

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara masyarakat menyampaikan dan menerima informasi keagamaan. Media sosial, sebagai salah satu inovasi digital, kini menjadi *platform* utama untuk berbagi informasi dan berdakwah. Salah satu aplikasi yang saat ini banyak digunakan adalah Tiktok, sebuah *platform* berbasis video singkat yang memungkinkan penggunanya untuk menciptakan dan menyebarkan berbagai konten, termasuk konten keagamaan. Tiktok menawarkan pendekatan yang unik, dengan format video yang singkat dan mudah diakses, menjadikannya alat yang efektif untuk menjangkau *audiens* yang luas, terutama generasi muda. Dalam konteks ini, dakwah berbasis hadis Nabawi menjadi salah satu bentuk penyebaran nilai-nilai Islam yang semakin menonjol di era digital. Namun, fenomena ini juga memunculkan sejumlah persoalan yang perlu diteliti lebih lanjut, seperti bagaimana keabsahan hadis yang digunakan, apakah penyampaiannya sesuai dengan konteks dan kaidah ilmu hadis, serta bagaimana pengaruhnya terhadap pemahaman keagamaan masyarakat. Penelitian terhadap hal ini penting dilakukan agar dakwah berbasis media sosial tetap berjalan dalam koridor keilmuan Islam yang sahih dan tidak menimbulkan kesalahpahaman di tengah masyarakat (Isbaria, 2022).

Media sosial saat ini telah menjadi salah satu medium paling efektif dalam menyebarkan informasi, termasuk dakwah Islam. *Platform* Tiktok, sebagai salah satu media sosial yang paling populer di kalangan masyarakat global, memiliki daya tarik yang luar biasa, terutama di kalangan generasi muda. Kemampuannya untuk menyampaikan pesan melalui konten video pendek yang menarik menjadikan Tiktok sarana yang potensial untuk mendistribusikan nilai-nilai Islam dan hadis-hadis Nabi Muhammad SAW secara kreatif dan interaktif. Akun seperti Trans7 dan Oscar Darmawan merupakan contoh bagaimana pendekatan ini dapat digunakan

untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan gaya yang relevan dan mudah diterima oleh *audiens* yang beragam.

Dalam konteks dakwah, penggunaan hadis-hadis Nabawi di Tiktok menghadirkan tantangan dan peluang tersendiri. Tantangannya terletak pada bagaimana memastikan bahwa konten yang disampaikan tetap autentik dan tidak keluar dari konteks sebenarnya, mengingat sifat *platform* yang mengutamakan konten singkat dan padat. Selain itu, terdapat risiko penyalahgunaan atau salah tafsir hadis apabila tidak dilakukan dengan hati-hati. Namun, peluang besar hadir dengan kemampuan *platform* untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas, melampaui batasan geografis dan usia. Dengan pendekatan yang tepat, pesan-pesan dakwah dapat dirancang untuk menarik perhatian *audiens* tanpa mengurangi esensi dari ajaran Islam itu sendiri.

Studi kasus pada akun Trans7 dan Oscar Darmawan menunjukkan bagaimana hadis-hadis dapat disampaikan secara efektif melalui visualisasi yang menarik, interpretasi yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, dan pendekatan komunikatif yang sesuai dengan kebutuhan generasi digital. Misalnya, penggunaan animasi, teks singkat, dan musik latar yang mendukung sering kali mampu menghidupkan pesan-pesan yang disampaikan. Selain itu, kolaborasi dengan tokoh-tokoh muda yang memiliki pengaruh besar di media sosial juga menjadi strategi yang efektif untuk memperluas jangkauan dakwah.

Tiktok sebagai *platform* dakwah juga dapat menjadi ruang untuk mendiskusikan nilai-nilai Islam secara interaktif. Fitur seperti komentar dan siaran langsung memungkinkan *audiens* untuk bertanya, memberikan respons, atau bahkan berdiskusi secara langsung dengan kreator konten. Hal ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan pengguna, tetapi juga membuka peluang untuk membangun komunitas yang solid dan mendukung penyebaran dakwah secara berkesinambungan. Dengan memanfaatkan algoritma *platform* yang cenderung memperluas jangkauan konten populer, pesan-pesan yang disampaikan melalui akun-akun ini memiliki potensi untuk menjangkau jutaan pengguna.

