritis agar tidak terjebak pada konten yang tidak terjamin validitasnya.²⁰ Sehingga penyebaran hadis di internet sudah terdapat dalam banyak tempat seperti aplikasi, situs-situs atau web, media sosial, Tiktok dan lain sebagainya. Yang akan dijelaskan sebagai berikut.

a. Aplikasi Hadis dan situs-situs kajian Hadis

Kitab hadis dalam bentuk fisik sedikit tergeser karena hadirnya aplikasi dan situs-situs yang memuat hadis dan sangat mudah untuk diakses. Kedua media tersebut menyajikan hadis dalam bentuk e-book juga pdf dan kajian hadis yang cukup lengkap serta mudah diakses.²¹ Mengenai aplikasi-aplikasi hadis yang cukup populer serta banyak yang menggunakan aplikasi tersebut adalah ensiklopedia hadis, lidwa Pustaka, al-Bahīs al-Hadīsi. Kemudian situs-situs yang bisa mengakses Hadis antara lain sunnah.com, pusatkajianhadis.com, islamweb.net, sonnaonline.com dan yang lainnya.

Fitur yang ditawarkan oleh situs-situs ini beragam, mulai dari penyajian hadis Nabi berikut sumber-sumber periwayatannya, hingga layanan konsultasi dan pembelajaran Islam

¹⁹ F Syifana, D. I., & Pratama, "Perkembangan Kajian Hadis Di Indonesia Pada Abad 20-21 M," *Jurnal UIN Sunan Ampel Surabaya*, 2021.

²⁰ Cooky Tri Adhikara, "Analisa Sebaran Pemanfaatan Internet Blog/ Weblog, Untuk Kategori Bisnis Dan Ekonomi Di Dunia Maya Indonesia," *Jurnal Com Tech* 1, no. 2 (2010), <https://journal.binus.ac.id/index.php/comtech/article/view/2698>.

²¹ Muhammad al-Fatih Suryadilaga, *Kajian Hadis Di Era Global*, n.d.

untuk publik dari berbagai usia, termasuk anak-anak dan orang dewasa. Pada situs tersebut juga terdapat kitab-kitab hadis maupun kitab keilmuan yang lain terkait agama Islam yang dapat diunduh oleh khalayak sehingga bisa diakses secara offline. Proses tersebut hanya tinggal menginstal agar bisa dijalankan pada sebuah komputer, laptop maupun handphone yang berbasis android maupun ios.²²

b. Media Sosial

Media Sosial pada hakikatnya mengintegrasikan dua unsur dalam sebuah aplikasi, yakni sebagai sarana bersosialisasi dan sebagai sumber informasi. Di antara berbagai platform yang tersedia, YouTube, WhatsApp, Instagram, dan Twitter termasuk yang paling banyak digunakan oleh khalayak. Definisi media sosial mencakup serangkaian teknologi yang bertujuan menjalin hubungan antar manusia, mendorong kerja sama, dan memediasi interaksi lewat komunikasi daring. Karena pada dasarnya internet mempunyai sifat yang selalu mengalami perkembangan baik dari segi teknologi maupun fitur.²³

Hadis Nabi Saw di media sosial sudah banyak beredar bahkan seakan-akan arusny tak bisa dibendung. Parahnya banyak pengguna media sosial yang tidak mengetahui sumber hadis yang mereka lihat di media sosial, karena siapapun bisa menyebarkan hadis di media sosial, masyarakat sangat dengan mudah untuk bisa mengunggah sebuah hadis di media sosial tanpa harus menjadi ahli hadis atau ahli dibidang agama. Derasnya arus informasi dan teknologi ini sangat berpengaruh terhadap cara pandang umat islam mengenai hadis. Konten demi konten mengenai agama viral melalui media sosial.²⁴

Di dalam media sosial di satu sisi mempunyai nilai positif karena begitu banyak informasi yang didapatkan, namun pada sisi lain informasi yang beredar tidak dapat dipaastikan kebenarannya, bahkan tidak menutup kemungkinan informasi yang beredar tersebut adalah hoax. Oleh karna itu terdapat beberapa cara untuk menyikapi hadis yang menyebar di media sosial dan cara mengeceknya pun tidak jauh berbeda dengan yang dilakukan oleh para ulama Hadis, yakni : (1) syarat keshahihan hadis, (2) sanadnya bersambung, (3) adil dan dābiṭnya para perawi, (4) terbebas dari kejanggalan (shadh) juga tidak terdapat kecacatan ('Illat).²⁵ Oleh

²² Umi Aflaha, *Kaos Hadis Sebagai Media Dakwah Dan Komunikasi Alternative*, n.d.

²³ Aflaha.

²⁴ Abdul Majid Khon, *Ulumul Hadis* (Jakarta: AMZAH, 2015).

²⁵ Riska Marini, "Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Di SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah," in *Skripsi* (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2019).

karna itu para pengguna media sosial haruslah selektif dalam menerima informasi agar mendapatkan informasi yang benar lagi tepat.

B. Bentuk Konten Hadis di Jejaring Sosial

Saat ini, jejaring sosial menjadi salah satu jenis media sosial yang paling banyak dimanfaatkan oleh masyarakat pengguna internet. Pada dasarnya, jejaring sosial adalah sebuah konstruksi sosial yang tersusun atas individu-individu maupun organisasi. Relasi di dalamnya terbentuk melalui kesamaan latar sosial, menjangkau dari lingkaran pertemanan dekat hingga hubungan kekerabatan.²⁶

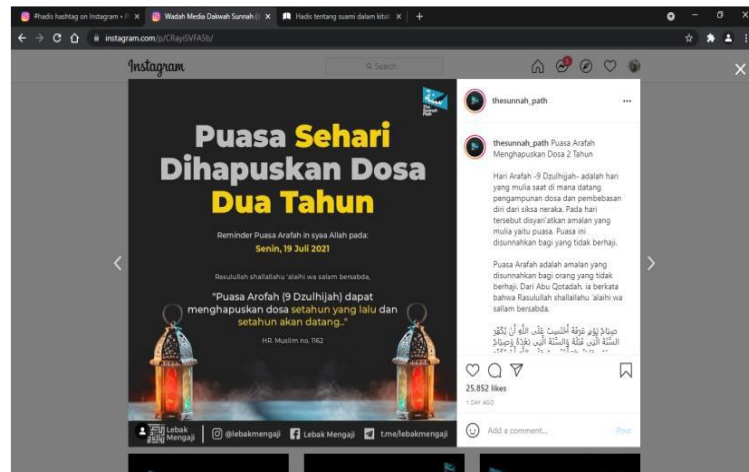
a. Instagram

Instagram merupakan sebuah platform jejaring sosial yang berfokus pada berbagi konten visual, memungkinkan penggunanya untuk mengunggah foto dan video yang telah diedit dengan filter digital. Konten tersebut dapat disebarluaskan baik di lingkungan Instagram sendiri maupun ke berbagai platform media sosial lainnya. Aplikasi ini pertama kali diluncurkan pada 6 Oktober 2010 oleh pendirinya, Kevin Systrom dan Mike Krieger, dan saat ini telah menjadi bagian dari kepemilikan Facebook, Inc.

Dalam penelitian ini, penulis mengamati akun Instagram bernama "Wadah Media Dakwah Sunnah" dengan username @thesunnah_path. Berdasarkan data terkini, akun tersebut telah mempublikasikan lebih dari 36,4 ribu unggahan, memiliki basis pengikut sebanyak 1,1 juta, serta mengikuti 341 akun lainnya.