Namun demikian, keberhasilan dakwah di Tiktok tetap bergantung pada pemahaman mendalam terhadap karakteristik *platform* dan *audiens*nya. Kreator

konten perlu memperhatikan aspek teknis seperti durasi video, penggunaan tagar, serta waktu unggahan yang tepat untuk memaksimalkan jangkauan. Di sisi lain, pesan yang disampaikan harus senantiasa mengedepankan prinsip-prinsip syar'i dan disampaikan dengan bahasa yang santun dan inspiratif. Dengan demikian, dakwah melalui Tiktok tidak hanya menjadi hiburan, tetapi juga sarana edukasi yang mampu mengubah persepsi dan membawa dampak positif bagi masyarakat luas.

Tiktok telah berkembang menjadi *platform* yang populer di masyarakat, termasuk untuk penyebaran hadis. Penelitian menunjukkan bahwa beberapa akun di Tiktok memanfaatkan fitur-fitur khas *platform* ini untuk menyampaikan hadis secara menarik. Sebagai contoh, akun seperti trans7 dan oscar darmawan mengombinasikan pembacaan hadis dengan elemen musik dan visual untuk memikat perhatian *audiens* (Fauzan, 2021). Fenomena ini membuktikan bahwa media sosial bisa menjadi sarana dakwah yang efektif melalui kreativitas penggunaannya. Berikut ini adalah contoh hadis yang akan saya teliti dan kaji lebih mendalam dalam penelitian ini :

عَنْ أَبِي عَائِشَةَ، عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ ﷺ قَالَ : اطْلُبُوا الْعِلْمَ وَلَوْ بِالصِّينِ فَإِنَّ طَلَبَ الْعِلْمِ فَرِيضَةٌ عَلَى كُلِّ مُسْلِمٍ

Artinya: Abu Atikah meriwayatkan dari Anas bin Malik radhiyallahu anhu, dari Nabi ﷺ beliau bersabda, “Tuntutlah ilmu walaupun sampai ke negeri Cina, karena sesungguhnya menuntut ilmu merupakan kewajiban atas setiap muslim.”

رُوي عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: مَنْ نَامَ بَعْدَ الْعَصْرِ، فَاخْتَلَسَ عَقْلُهُ، فَلَا يَلُومَنَّ إِلَّا نَفْسَهُ

Diriwayatkan dari ‘Aisyah Radhiyallahu anha bahwa Rasūlullāh Shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda, “Barangsiapa yang tidur setelah shalat Ashar lalu akalunya hilang, maka janganlah dia mencela (menyalahkan) kecuali dirinya sendiri.”

Hadis tentang "Carilah ilmu sampai ke negeri China" dan "Bahaya tidur setelah Ashar" memang sangat populer dan sering dijadikan sebagai landasan oleh sebagian masyarakat. Kedua hadis ini sering dikutip untuk memotivasi umat Islam

dalam mencari ilmu dan menjaga waktu tidur, namun sayangnya banyak di antara kita yang belum mengetahui kedudukan dan keabsahan hadis tersebut. Hadis tentang mencari ilmu ke negeri China, misalnya, sebagian besar ulama menilai bahwa itu termasuk hadis yang lemah (*da'if*) atau bahkan palsu (*maudhu'*), sehingga tidak bisa dijadikan pegangan yang sah dalam ajaran Islam. Sementara itu, hadis tentang bahaya tidur setelah Ashar juga membutuhkan kajian lebih mendalam karena ada perbedaan pendapat di kalangan ulama mengenai status keotentikannya. Oleh karena itu, sangat penting bagi masyarakat untuk lebih berhati-hati dalam memanfaatkan hadis-hadis tersebut dan memastikan kebenarannya melalui kajian ilmiah yang lebih mendalam.

Walaupun Tiktok memberikan peluang besar untuk menyebarkan informasi keagamaan, fenomena ini juga dihadapkan pada berbagai tantangan. Salah satu kekhawatiran utamanya adalah terkait akurasi dan keaslian hadis yang dibagikan. Penelitian mengungkapkan bahwa tidak semua konten di Tiktok berisi hadis sahih; sebagian mungkin berupa interpretasi atau kutipan dari sumber lain. Oleh karena itu, verifikasi terhadap hadis-hadis yang disebarluaskan di *platform* ini menjadi hal yang krusial untuk mencegah penyebaran informasi yang menyesatkan.

Selain itu, penerimaan masyarakat terhadap konten hadis Nabawi yang disebarluaskan melalui Tiktok menjadi aspek penting yang memerlukan perhatian. Tiktok memiliki karakteristik yang memungkinkan informasi untuk viral dengan cepat, tetapi hal ini tidak selalu menjamin penerimaan yang positif dari masyarakat. Beberapa orang mungkin merasa terbantu dengan konten tersebut karena pendekatan yang lebih santai dan mudah dipahami, sementara yang lain mungkin skeptis terhadap validitas informasi yang disampaikan. Penelitian ini akan mengukur penerimaan masyarakat melalui survei atau analisis komentar dan interaksi di media sosial. Indikator penerimaan positif dapat berupa tingginya tingkat keterlibatan (*engagement*) seperti komentar, likes, dan berbagi konten, serta adanya respons yang menunjukkan peningkatan pemahaman agama. Sebaliknya, penerimaan negatif dapat terlihat dari kritik, protes, atau bahkan pengabaian terhadap konten tersebut.

Dampak penyebaran hadis Nabawi melalui Tiktok terhadap pemahaman keagamaan masyarakat juga menjadi hal yang perlu dianalisis. Tiktok, dengan formatnya yang cepat dan langsung, dapat menjadi alat yang sangat efektif untuk menyampaikan ajaran Islam jika digunakan dengan benar. Namun, penyampaian informasi yang tidak akurat atau tidak kontekstual dapat mengarah pada distorsi pemahaman agama. Penelitian ini akan mengevaluasi dampak ini dengan metode kualitatif dan kuantitatif, seperti analisis perubahan perilaku masyarakat, serta observasi terhadap praktik keagamaan yang mungkin dipengaruhi oleh konten Tiktok. Dampak positif dapat terlihat dari meningkatnya minat terhadap ajaran Islam, bertambahnya pemahaman terhadap hadis, atau bahkan perubahan perilaku ke arah yang lebih baik. Di sisi lain, dampak negatif mungkin berupa salah tafsir terhadap ajaran agama, hilangnya kepercayaan terhadap konten keagamaan di media sosial, atau bahkan penurunan kualitas pemahaman agama karena informasi yang dangkal (Prasetio & Salim, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang komprehensif terkait fenomena dakwah berbasis hadis di Tiktok. Dengan menganalisis kualitas hadis, penerimaan masyarakat, dan dampaknya terhadap pemahaman keagamaan, diharapkan penelitian ini dapat menjadi panduan bagi para da'i, pembuat konten, dan masyarakat luas dalam memanfaatkan media sosial secara bijak untuk kepentingan dakwah. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan kualitas dakwah berbasis media sosial, sehingga nilai-nilai Islam dapat disampaikan dengan cara yang tepat, relevan, dan efektif di era digital (Asdar, 2020). Berdasarkan latar belakang penulis merumuskan masalah penyebaran hadis-hadis Nabawi di media sosial dengan fokus pada *Platform* Tiktok.