Profil akun ini banyak membagikan konten keislaman berupa gambar dan video, yang berisi kutipan dari para ustadz, ulama ternama, serta petikan teks dari berbagai kitab klasik. Desain kontennya cenderung sederhana dan modern, dilengkapi dengan teks penjelas. Tema Islami yang diusung membuat konten-konten tersebut mudah menarik perhatian untuk dibaca dan ditelaah. Selain menyertakan keterangan langsung pada media visualnya, akun ini juga memberikan elaborasi yang lebih detail melalui kolom deskripsi (*caption*) di setiap postingan.

²⁶ Yusrintosepu, "Media Sosial & Jejaring Sosial (Perbedaan Dan Klasifikasinya)," 2018.



Gambar 1

unggahan hadis dari akun @thesunnah_path

Contoh unggahan hadis dari akun @thesunnah_path dapat dilihat pada gambar di atas. Redaksi lengkap hadis yang disajikan dalam konten tersebut adalah:

و حَدَّثَنَا يَحْيَى بْنُ يَحْيَى التَّمِيمِيُّ وَفَتَيْبَةُ بْنُ سَعِيدٍ جَمِيعًا عَنْ حَمَّادٍ قَالَ يَحْيَى أَخْبَرَنَا حَمَّادُ بْنُ زَيْدٍ عَنْ غَيْلَانَ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَعْبُدٍ الرَّمَانِيِّ عَنْ أَبِي قَتَادَةَ رَجُلٍ أَتَى النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقَالَ كَيْفَ تَصُومُ فَغَضِبَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَلَمَّا رَأَى عُمَرُ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ غَضَبَهُ قَالَ رَضِينَا بِاللَّهِ رَبًّا وَبِالْإِسْلَامِ دِينًا وَبِمُحَمَّدٍ نَبِيًّا نَعُوذُ بِاللَّهِ مِنْ غَضَبِ اللَّهِ وَغَضَبِ رَسُولِهِ فَجَعَلَ عُمَرُ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ يُرَدِّدُ هَذَا الْكَلَامَ حَتَّى سَكَنَ غَضَبُهُ فَقَالَ عُمَرُ يَا رَسُولَ اللَّهِ كَيْفَ بِمَنْ يَصُومُ الدَّهْرَ كُلَّهُ قَالَ لَا صَامَ وَلَا أَفْطَرَ أَوْ قَالَ لَمْ يَصُمْ وَلَمْ يُفْطِرْ قَالَ كَيْفَ مَنْ يَصُومُ يَوْمَيْنِ وَيُفْطِرُ يَوْمًا قَالَ ذَاكَ صَوْمٌ دَاوُدَ عَلَيْهِ السَّلَامُ قَالَ كَيْفَ مَنْ يَصُومُ يَوْمًا وَيُفْطِرُ يَوْمَيْنِ قَالَ وَدِدْتُ أَنِّي طُوفْتُ ذَلِكَ ثُمَّ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ثَلَاثٌ مِنْ كُلِّ شَهْرٍ وَرَمَضَانُ إِلَى رَمَضَانَ فَهَذَا صِيَامُ الدَّهْرِ كُلِّهِ صِيَامُ يَوْمِ عَرَفَةَ أَحْتَسِبُ عَلَى اللَّهِ أَنْ يُكَفِّرَ السَّنَةَ الَّتِي قَبْلَهُ وَالسَّنَةَ الَّتِي بَعْدَهُ وَصِيَامُ يَوْمِ عَاشُورَاءَ أَحْتَسِبُ عَلَى اللَّهِ أَنْ يُكَفِّرَ السَّنَةَ الَّتِي قَبْلَهُ

Artinya: "Dan Telah menceritakan kepada kami [Yahya bin Yahya At-Tamimi] dan [Qutaibah bin Sa'id] semuanya dari [Hammad] - [Yahya] berkata- telah mengabarkan kepada kami [Hammad bin Zaid] dari [Ghailan] dari [Abdullah bin Ma'bad az-Zimani] dari [Abu Qatadah] bahwa seorang laki-laki datang kepada Nabi shallallahu 'alaihi wasallam dan bertanya, "Bagaimanakah Anda berpuasa?" Mendengar pertanyaan itu, Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam marah. Dan ketika Umar menyaksikan Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam marah, ia berkata, "Kami rela Allah sebagai Tuhan, Islam sebagai agama dan Muhammad

sebagai Rasul. Kami berlindung kepada Allah, dari murka Allah dan Rasul-Nya." Umar mengulang ucapan tersebut hingga kemarahan Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam reda. Kemudian ia bertanya, "Wahai Rasulullah, bagaimana dengan orang yang berpuasa sepanjang tahun?" Beliau menjawab: "Dia tidak berpuasa dan tidak juga berbuka." -atau beliau katakan dengan redaksi 'Selamanya ia tak dianggap berpuasa dan tidak pula dianggap berbuka-- Umar bertanya lagi, "Bagaimana dengan orang yang berpuasa sehari dan berbuka sehari?" beliau menjawab: "Itu adalah puasa Dawud 'Alaihis Salam." Umar bertanya lagi, "Bagaimana dengan orang yang berpuasa sehari dan berbuka dua hari?" beliau menjawab: "Aku senang, jika diberi kekuatan untuk itu." kemudian Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "puasa tiga hari setiap bulan, puasa dari Ramadhan ke Ramadhan sama dengan puasa setahun penuh. Sedangkan puasa pada hari Arafah, aku memohon pula kepada Allah, agar puasa itu bisa menghapus dosa setahun setahun penuh sebelumnya dan setahun sesudahnya. Adapun puasa pada hari 'Asyura', aku memohon kepada Allah agar puasa tersebut bisa menghapus dosa setahun sebelumnya." (Shahih Muslim No. 1976).

Berdasarkan analisis terhadap akun @thesunnah_path, penulis mengidentifikasi beberapa kelebihan dan kekurangan. Kelebihannya terletak pada keberagaman konten keislaman yang dibagikan, yang tidak hanya terbatas pada hadis, tetapi juga mencakup kutipan dari ustadz dan ulama terkemuka serta potongan ayat Al-Qur'an dalam bentuk foto atau video. Seluruh konten tersebut didesain dengan gaya grafis minimalis yang sedang tren, menggunakan font besar untuk menarik perhatian visual dan mendorong interaksi pengguna Instagram. Hal ini efektif dalam meningkatkan minat baca audiens. Dari segi kualitas, konten hadis yang dibagikan dilengkapi dengan penjelasan rinci dan struktur hadis yang komprehensif. Keunggulan lain adalah penyertaan syarah (penjelasan) dan sumber hadis yang kredibel di dalam keterangan (*caption*), yang jarang ditemui pada akun lain. Akun ini juga aktif merespons pertanyaan di kolom komentar dengan jawaban yang jelas dan disertai rujukan.

Di sisi lain, kekurangannya adalah ketidaklengkapan sanad yang hanya disajikan sebagian, tidak hingga bersambung kepada Nabi Saw., serta tidak selalu menyertakan teks hadis secara utuh.

Adapun akun @samaseofficial merupakan toko online di Instagram yang khusus menjual produk busana Muslim, antara lain celana, kemeja koko, dan penutup kepala. Akun ini mulai aktif sejak 2019, dan hingga 18 Oktober 2025 telah mengunggah 1.762 konten berupa foto dan video dengan jumlah pengikut mencapai 97,4 ribu.



Gambar 2

unggah video akun @samaseofficial

Pada unggahan video bertanggal 12 Februari 2019, akun @samaseofficial menyertakan sebuah hadis yang diterjemahkan ke dalam teks: "Barang siapa yang melabuhkan pakaiannya karena sombong, maka Allah tidak akan melihatnya pada hari kiamat" (HR. Bukhari 5783, Muslim 2085). Caption yang menyertai video tersebut bertuliskan, "Sudah Laa Isbal hari ini.?" . Penggunaan hadis ini berfungsi ganda: pertama, sebagai legitimasi religius terhadap produk celana mereka yang dirancang tidak melebihi mata kaki; kedua, sebagai strategi pemasaran yang menyasar konsumen Muslim, khususnya yang mengikuti manhaj salaf.