Berdasarkan penelusuran, terdapat beberapa kajian terdahulu bahwa studi mengenai hadis di media sosial telah dilakukan dengan fokus yang beragam, mulai dari penyebaran hadis Qudsi secara umum, strategi mencegah hadis palsu, hingga kajian terhadap ceramah tokoh agama atau strategi dakwah melalui TikTok. Namun, belum ada penelitian yang secara spesifik mengkaji penggunaan hadis-hadis Nabawi sebagai konten utama dakwah dengan pendekatan analisis isi dan

netnografi virtual pada akun TikTok tertentu seperti Trans7 dan Oscar Darmawan. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki posisi yang unik dan signifikan karena mengisi celah (gap) dalam literatur dengan menyajikan analisis mendalam terhadap kualitas hadis, konteks penyampaiannya, serta pengaruhnya terhadap pemahaman keagamaan di era digital, khususnya melalui media sosial TikTok.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka dapat ditarik beberapa rumusan masalah yang dapat dikembangkan diantaranya:

1. Bagaimana kualitas hadis yang disampaikan oleh Liza Azizah pada akun Trans7 di Aplikasi TikTok?
2. Bagaimana kualitas hadis yang disampaikan oleh Oscar Darmawan pada akun Pribadinya @Oscar Darmawan di Aplikasi TikTok?
3. Bagaimana kandungan atau syarah hadis-hadis yang disampaikan oleh Liza Azizah dan Oscar Darmawan di Aplikasi TikTok?

C. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas hadis yang disampaikan oleh Liza Azizah pada akun Trans7 di Aplikasi TikTok.
2. Untuk mengetahui kualitas hadis yang disampaikan oleh Oscar Darmawan pada akun Pribadinya @Oscar Darmawan di Aplikasi TikTok.
3. Untuk mengetahui kandungan atau syarah hadis-hadis yang disampaikan oleh Liza Azizah dan Oscar Darmawan di Aplikasi TikTok

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini, baik secara teoritis maupun praktis, adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian mengenai analisis penyebaran hadis-hadis Nabawi di media sosial, khususnya melalui *platform* seperti Tiktok, memeberikan kontribusi

dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi dan dakwah digital. Dari perspektif ilmu hadis, penelitian ini juga dapat membantu memahami bagaimana teks-teks keagamaan dipahami, ditransmisikan, dan diinterpretasi ulang dalam konteks media modern, selain itu penelitian ini memberikan pandangan mengenai bagaimana *audiens* media sosial menerima dan merespon konten keagamaan, serta bagaimana pesan agama mengalami modifikasi atau transformasi sesuai dengan dinamika budaya digital.

2. Manfaat praktis

Secara praktis, analisis penyebaran hadis Nabawi di Tiktok dapat memberikan manfaat konkret berupa pemahaman mendalam tentang efektivitas format konten digital dalam penyebaran hadis, yang dapat digunakan oleh para da'i, *content creator* Muslim, dan lembaga dakwah untuk mengoptimalkan strategi penyebaran hadis yang lebih akurat dan bertanggung jawab di media sosial. Hasil analisis ini juga dapat menjadi acuan bagi pengembangan pedoman dan standar verifikasi konten hadis di *platform* digital, serta membantu pengguna media sosial dalam mengidentifikasi dan memilah konten hadis yang kredibel, sehingga dapat mengurangi risiko penyebaran hadis palsu atau hadis yang disalahpahami.

E. Hasil Penelitian Terdahulu

1. “*Analisis Penyebaran Hadis-Hadis Qudsi Di Tiktok*“ artikel yang ditulis oleh Fatin Nor Aqilah Binti Mohd Norroe, Ainul Mardhiah Binti Khairul Azhar, Nurul Nabilla Natasha Binti Abdullah, Syed Najihuddin bin Syed Hassan, Fakultas Quran dan Tafsir, Universitas Sains Islam Malaysia (2023). Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan: (1) mengkaji hadis Qudsi yang mendapat sambutan dalam kalangan pengguna di Tiktok. (2) menganalisis penyebaran hadis qudsi dan kesahihannya yang disampaikan di medium Tiktok. (3) Untuk menjelaskan defnisi aplikasi Tiktok dan hadis Qudsi. Persamaan kedua penelitian terletak pada topik utama yang membahas tentang hadis dan bagaimana hadis digunakan dalam konteks

media sosial sebagai sarana dakwah. Keduanya juga berfokus pada *platform* Tiktok sebagai media utama, menggunakan pendekatan analisis isi untuk memahami penyajian dan penerimaan konten hadis oleh *audiens*. Selain itu, kedua penelitian ini berada dalam ranah studi dakwah Islam melalui media digital. Adapun perbedaannya, penelitian pertama berfokus pada hadis qudsi, yakni hadis yang berisi firman Allah tetapi bukan bagian dari Al-Qur'an, sedangkan penelitian kedua menganalisis hadis Nabawi yang mencakup perkataan, perbuatan, atau persetujuan Nabi Muhammad SAW. Penelitian pertama cenderung membahas penyebaran hadis qudsi secara umum di Tiktok tanpa menyoroti akun tertentu, sedangkan penelitian kedua menggunakan studi kasus dua akun Tiktok, yaitu Trans7 dan Oscar Darmawan, untuk melihat penggunaan hadis Nabawi dalam konten dakwah. Selain itu, penelitian pertama lebih menekankan pola penyebaran hadis secara umum, sedangkan penelitian kedua lebih spesifik dalam mengkaji strategi dakwah berbasis hadis Nabawi pada akun-akun yang diteliti.

2. *Strategi Efektif Dalam Mencegah Penyebaran Hadis Palsu Di Media Sosial*” Skripsi yang disusun oleh Muhammad Ghifari, Institute Daarul Quran Jakarta (2023). Permasalahan dalam penelitian ini adalah penyebaran hadis palsu di media sosial yang menjadi ancaman serius bagi umat Muslim dan masyarakat secara umum, karena dapat menyebabkan keraguan dalam pemahaman agama, memicu perpecahan, serta mengganggu kerukunan antarumat beragama.. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan upaya yang menyeluruh (Muhammad Ghifari, 2023). Kedua penelitian membahas peran media sosial dalam konteks hadis. Penelitian tentang *Strategi Efektif Mencegah Penyebaran Hadis Palsu* fokus pada upaya preventif untuk meningkatkan literasi masyarakat terhadap hadis palsu di berbagai *platform*. Sementara itu, penelitian *Analisis Hadis-Hadis Nabawi dalam Dakwah di Media Sosial* menganalisis penggunaan hadis sebagai konten dakwah, khususnya pada akun Tiktok seperti Trans7 dan Oscar Darmawan. Persamaannya, keduanya berupaya menyampaikan nilai-nilai Islam melalui media sosial dan menyadari pengaruh besar *platform* ini. Namun, penelitian

pertama bersifat strategis dan umum, sementara penelitian kedua lebih spesifik dengan pendekatan analisis konten pada kasus tertentu.

3. *Penyebaran Hadis Media Sosial (Studi Atas Perkembangan Kajian Shahih Bukhari Via Youtube dari Tahun 2011-2022*. Artikel yang ditulis oleh Rina Rizki Dzakiyyatul Adha dan Hendri Waluyo Lensa, Program Studi Ilmu Hadis, Sekolah Tinggi Dirasat Islamiyah Imam Syafii Jember (2023). Permasalahan penelitian yang dapat diangkat dari fenomena perkembangan kajian Shahih Bukhari melalui YouTube dari tahun 2011 hingga 2022 adalah terkait konsistensi, efektivitas, dan pengaruh berbagai faktor terhadap penyebaran dan penerimaan kajian ini. Kajian Shahih Bukhari yang mencakup tema luas seringkali diunggah oleh berbagai kanal, namun terdapat kendala pada aspek konsistensi unggahan, sistematisasi konten, serta penyajian kualitas audio dan video (Rina Rizki Dzakiyyatul Adha Dan Hendri Waluyo Lensa 2023). Persamaan dari kedua penelitian terletak pada fokus kajian terhadap penyebaran hadis di media sosial sebagai media dakwah Islam. Kedua penelitian sama-sama mengeksplorasi peran *platform* digital dalam menyampaikan nilai-nilai Islam melalui hadis. Selain itu, pendekatan yang digunakan keduanya adalah studi kasus, di mana keduanya mempelajari contoh spesifik dari penggunaan media sosial untuk menyampaikan pesan agama. Kedua studi juga berada dalam konteks zaman modern yang memanfaatkan teknologi sebagai alat dakwah. Perbedaannya terletak pada *platform* yang digunakan. Penelitian pertama memusatkan perhatian pada YouTube, dengan meninjau perkembangan kajian Shahih Bukhari dari tahun 2011 hingga 2022. Penelitian ini lebih menekankan bagaimana kajian hadis tersebut tersebar dan berkembang di YouTube selama periode tersebut. Di sisi lain, penelitian kedua berfokus pada Tiktok, dengan menganalisis konten hadis yang diunggah di akun spesifik, yaitu Trans7 dan Oscar Darmawan. Penelitian ini lebih mengarah pada analisis isi dan konteks penyampaian hadis dalam konten dakwah yang kreatif. Selain itu, penelitian pertama mengkaji penyebaran dan perkembangan kajian Shahih Bukhari secara umum di YouTube tanpa