Sejak awal hingga 16 April 2025, akun ini secara konsisten mengutip hadis dalam berbagai format konten gambar, video, dan caption baik yang terkait langsung dengan produk maupun tidak. Selain itu, akun ini juga aktif membagikan konten dakwah berupa cuplikan ceramah dari sejumlah ustadz, seperti Ustadz Khalid Basalamah dan Ustadz Syafiq Riza Basalamah. Hal ini menunjukkan komitmen mereka dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman, yang menjadi poin tambah yang patut diapresiasi.

Dalam penelitian ini, penulis membatasi analisis pada satu konten spesifik yang dipilih karena secara eksplisit mencantumkan hadis yang digunakan untuk mendukung produk komersial mereka.

Pada hadis pertama terdapat pada sebuah video unggahan tentang La Isbal, yaitu tentang bagaimana seharusnya seorang muslim dalam berpakaian, tidak boleh melebihi mata kaki, pada postingan tersebut teks hadis hanya dicantumkan terjemahannya saja tanpa ada teks arab dan juga hanya disebutkan perawi hadis yaitu Imam Bukhari dan Imam Muslim tanpa ada penyebutan sanad sama sekali serta tidak adanya penjelasan lebih lanjut atau syarah dari hadis tersebut sehingga pemahaman hadis terkesan tekstualis, ini bisa saja terjadi karena memang

tujuan awalnya adalah untuk mempromosikan produk dan hadis sebagai media marketing dari produk mereka yaitu celana La Isabal (celana dengan potongan diatas mata kaki). Demikian ini dapat mereduksi makna hadis tersebut dan menunjukkan pergeseran fungsi hadis dari teks normatif menjadi media komodifikasi agama. Teks hadis tidak bernilai materi menjadi media yang bisa bernilai komersial.

Teks hadis tersebut termuat dalam kitab *Shahih Bukhari*, dalam bab "Fadhail Shahabah", yang berbunyi:²⁷

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ مُقَاتِلٍ : أَخْبَرَنَا عَبْدُ اللَّهِ : أَخْبَرَنَا مُوسَى بْنُ عُقْبَةَ ، عَنْ سَالِمِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ ، عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رضي الله عنهما قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: (مَنْ جَرَّ ثَوْبَهُ خِيَلًا، لَمْ يَسْتَرْحِي ، إِلَّا أَنْ أَتَعَاهَدَ ذَلِكَ مِنْهُ؟ يَنْظُرُ اللَّهُ إِلَيْهِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ. فَقَالَ أَبُو بَكْرٍ: إِنَّ أَحَدَ شِقَائِي ثَوْبِي فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: (إِنَّكَ لَسْتَ تَصْنَعُ ذَلِكَ خِيَلًا). قَالَ مُوسَى: فَقُلْتُ لِسَالِمٍ: أَذَكَرَ عَبْدُ اللَّهِ: مَنْ جَرَّ إِزَارَهُ؟ قَالَ: لَمْ أَسْمَعْهُ ذَكَرًا إِلَّا ثَوْبَهُ

Dalam kitab Libas:²⁸

حَدَّثَنَا إِسْمَاعِيلُ قَالَ: حَدَّثَنِي مَالِكٌ، عَنْ نَافِعٍ، وَعَبْدِ اللَّهِ بْنِ دِينَارٍ، وَزَيْدِ بْنِ أَسْلَمَ: يَخْبِرُونَهُ عَنْ ابْنِ عُمَرَ رضي الله عنهما : أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: (لَا يَنْظُرُ اللَّهُ إِلَى مَنْ جَرَّ نَوْنَةَ الْخِيَلِ).

Dari rangkaian hadis yang telah dikutip, dapat disimpulkan bahwa tindakan memanjangkan pakaian hingga melewati mata kaki memiliki status hukum haram, dengan syarat disertai oleh niat atau rasa kesombongan, pada hadis Bukhari melalui riwayat Muhammad bin Muqatil disebutkan bahwa Abu Bakar dikecualikan oleh Nabi Saw dari golongan orang yang sombong walaupun pakaian beliau terkadang turun sampai ke bawah mata kaki, dan yang menjadi pertanyaan disini adalah bagaimana jika tanpa ada rasa sombong, dan apakah pengecualian hanya berlaku untuk Abu Bakar saja atau seluruh umat islam, maka dari itu peneliti ingin mengkaji masalah ini dengan mengutip pendapat dari para ulama.

Terdapat perbedaan pandangan di kalangan ulama mengenai hukum isbal (melabuhkan pakaian). Sebagian menyatakan hukumnya haram, sebagian lain memandangnya makruh, bahkan ada yang membolehkan (mubah). Salah satu pendapat yang tegas datang dari Ibn Hajar Al-Asqalani dalam karyanya *Fathul Bari*, sebuah syarah (penjelas) atas *Shahih Al-Bukhari*.

²⁷ Abu Abdullah Muhammad bin Isma'il Al-Bukhari, *Shahih Al-Bukhari* (Damaskus: Dar Ibn Katsir, Dar Yamamah, cet 5, n.d.).

²⁸ Al-Bukhari.

Beliau berpendapat bahwa isbal baik yang disertai kesombongan ataupun tidak secara mutlak diharamkan.²⁹

وحاصله أن الإِسْبَالَ يَسْتَلْزِمُ جَرَّ الثَّوْبِ وَجَرَّ الثَّوْبِ يَسْتَلْزِمُ الْخِيْلَاءَ وَلَوْلَمْ يَقْصِدِ اللَّابِسُ الْخِيْلَاءَ،

dari sudut pandang ini, isbal menyebabkan pakaian menjadi terseret, dan praktik menyeret pakaian itu sendiri diasosiasikan dengan kesombongan, sekalipun pelaku tidak berniat untuk menyombongkan diri.

Imam Nawawi dalam kitab Syarah Shahih Muslim menerangkan bahwa haramnya isbal dikhususkan jika disertai sombong, jika tidak maka dikembalikan lagi ke taqyidnya.³⁰

لا يجوز إِسْبَالُهُ تَحْتَ الْكَعْبَيْنِ إِنْ كَانَ لِلْخِيْلَاءِ ، فَإِنْ كَانَ لْغَيْرِهَا فَهُوَ مَكْرُوهٌ ، وَظَوَاهِرُ الْأَحَادِيثِ فِي تَقْيِيدِهَا بِالْجَرِّ خِيْلَاءٌ تَدُلُّ عَلَى أَنَّ التَّحْرِيمَ مَخْصُوصٌ بِالْخِيْلَاءِ

Isbal yang didasari kesombongan dilarang, sedangkan tanpa unsur sombong hukumnya makruh. Penafsiran ini diperkuat dengan metode takhsis, yaitu mengkhususkan makna hadis mutlaq menggunakan hadis muqayyad.

Sementara itu, menurut pandangan ulama mazhab Hanafi, Syafi'i, dan sebagian Hanbali, tindakan memanjangkan pakaian hingga melewati mata kaki memiliki hukum mubah (boleh).