menyebutkan kanal spesifik. Sebaliknya, penelitian kedua secara langsung meneliti akun tertentu di Tiktok, yang menjadikannya lebih terfokus pada contoh konkret. Periode waktu juga menjadi perbedaan signifikan, di mana penelitian pertama mencakup rentang waktu yang lebih panjang, yaitu 11 tahun, sedangkan penelitian kedua lebih berfokus pada konten terkini tanpa menyebutkan periode tertentu secara eksplisit.

4. *“Kualitas Hadis-Hadis Dalam Channel Dilwa Media (Studi Ceramah Habib Muhammad Bin Alwi Al Haddad)”*. Skripsi yang disusun oleh Azwan Sahamir Azri, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (2023). Permasalahan dalam penelitian ini adalah Hadis sebagai sumber ajaran Islam kedua setelah Al-Qur'an memiliki peran penting dalam menjelaskan dan memperinci ajaran Al-Qur'an. Namun, terdapat berbagai tantangan terkait keaslian dan pemahaman hadis. Salah satu masalah utama adalah adanya jeda waktu yang cukup lama antara wafatnya Rasulullah SAW hingga kodifikasi resmi hadis, yang membuka peluang terjadinya pemalsuan hadis. Pemalsuan ini berkembang pesat terutama pada masa konflik politik zaman Khalifah Ali bin Abi Thalib, sehingga ulama merasa perlu mengembangkan metode kritik terhadap sanad dan matan hadis untuk memastikan keabsahan dan validitasnya. Selain itu, pemahaman hadis membutuhkan penguasaan disiplin ilmu yang mendalam karena makna hadis harus dikontekstualisasikan sesuai dengan kondisi waktu, tempat, dan kebutuhan. Pentingnya penelitian sanad dan matan hadis menjadi landasan utama dalam menentukan apakah suatu hadis dapat dijadikan pedoman atau tidak. Seiring perkembangan zaman, penyebaran hadis dan dakwah juga mengalami transformasi melalui media digital seperti YouTube. Meskipun media ini memudahkan akses terhadap ilmu keislaman, tetap diperlukan kehati-hatian dalam memastikan informasi yang disebarkan valid dan sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam. Oleh karena itu, keberadaan hadis sebagai sumber hukum Islam memerlukan pengkajian mendalam agar tetap relevan dan terjaga otentisitasnya di tengah perkembangan teknologi dan dinamika masyarakat modern (oleh Azwan Sahamir Azri, 2023). Kedua

penelitian ini sama-sama menganalisis kualitas hadis yang disampaikan melalui media sosial, namun berbeda dalam pendekatan dan konteksnya. Penelitian pertama fokus pada Dilwa Media di YouTube dengan ceramah Habib Muhammad Bin Alwi Al Haddad, yang menggunakan format video panjang dan mendalam, menargetkan *audiens* yang lebih religius. Sementara penelitian kedua menganalisis penyampaian hadis di Tiktok melalui akun Trans7 dan Oscar Darmawan, dengan format video singkat yang lebih dinamis dan ditujukan untuk *audiens* muda. Penelitian pertama lebih menekankan pada ketepatan hadis yang disampaikan oleh tokoh agama ternama, sementara penelitian kedua melihat bagaimana hadis disampaikan dalam format yang lebih interaktif dan mudah dicerna oleh masyarakat luas. Perbedaan utama terletak pada *platform*, format penyampaian, dan *audiens* yang ditargetkan, meskipun keduanya bertujuan untuk menilai kualitas hadis dalam dakwah digital.