"Diriwayatkan bahwa Abu Hanifah rahimahullah mengenakan jubah mahal berharga empat ratus dinar, dan beliau menjulurkannya di atas (mendekati) tanah. Dikatakan kepadanya: Bukankah kita dilarang melakukan hal itu? Beliau berkata: Larangan itu untuk orang sombong, dan kita bukan bagian dari mereka"

Secara lafadz, hadis ini melarang seseorang menjulurkan (menyeret) pakaiannya sebagai bentuk kesombongan. Jika dilihat dari sosio historis pada masa Arab pra-Islam dan awal Islam, pakaian panjang yang menyentuh tanah adalah simbol status sosial tinggi, identik dengan kaum elit dan orang-orang yang berpengaruh. Nabi mengecam praktik ini karena ada unsur kesombongan dan kesenjangan social, inilah yang menjadi tujuan utama dari adanya hadis tersebut. Sedangkan pada masa sekarang, panjangnya pakaian tidak lagi menjadi simbol status sosial atau kesombongan. Berpakaian dengan celana panjang hal yang lumrah di hampir seluruh budaya, dan tidak ada unsur kesombongan didalamnya. Oleh karena itu, memaknai

²⁹ Ibn Hajar Al-'Asqalani, *Fathul Bari Syarah Shahih Bukhari* (Mesir: Maktabah Salafiyah, 1390 H), Juz, 10, h.264.

³⁰ Abu Zakariya Muhyiddin Yahya bin Syaraf An-Nawawi, *Al-Minhaj Syarah Shahih Muslim Bin Al-Hajjaj* (Beirut: Dar Ihya' Turats Al-Arabi, cet II, 1392 H), Juz 14, h.62.

hadis ini secara literal tanpa memahami konteks sosial historisnya dapat menimbulkan kesimpulan keliru dan penyempitan makna.

b. Tiktok

TikTok adalah platform media yang menawarkan berbagai efek kreatif dan menarik, memungkinkan pengguna dengan mudah membuat video pendek yang atraktif guna menarik perhatian penonton. Aplikasi ini merupakan jejaring sosial berbasis video dengan fitur musik yang berasal dari Tiongkok dan diluncurkan pertama kali pada September 2016. TikTok mulai dikenal di Indonesia sekitar tahun 2017, terutama di kalangan generasi muda, dan kini telah berkembang menjadi platform media sosial yang digemari oleh berbagai lapisan masyarakat, baik anak muda maupun orang dewasa. Selain sebagai sarana hiburan, TikTok juga berfungsi sebagai wadah berbagi pengetahuan, termasuk konten keagamaan. Terdapat cukup banyak kreator konten yang memanfaatkannya untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah Islam.

Di TikTok, konten dapat dibuat dengan sangat mudah. Pengguna tidak hanya menonton dan meniru, tetapi juga dapat berkreasi membuat video versi mereka sendiri sesuai ide dan kreativitas masing-masing. Selain konten hiburan seperti tarian atau lipsync, pengguna juga sering berpartisipasi dalam berbagai tantangan yang dipopulerkan oleh pengguna lain.

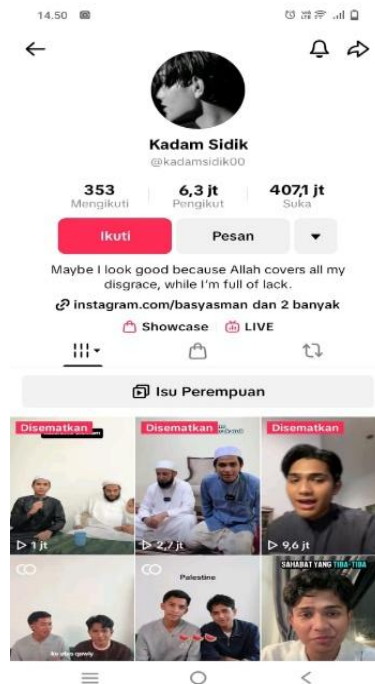
Dalam penelitian ini, penulis mengamati akun TikTok bernama "Wadah Media Dakwah Sunnah" dengan username @KadamSidik00. Pemilik akun ini adalah Husain Basyaiban, yang biasa dipanggil "Ucen" oleh pengikutnya. Awalnya, akun tersebut menggunakan nama @basyasman sebelum akhirnya berganti menjadi @kadamsidik00. Hingga 15 Oktober 2025, akun ini telah memiliki 6,3 juta pengikut dengan total 407,1 juta suka pada videonya. Lebih dari 1.000 video telah diunggahnya. Bio akunnya tertulis: *"Maybe i look because Allah covers all my disgrace, while i'm full of lack."*³¹

Berbeda dengan mayoritas pengguna TikTok yang fokus pada konten hiburan seperti joget, akun Husain Basyaiban didominasi oleh video dakwah yang bersifat edukatif. Dalam konten-kontennya, Husain menyampaikan pesan keagamaan secara ringkas namun jelas dan padat, serta memperkuat argumennya dengan menyertakan dalil hadis dan fatwa ulama.

Kehadiran akun ini berawal pada masa pandemi Covid-19, saat konten dakwah masih belum banyak ditemui di platform TikTok. Dorongan internal dan ketertarikannya untuk

³¹ "Diakses Dari <https://www.tiktok.com/@kadamsidik00?t=8fSGUk9hlgd&r=1> Pada Tanggal 15 Oktober 2025 Pukul 22:41," n.d.

menyebarkan nilai-nilai Islam mendorongnya untuk mencoba metode baru, yaitu berdakwah melalui media sosial yang sebelumnya belum pernah digelutinya yaitu aplikasi TikTok.³²



Gambar 3

Unggahan Husain Basyaiban di TikTok

Setiap konten video yang diunggah Husain Basyaiban di TikTok sarat dengan beragam pesan dan tema yang mendalam. Video-video ini, yang telah ditonton oleh ribuan pengguna, berfungsi sebagai pengingat spiritual, khususnya bagi generasi muda yang ingin lebih mendekatkan diri kepada Allah Swt. Sebagai pengguna TikTok, Husain memanfaatkan platform ini secara optimal untuk berdakwah, menghindari konten yang tidak jelas. Ia fokus sebagai kreator dakwah dengan rutin membagikan video bertema keagamaan, serta sering kali mengutip pendapat para ulama atau syaikh. Seperti yang diungkapkannya sendiri, “Jelas, saya sampai sekarang tidak berfatwa, tidak pernah berfatwa atau mengeluarkan pendapat pribadi. Jika suatu pendapat masih bisa saya analisis, saya akan menelaahnya. Namun, jika pembahasan tersebut memerlukan ijtihad yang mendalam, saya akan merujuk kembali kepada ulama. Sebab, saya hanyalah seorang penukil (muqalid), bukan seorang mujtahid.”³³

³² Hevi Khulasatun Nuri Kahayu, *Mediatisasi Hadits Di Tiktok (Kajian Terhadap Hadits- Hadits Pada Akun Husain Basyaiban @Kadamsidik00)* (Kudus, 2023), h.49-50.

³³ Hevi Khulasatun Nuri Kahayu, *Mediatisasi Hadits Di Tiktok (Kajian Terhadap Hadis-Hadis Pada Akun Husain Basyaiban @Kadamsidik00)* (Kudus, 2023), h.51-52.

Terlihat jelas bahwa Husain menerapkan kehati-hatian dalam menyajikan pembahasan di setiap video TikTok-nya. Mengenai tema konten, ia mengaku tidak memiliki pola tetap. Menurutnya, "Tidak ada tema khusus karena semua dikerjakan secara random. Ide bisa datang tiba-tiba saat saya duduk, saat membaca buku atau kitab, atau setelah mendengar kajian dari seorang syekh yang menurut saya perlu disebarluaskan di TikTok. Kadang, saya juga terinspirasi dari konten kreator lain yang dianggap nyeleneh, lalu saya stitch untuk memberikan tanggapan."³⁴

Redaksi hadis yang disampaikan Husein Basyaiban:

عَنْ مُعَاذَ بْنِ جَبَلٍ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: مَنْ كَانَ آخِرَ كَلَامِهِ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ دَخَلَ الْجَنَّةَ

Artinya: Dari Mu'adz bin Jabal radhiyallahu 'anhu ia berkata: "Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam berkata, 'Siapa pun yang akhir ucapannya (ketika menjelang ajal) kalimat La ilaha illallah maka ia masuk surga'."³⁵

Setelah menyimak hadis yang disampaikan Husain Basyaiban di akun TikTok-nya, penulis melakukan kegiatan takhrij hadis dengan dua pendekatan. Pertama, melalui metode maudhu'i (tematik), dan kedua, dengan metode bi awal matan menggunakan kata kunci bahasa Arab مَنْ كَانَ آخِرَ. Namun, pencarian dengan kata kunci tersebut tidak menemukan hadis yang dimaksud.

Hadis tersebut ternyata diriwayatkan oleh Imam Abu Daud dalam kitab *Sunan*-nya, tepatnya pada bab tentang talqin, dengan jalur periwayatan dari Sahabat Mu'adz bin Jabal. Selain itu, hadis serupa juga tercatat dalam sejumlah kitab lain seperti *al-Mu'jam al-Kabir* karya Imam al-Thabrani, *Syu'ab al-Iman* karya Imam al-Baihaqi, serta *al-Mustadrak* karya al-Hakim al-Naisaburi semuanya bersumber dari jalur yang sama, yaitu Mu'adz bin Jabal. Terkait kualitas sanadnya, Ayman Shalih Sya'ban memberikan penilaian bahwa hadis ini sahih.³⁶

Al-Hakim juga menilai hadis ini sebagai *shahih al-isnad* atau memiliki sanad yang sahih. Namun, hadis tersebut tidak termuat dalam kitab-kitab hadis utama Imam al-Bukhari dan Imam Muslim.³⁷ Kesahihan hadis ini turut ditegaskan oleh Imam Ibnu al-Mulaqin dalam karya takhrijnya, *al-Badr al-Munir*, yang berbasis pada karya Imam al-Rafi'i. Redaksi sebagaimana

³⁴ Hevi Khulasatun Nuri Kahayu, *Mediatisasi Hadits Di Tiktok (Kajian Terhadap Hadis-Hadis Pada Akun Husain Basyaiban @Kadamsidik00)* (Kudus, 2023), h.51-52.

³⁵ "Sumber: <https://Islam.Nu.or.Id/Ilmu-Hadits/Penjelasan-Hadits-Mengucapkan-La-Ilaha-Illallah-Maka-Masuk-Surga-SdyNr> Diakses Tanggal 18 Oktober 2023 Pukul 10: 34," n.d.

³⁶ Ibnu Katsir, *Mukhtashar Al-Bidayah Wa An-Nihayah* (Jakarta: Pustaka Azzam, 2013).

³⁷ Imam al-Hakim Al-Naisaburi, *Al-Mustadrak 'ala Al-Shahihain* (Beirut: Dar el-Ma'rifah, n.d.), Juz 1, h.351.

dikutip di atas diriwayatkan oleh Abu Daud dan al-Hakim, sedangkan Imam Ahmad meriwayatkan versi lain dengan lafal *يَرْجِبُ لَهُ الْجَنَّةُ*³⁸

Terdapat perbedaan interpretasi di kalangan ulama salaf mengenai hadis ini, terutama menyangkut kepastian seseorang masuk surga hanya karena mengucapkan kalimat tauhid di akhir hidupnya. Perdebatan ini melibatkan pandangan yang berbeda antara Imam al-Hasan al-Bashri, Imam Ibn al-Musayyib, dan Imam al-Bukhari. Ibn al-Musayyib berpendapat bahwa jaminan masuk surga hanya dengan mengucapkan kalimat tauhid berlaku pada masa sebelum turunnya syariat lengkap yang memuat perintah dan larangan. Sementara itu, al-Hasan al-Bashri menyatakan bahwa yang dimaksud adalah orang yang tidak hanya mengucapkan, tetapi juga mengamalkan konsekuensi dari kalimat tauhid tersebut, yaitu menjalankan perintah dan menjauhi larangan agama. Di sisi lain, Imam al-Bukhari memahami bahwa masuk surga dalam konteks ini diperuntukkan bagi mereka yang mengucapkan kalimat tauhid disertai taubat dan penyesalan tulus di detik-detik terakhir kehidupannya, kemudian langsung meninggal setelahnya. Dari perbedaan ini, dapat disimpulkan bahwa seseorang yang mengucapkan kalimat tauhid dengan penuh keikhlasan dan keyakinan di penghujung usianya, dijanjikan surga sebagaimana penjelasan di atas. Mengenai dosa-dosa yang pernah dilakukannya sebelumnya, hal itu sepenuhnya bergantung pada kehendak Allah—apakah diampuni langsung atau disiksa terlebih dahulu. Kemungkinannya, ia bisa masuk surga langsung, atau melalui proses penyucian dengan siksaan sementara, tetapi yang pasti ia tidak akan kekal di neraka. Wallahu a'lam.

C. Fenomena Penyebaran Hadis di Media Sosial Tanpa Sanad

Dalam tradisi keilmuan Islam, sanad memiliki kedudukan yang sangat tinggi. Ulama hadis sejak generasi awal menegaskan bahwa sanad merupakan identitas, penguat legitimasi, dan alat verifikasi terhadap setiap riwayat yang disandarkan kepada Nabi. Abdullah ibn al-Mubarak berkata, *"al-isnād min al-dīn, walau lā al-isnād laqāla man syā'a ma syā'a"*—sanad adalah bagian dari agama; tanpa sanad setiap orang bisa berbicara sesuka hati atas nama Nabi. Imam Muslim dalam *Muqaddimah Shahih Muslim* menjelaskan bahwa sanad berfungsi sebagai filter untuk memastikan kebenaran periwayatan.³⁹ Tanpa sanad, sebuah ucapan tidak dapat

³⁸ Imam Ibn al-Mulaqqin Al-Mishri, *Al-Badr Al-Munir Fi Takhrij Al-Ahadits Wa Al-Atsar Al-Waqi'ah Fi Syarh Al-Kabir* (Riyadh: Dar el-Hijrah, 1425 H), Juz 5, h,189.

³⁹ Muslim bin Al-Hajjaj, *Muqaddimah Shahih Muslim* (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1991).

diklasifikasikan sebagai hadis, sekalipun redaksinya terdengar baik. Kaidah ini menjadi fondasi utama dalam seluruh disiplin ilmu hadis, mulai dari kritik sanad hingga kritik matan.

Oleh karena itu, penyampaian hadis tanpa sanad pada dasarnya bertentangan dengan metode ilmiah yang digunakan para ulama sejak abad pertama hijriah. Bahkan para ulama seperti al-Sakhawi dan al-Khatib al-Baghdadi menegaskan bahwa menisbatkan ucapan kepada Nabi tanpa verifikasi merupakan perbuatan tercela dan termasuk bentuk kelalaian ilmiah.

Media sosial menciptakan budaya baru dalam konsumsi informasi: cepat, singkat, dan viral. Akibatnya, hadis sering dibagikan hanya berupa potongan suara, cuplikan ceramah, teks singkat dalam gambar, atau narasi motivasi yang diakhiri dengan kalimat “Rasulullah bersabda...”. Penelitian Miski menunjukkan bahwa banyak konten hadis di TikTok mengalami “perubahan fungsi”, dari sumber hukum dan ilmu menjadi sekadar alat komunikasi, hiburan, dan motivasi.⁴⁰ Akibatnya, otoritas hadis direduksi menjadi bagian dari budaya populer tanpa memperhatikan aspek validitas.