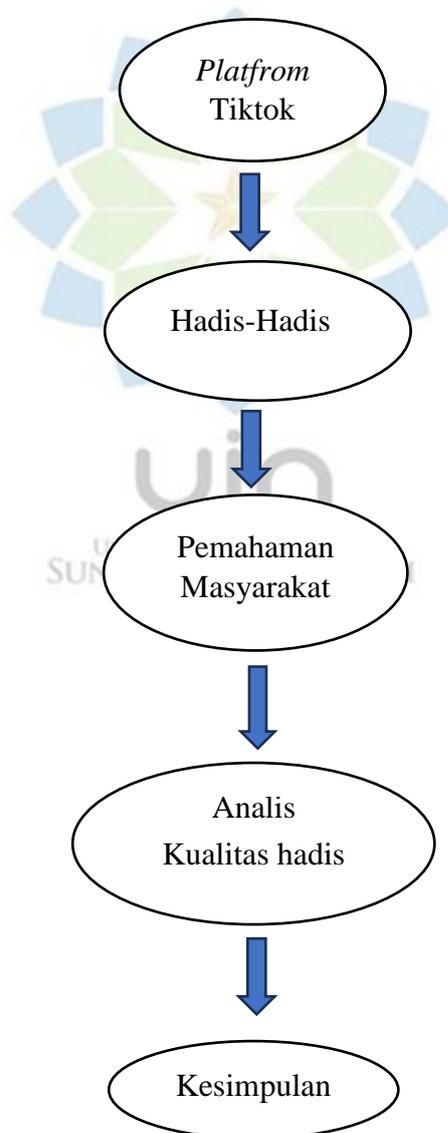
5. “*Analisis Komparasi Strategi Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok*” Artikel yang ditulis oleh Moh Amirudin, Institut Agama Islam Al-Qolam Malang (2023). Saat ini, Media Sosial Tiktok merupakan media sosial hits yang digemari oleh banyak kalangan. Baik kalangan anak-anak, remaja, bahkan orang dewasa. Hal ini dikarenakan konten-konten yang ada pada Tiktok mampu menghibur banyak penggunanya. Selain menghibur, saat ini Tiktok juga menjadi media yang digunakan untuk menyebarkan banyak informasi-informasi penting yang dikemas dalam video pendek. Isi konten juga sangat beragam, mulai dari life's hack, tips dan trik, humor, edukasi, dan bahkan bisa dijadikan pula sebagai media dakwah. Pada penelitian ini, penulis ingin meneliti strategi dakwah yang digunakan oleh dua akun dengan jumlah followers terbanyak dalam kategori dakwah. Akun tersebut adalah basyasmaan00 dengan jumlah followers 5,2 juta dan akun syam_elmarusyi dengan jumlah 3,7 juta followers. Selain itu, penulis juga ingin menganalisis perbedaan strategi dakwah yang digunakan oleh dua akun tersebut dalam mengemas dan menyampaikan pesan dakwah kepada para pengikutnya serta kepada masyarakat luas (Komparasi et al., 2023).