Penelitian Nurhayati juga menemukan bahwa mayoritas hadis yang dibagikan di media sosial tidak mencantumkan sumber kitab, sehingga sulit diverifikasi dan sangat rawan terjadinya penyimpangan antara riwayat asli dengan versi yang tersebar.⁴¹ Hal ini berdampak pada munculnya fenomena pencampuran antara hadis sahih, dha’if, dan bahkan hadis palsu (maudhu’). Selain itu, Akmaluddin memperkenalkan istilah “sanad digital”, yaitu upaya menyampaikan ijazah atau periwayatan hadis melalui platform online. Namun ia mengkritisi bahwa penyampaian semacam itu sering tidak memenuhi syarat sanad tradisional sehingga tetap memerlukan kehati-hatian tinggi.⁴² Secara prinsip, ulama hadis tidak membenarkan penyampaian hadis tanpa sanad, karena hal tersebut mengaburkan otoritas sumber dan membuka peluang bagi penyebaran hadis palsu. Kaidah dasar yang harus dipenuhi sebelum hadis dapat digunakan sebagai hujjah meliputi : *Ittishāl al-sanad* (sanad bersambung), kredibilitas perawi (*al-‘adālah dan al-dhabṭ*), kesesuaian matan dengan prinsip agama. Konten hadis di media sosial yang tidak mencantumkan sumber secara jelas tidak memenuhi syarat pertama, yaitu kejelasan sanad. Oleh karena itu, hadis tersebut tidak dapat dijadikan dasar hukum, argumentasi syar’i, atau fatwa.

⁴⁰ Miski dan Putri Ghoida’ Habibillah, “Alteration of Hadith Functions in TikTok Social Media,” *Living Hadis Journal*, 2023.

⁴¹ N. Nurhayati, “Analisis Penyampaian Hadis Dalam Konten Media Sosial,” *Jurnal Dakwah Digital*, 2024.

⁴² Muhammad Akmaluddin, “Sanad Digital Dalam Kajian Hadis Virtual,” *Jurnal Nabawi*, 2022.

Namun apakah penyebaran hadis tanpa sanad dapat dimaklumi sebagai dakwah? Jawabannya terbagi menjadi dua perspektif:

1. Dari sudut pandang ilmu hadis: tidak bisa dimaklumi.

Hadis tanpa sumber tetap tidak dapat diterima sampai dirujuk kepada kitabnya. Ulama tidak menerima ucapan yang disandarkan kepada Nabi tanpa kejelasan periwayatan. Bahkan untuk hadis dha'if yang dipakai untuk motivasi (*'fadha'il al-a'māl'*), ulama mensyaratkan: hadisnya harus lemah, maknanya tidak bertentangan dengan syariat, dan harus tetap disebutkan sumbernya.⁴³ Hadis di media sosial sering tidak memenuhi syarat ini.

2. Dari sudut pandang etika dakwah: dapat dimaklumi dengan syarat tertentu.

Dalam konteks dakwah modern, para pendakwah menggunakan media sosial untuk menyebarkan nilai-nilai Islam. Selama hadis yang dibagikan: tidak melanggar syariat, bukan hadis palsu, dan penonton diarahkan untuk menelusuri sumbernya. Maka penyebaran tersebut dapat dianggap sebagai bagian dari edukasi awal. Namun secara ilmiah, hadis tersebut tetap wajib diverifikasi sebelum dijadikan rujukan. Dengan demikian, meskipun fenomena ini dapat dipahami sebagai bentuk adaptasi dakwah, ia tidak dapat dibenarkan secara akademik apabila tidak menyertakan sumber yang otoritatif.

Pembahasan

Dari penelitian yang dilakukan, ditemukan gambaran yang cukup jelas tentang bagaimana hadis dibagikan di Instagram dan TikTok. Peneliti mengumpulkan data dengan cara mengamati dan mendokumentasikan langsung ratusan konten dari beberapa akun dakwah populer. Sebanyak 150 postingan yang memuat hadis dikumpulkan, di mana lebih banyak berasal dari Instagram (112 konten) dibanding TikTok (38 konten). Akun-akun yang menjadi fokus pengamatan adalah @thesunnah_path di Instagram, @samaseofficial yang juga di Instagram (namun lebih berfokus pada penjualan pakaian muslim), dan @KadamSidik00 di TikTok.

Dari semua konten yang diamati, sebagian besar (hampir 90%) berbentuk video pendek yang durasinya tidak lebih dari satu menit. Hanya sedikit yang berupa gambar dengan tulisan atau slide presentasi. Hal menarik dan sekaligus mengkhawatirkan adalah soal kelengkapan informasi. Hanya 12 konten (atau 8% dari total) yang menyebutkan rantai perawi

⁴³ Ibn Hajar Al-Asqalani, *Tabyin Al-'Ajab* (Kairo: Dar al-Salam, 2005).

(sanad) hadis, dan itu pun tidak lengkap. Selebihnya, hadis hanya ditampilkan teksnya saja, tanpa penjelasan siapa yang meriwayatkannya dan dari kitab apa hadis itu diambil. Bahkan, hanya 30% konten yang mencantumkan sumber kitabnya (misal: HR. Bukhari), sementara 70% sisanya hanya menulis "Rasulullah bersabda" tanpa rujukan sama sekali. Ketidadaan sanad dan sumber ini seperti membaca sebuah berita tanpa tahu siapa penulisnya atau dari mana asalnya, sehingga sulit untuk dipercaya kebenarannya.

Masalah lain adalah minimnya penjelasan. Hanya sekitar 15% konten yang menyertakan keterangan tentang maksud hadis, konteks sejarah, atau perbedaan pendapat ulama terkait hadis tersebut. Sebagian besar konten (85%) hanya menampilkan teks atau terjemahan hadis begitu saja, seolah-olah maknanya sudah jelas dan tunggal. Selain itu, ditemukan pula bahwa sekitar 32% konten, terutama dari akun @samaseofficial, menggunakan hadis dengan cara yang berbau komersial, yaitu untuk mempromosikan produk (seperti celana "anti-isbal") dengan membangun kesan bahwa produk mereka paling sesuai sunnah. Fenomena ini disebut komodifikasi, di mana ajaran agama dimanfaatkan untuk kepentingan jualan, sehingga nilai spiritualnya bisa tergerus oleh nilai komersial.

Analisis lebih dalam juga menunjukkan adanya pergeseran otoritas keilmuan. Di media sosial, yang paling dipercaya seringkali bukan ulama yang mendalam ilmunya, tetapi kreator konten yang populer dan videonya viral. Akun dengan jutaan pengikut seperti @KadamSidik00, meskipun terkadang menyertakan penjelasan, memiliki pengaruh yang sangat besar dalam membentuk pemahaman pemirsa. Sayangnya, tekanan untuk membuat konten yang singkat dan menarik seringkali mengalahkan kebutuhan untuk menyajikan informasi yang lengkap dan akurat. Akibatnya, meskipun jangkauannya luas, kedalaman penjelasannya sering terbatas.

Selain itu, ditemukan perbedaan karakteristik konten antar platform. Di Instagram, konten cenderung lebih tertata dengan desain grafis yang rapi, seperti yang dilakukan @thesunnah_path. Sementara di TikTok, konten lebih spontan, menggunakan musik latar, dan mengikuti tren yang sedang viral untuk menarik perhatian. Meski gaya penyampaiannya berbeda, masalah dasarnya tetap sama: mayoritas konten tidak memberikan informasi sumber yang memadai. Hal ini menunjukkan bahwa masalah ini bukan sekadar kesalahan individu, tetapi lebih merupakan dampak dari cara kerja media sosial itu sendiri yang mengutamakan kecepatan, visual yang menarik, dan kemudahan untuk dibagikan.

Secara umum, temuan ini menunjukkan bahwa media sosial memang punya dua sisi. Sisi positifnya, ia membuat dakwah menjadi sangat mudah diakses, cepat menyebar, dan dikemas dengan cara yang kreatif sehingga menarik bagi generasi muda. Namun, sisi negatifnya jauh lebih dominan. Mayoritas konten hadis yang beredar mengabaikan standar ilmu hadis yang paling dasar, seperti penyebutan sanad dan sumber rujukan. Akibatnya, masyarakat yang melihat konten-konten ini berisiko memahami hadis secara parsial dan keliru, tidak bisa membedakan hadis yang sahih dengan yang lemah atau palsu, dan pada akhirnya meremehkan otoritas hadis sebagai sumber ajaran Islam. Pembahasan selanjutnya akan menguraikan pola penyebaran ini lebih detail, memberikan contoh nyata dari konten yang diamati, serta menganalisis masalah serius di balik tidak adanya sanad dalam dunia digital.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa transformasi hadis menjadi konten digital di media sosial membawa implikasi mendalam baik dari aspek metode, otoritas, hingga fungsi sosialnya. Transformasi tersebut telah mengakibatkan pergeseran otoritas dan metode verifikasi, di mana prinsip utama ilmu hadis klasik yang menempatkan sanad sebagai fondasi verifikasi sebagaimana ditegaskan ulama seperti Imam Muslim menghadapi disrupsi di ruang digital. Mayoritas konten hadis di platform seperti Instagram dan TikTok hanya menyajikan matan tanpa sanad atau sumber kitab, sehingga otoritas keilmuan yang bersifat hierarkis-otoritatif bergeser menjadi otoritas berdasarkan popularitas dan daya tarik visual. Fenomena ini selaras dengan teori mediatisasi agama, di mana logika media seperti singkat, visual, dan emosional membentuk cara agama dikonsumsi, serta mengonfirmasi temuan sebelumnya mengenai perubahan fungsi hadis dari sumber hukum menjadi alat komunikasi dan hiburan.

Lebih lanjut, penelitian ini menemukan adanya praktik komodifikasi dan instrumentalisasi hadis, di mana teks-teks keagamaan digunakan untuk mendukung kepentingan komersial, seperti pada akun @samaseofficial yang memanfaatkan hadis tentang isbal untuk mempromosikan produk pakaian. Hadis yang seharusnya dipahami secara kontekstual melibatkan analisis historis-sosiologis dan perbedaan pendapat ulama direduksi menjadi pesan literal yang sederhana dan mudah dipasarkan. Praktik ini tidak hanya berisiko menyesatkan publik, tetapi juga mengikis otoritas keilmuan ulama dengan menggantikannya dengan logika pasar, serta mendangkalkan pemahaman agama menjadi sekadar slogan yang terlepas dari diskusi ilmiah yang kaya.

Di sisi lain, penelitian juga mengidentifikasi praktik positif yang berupaya menjaga integritas keilmuan, seperti yang dilakukan oleh akun @thesunnah_path dan @KadamSidik00 yang menyertakan penjelasan, sumber, dan syarah dalam konten mereka. Temuan ini menunjukkan peluang media digital sebagai sarana edukasi hadis yang inklusif dan partisipatif, khususnya bagi generasi muda. Namun, tetap ada ketegangan antara tuntutan aksesibilitas dan akurasi, di mana format media sosial yang mengutamakan singkat dan menarik seringkali bertolak belakang dengan kebutuhan kedalaman dan kontekstualisasi dalam kajian hadis. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital keagamaan menjadi sangat penting, baik bagi kreator konten untuk bertanggung jawab secara ilmiah, maupun bagi pengguna untuk bersikap kritis dan selektif.

Secara hermeneutis, ruang digital cenderung mendorong pemahaman tekstual atas hadis yang mudah diviralkan, seringkali mengabaikan konteks sosio-historis dan maqashid syariah yang lebih luas. Implikasinya, masyarakat pengguna media sosial berisiko mengembangkan pemahaman agama yang rigid dan ahistoris. Oleh karena itu, transformasi dakwah di era digital tidak boleh sekadar memindahkan teks ke layar, tetapi harus mampu melestarikan metodologi keilmuan yang kritis dan kontekstual. Kolaborasi antara ulama, akademisi, dan kreator konten, serta pengintegrasian literasi digital hadis ke dalam kurikulum pendidikan Islam, menjadi langkah strategis untuk memastikan bahwa penyebaran hadis di media sosial tetap menjaga kemurnian, otentisitas, dan kedalaman maknanya, sehingga sanad baik secara literal maupun metodologis tidak hilang dalam gelombang digitalisasi.

Proses analisis dilakukan melalui tiga tahap metodologis: menelaah, mengklasifikasi, dan menafsirkan data konten hadis digital. Pertama, dalam penelaahan, setiap konten diamati secara mendetail untuk mengidentifikasi unsur-unsur penyusunnya, yaitu teks hadis (matan), informasi sumber (sanad atau kitab), format penyajian (video, gambar, teks), dan konteks pesan yang dibawa. Kedua, dalam klasifikasi, data dikelompokkan berdasarkan pola yang muncul. Teridentifikasi tiga kategori utama: (1) konten informatif-edukatif yang menyertakan referensi, seperti pada akun @thesunnah_path; (2) konten persuasif-komersial yang menginstrumentalisasi hadis untuk branding, seperti pada @samaseofficial; dan (3) konten motivasional-ringkas yang menyajikan hadis sebagai kutipan inspirasional tanpa kelengkapan ilmiah, yang mendominasi banyak akun populer. Ketiga, dalam interpretasi, pola-pola tersebut dianalisis untuk memahami makna dan implikasinya. Temuan bahwa kategori ketiga adalah yang paling dominan mengindikasikan sebuah pergeseran paradigma: validitas hadis tidak lagi

diukur melalui kesahihan sanad, tetapi melalui daya tarik visual dan resonansi emosionalnya dengan audiens. Interpretasi ini diperkuat dengan data bahwa konten dengan desain grafis menawan dan durasi sangat singkat justru mendapatkan engagement tertinggi, sekalipun tidak menyebutkan sumber periwayatan. Dengan demikian, analisis data secara sistematis ini tidak hanya memverifikasi adanya disrupsi terhadap otoritas keilmuan tradisional, tetapi juga memetakan secara konkret mekanisme bagaimana logika media digital membentuk kembali fungsi dan otoritas hadis di ruang publik kontemporer.

PENUTUP

Simpulan

Perkembangan media digital telah membawa hadis memasuki ruang baru penyebaran yang lebih luas dan cepat. Di satu sisi, media sosial seperti Instagram dan TikTok mempermudah masyarakat mengakses ajaran Nabi SAW; namun di sisi lain, fenomena penyebaran hadis tanpa sanad atau sumber rujukan menimbulkan persoalan serius terkait validitas dan otoritas hadis. Tidak sedikit konten yang mencampuradukkan hadis sahih, dha'if, bahkan maudhu', sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman di masyarakat.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan hadis sebagai konten digital hanya bernilai positif apabila disertai dengan kehati-hatian ilmiah, seperti pencantuman sumber, penjelasan konteks, dan rujukan ulama yang kompeten. Praktik sebaliknya misalnya penggunaan hadis untuk kepentingan viral atau komersial tanpa penjelasan ilmiah dapat mereduksi fungsi hadis dari pedoman normatif menjadi sekadar alat promosi dan hiburan.

Karena itu, diperlukan peningkatan literasi digital keagamaan baik bagi kreator konten maupun masyarakat umum. Para penyebar dakwah perlu mematuhi kaidah ilmu hadis, sementara pengguna media sosial dituntut lebih selektif dalam menerima dan menyebarkan informasi agama. Jika prinsip-prinsip tersebut diterapkan, media sosial dapat menjadi sarana dakwah modern yang tetap menjaga kemurnian, keotentikan, dan kehormatan ilmu hadis di era digital.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar penelitian selanjutnya melakukan studi komparatif mendalam antar platform media sosial untuk menganalisis perbedaan pola penyajian dan dampak konten hadis digital. Bagi para kreator konten dan pendakwah, sangat penting untuk mengutamakan integritas keilmuan dengan selalu mencantumkan sumber

rujukan yang jelas dan memberikan konteks yang memadai dalam setiap penyebaran konten hadis. Sementara itu, institusi pendidikan dan keagamaan perlu mengintegrasikan literasi digital keagamaan ke dalam kurikulum formal, guna membekali generasi muda dengan kemampuan berpikir kritis dalam menavigasi informasi keagamaan di ruang digital. Terakhir, dibutuhkan kolaborasi strategis antara ulama, akademisi, platform media sosial, dan otoritas keagamaan untuk bersama-sama merumuskan pedoman etis dan meningkatkan kualitas konten keislaman yang beredar, sehingga kemudahan akses yang ditawarkan era digital dapat selaras dengan penjagaan terhadap otentisitas dan kedalaman pemahaman agama.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Mayfield. *What Is Social Media*. Indian Strategic Knowledge Online, 2008.
- A, Mulyati. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan, 2014.
- A, Sosiawan E. "Penggunaan Situs Jejaring Sosial Sebagai Media Interaksi Dan Komunikasi Di Kalangan Mahasiswa." *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2020, 60–75.
- Adhikara, Cooky Tri. "Analisa Sebaran Pemanfaatan Internet Blog/ Weblog, Untuk Kategori Bisnis Dan Ekonomi Di Dunia Maya Indonesia." *Jurnal Com Tech* 1, no. 2 (2010). <https://journal.binus.ac.id/index.php/comtech/article/view/2698>.
- Aflaha, Umi. *Kaos Hadis Sebagai Media Dakwah Dan Komunikasi Alternative*, n.d.
- Akmaluddin, Muhammad. "Sanad Digital Dalam Kajian Hadis Virtual." *Jurnal Nabawi*, 2022.
- Al-'Asqalani, Ibn Hajar. *Fathul Bari Syarah Shahih Bukhari*. Mesir: Maktabah Salafiyah, n.d.
- Al-Asqalani, Ibn Hajar. *Tabyin Al-'Ajab*. Kairo: Dar al-Salam, 2005.
- Al-Bukhari, Abu Abdullah Muhammad bin Isma'il. *Shahih Al-Bukhari*. Damaskus: Dar Ibn Katsir, Dar Yamamah, cet 5, n.d.
- Al-Hajjaj, Muslim bin. *Muqaddimah Shahih Muslim*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1991.
- Al-Mishri, Imam Ibn al-Mulaqqin. *Al-Badr Al-Munir Fi Takhrij Al-Ahadits Wa Al-Atsar Al-Waqi'ah Fi Syarh Al-Kabir*. Riyadh: Dar el-Hijrah, n.d.
- Al-Naisaburi, Imam al-Hakim. *Al-Mustadrak 'ala Al-Shahihain*. Beirut: Dar el-Ma'rifah, n.d.
- An-Nawawi, Abu Zakariya Muhyiddin Yahya bin Syaraf. *Al-Minhaj Syarah Shahih Muslim Bin Al-Hajjaj*. Beirut: Dar Ihya' Turats Al-Arabi, cet II, 1392.
- Asur, S., & Huberman, B. A. *Predicting the Future With Social Media*. Social Computing Lab, 2010.
- Darmalaksana W., Pahala, L., & Soetari, E. "Kontroversi Hadis Sebagai Sumber Hukum Islam." *Wawasan: Jurnal Ilmiah Agama Dan Sosial Budaya* 2, no. 2 (2017): 245–58.
- "Diakses Dari https://www.tiktok.com/@kadamsidik00?_t=8fSGUk9hlgd&r=1 Pada Tanggal 15 Oktober 2025 Pukul 22:41," n.d.
- E, Soetari. *Ilmu Hadits*. Bandug: Amal Bakti Press, 1994.
- Habibillah, Miski dan Putri Ghoida'. "Alteration of Hadith Functions in TikTok Social Media." *Living Hadis Journal*, 2023.
- Indriana, Dian. *Ragam Alat Bantu Pengajaran*. Yogyakarta: DIVA Press, 2011.
- Kahayu, Hevi Khulasatun Nuri. *Mediatisasi Hadits Di Tiktok (Kajian Terhadap Hadis-Hadis Pada Akun Husain Basyaiban @Kadamsidik00)*. Kudus, 2023.
- . *Mediatisasi Hadits Di Tiktok (Kajian Terhadap Hadits- Hadits Pada Akun Husain Basyaiban @Kadamsidik00)*. Kudus, 2023.
- Katsir, Ibnu. *Mukhtashar Al-Bidayah Wa An-Nihayah*. Jakarta: Pustaka Azzam, 2013.

- Khon, Abdul Majid. *Ulumul Hadis*. Jakarta: AMZAH, 2015.
- Marini, Riska. "Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Di SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah." In *Skripsi*. Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2019.
- Maulana, Luthfi. "Periodesasi Perkembangan Studi Hadits (Dari Tradisi Lisan/Tulisan Hingga Berbasis Digital)." *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 17, no. 1 (2016). <https://ejournal.uin-suka.ac.id/ushuluddin/esensia/article/view/171-09>.
- Nurhayati, N. "Analisis Penyampaian Hadis Dalam Konten Media Sosial." *Jurnal Dakwah Digital*, 2024.
- S, Ismail M. *Hadis Nabi Yang Tekstual Dan Kontekstual: Telaah Ma'anil Al-Hadits Tentang Ajaran Islam Yang Universal, Temporal Dan Lokal*. Jakarta: Bulan Bintang, 1994.
- "Sumber: <https://Islam.Nu.or.Id/Ilmu-Hadits/Penjelasan-Hadits-Mengucapkan-La-Ilaha-Illallah-Maka-Masuk-Surga-SdyNr> Diakses Tanggal 18 Oktober 2023 Pukul 10: 34," n.d.
- Suryadilaga, Muhammad al-Fatih. *Kajian Hadis Di Era Global*, n.d.
- Suryadilaga, Muhammad Alfatih. "Kajian Hadis Di Era Global: [Hadith Studies in the Global Era]." *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 15, no. 2 (2014).
- Syifana, D. I., & Pratama, F. "Perkembangan Kajian Hadis Di Indonesia Pada Abad 20-21 M." *Jurnal UIN Sunan Ampel Surabaya*, 2021.
- Umar, Munawir. *Otsensitas Dan Validitas Hadits Serta Contoh-Contoh Hadisnya Dan Problematikanya*, n.d.
- W, Darmalaksana. *Hadis Di Mata Orientalis: Telaah Atas Pandangan Ignaz Goldziher Dan Joseph Schacht*. Bandung: Benang Merah Press, 2004.
- Y, Fahrimal. "Netiquette: Etika Jejaring Sosial Generasi Milenial Dalam Media Sosial." *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan* 22, no. 1 (2018): 69–78.
- Yusrintosepu. "Media Sosial & Jejaring Sosial (Perbedaan Dan Klasifikasinya)," 2018.