Dua penelitian yang Anda sebutkan memiliki kesamaan dalam hal objek penelitian, yaitu dakwah melalui media sosial, dengan fokus pada *platform* Tiktok. Keduanya juga bertujuan untuk menganalisis bagaimana dakwah dilakukan melalui media sosial dan pengaruhnya terhadap *audiens*. Selain itu, kedua penelitian ini juga sama-sama memperhatikan penerapan ajaran Islam dalam dakwah, dengan hadis-hadis Nabi menjadi bagian penting dari materi dakwah yang disampaikan. Di sisi lain, penelitian kedua lebih spesifik pada analisis materi dakwah itu sendiri, yakni bagaimana hadis-hadis Nabi digunakan dalam dakwah di media sosial, terutama di Tiktok. Penelitian ini mengkaji dua akun spesifik, yaitu Trans7 dan Oscar Darmawan, untuk melihat bagaimana hadis-hadis tersebut diterjemahkan dan disampaikan kepada *audiens*. Fokus utama penelitian ini adalah pada konten dakwah yang berbasis hadis, bukan pada strategi dakwah secara umum. Dengan demikian, meskipun kedua penelitian ini berbagi fokus pada dakwah melalui Tiktok, penelitian pertama lebih menekankan pada aspek strategi dakwah secara keseluruhan, sementara penelitian kedua lebih mendalam pada aspek isi dakwah yang berlandaskan hadis-hadis Nabi.

Hasil penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang memiliki kesamaan dan perbedaan. Peneliti terdahulu dan peneliti saat ini sama-sama meneliti tentang penyebaran hadis di media sosial. Perbedaannya, *Pertama* penelitian terdahulu lebih berfokus pada penyebaran hadis qudsi di media sosial. *Kedua* Penelitian terdahulu lebih membahas tentang strategi efektif dalam mencegah penyebaran hadis palsu di media sosial. *Ketiga* fokus pada penelitian tersebut adalah Permasalahan penelitian yang dapat diangkat dari fenomena perkembangan kajian Shahih Bukhari melalui YouTube dari tahun 2011 hingga 2022 adalah terkait konsistensi, efektivitas, dan pengaruh berbagai faktor terhadap penyebaran dan penerimaan kajian ini. Kajian Shahih Bukhari yang mencakup tema luas seringkali diunggah oleh berbagai kanal, namun terdapat kendala pada aspek konsistensi unggahan, sistematisasi konten, serta penyajian kualitas audio dan video.

F. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir atau kerangka pemikiran merupakan dasar pemikiran dalam penelitian yang disusun dari sintesis fakta-fakta, observasi, dan kajian kepustakaan (Syahputri et al., 2023). Kerangka berpikir dibangun berdasarkan teori, konsep, dan temuan penelitian terdahulu dan berfungsi sebagai pedoman penting bagi peneliti dalam menjelaskan bagaimana fenomena yang diteliti dapat dianalisis secara sistematis. Kerangka berpikir juga berfungsi sebagai alur pemikiran yang menghubungkan latar belakang masalah, tujuan penelitian, dan hipotesis yang diajukan (Sahir, 2022).



Penelitian ini akan menjelaskan bahwa media sosial adalah *platform* digital yang memungkinkan individu untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan berinteraksi secara online. Dalam beberapa tahun terakhir, media sosial telah menjadi komponen penting dalam kehidupan sehari-hari, mempengaruhi cara orang berkomunikasi, berbagi informasi, dan berinteraksi. Penting dari kehidupan modern, termasuk bagi umat Islam. Dengan *platform* seperti Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, dan WhatsApp, orang dapat membuat dan menyebarkan konten dengan cepat ke *audiens* yang luas. Media sosial unik karena dapat menghubungkan orang di seluruh dunia secara langsung (A.Rafiq. 2020).

Namun, media sosial juga membawa masalah, seperti penyebaran hoaks, ujaran kebencian, dan informasi yang tidak akurat. Hal ini penting bagi umat Islam karena ajaran agama menekankan pentingnya menjaga kehormatan, kebenaran, dan keadilan dalam komunikasi. Hadis Nabi Muhammad SAW memberikan petunjuk penting tentang cara berkomunikasi, yang masih relevan untuk media modern.

Hadis-hadis Nabi Muhammad SAW memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan umat Islam, baik dalam aspek ibadah maupun dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Hadis-hadis tersebut mencakup berbagai topik, seperti etika, hukum, dan pedoman hidup, dan mereka memberi umat Islam petunjuk untuk menjalani kehidupan yang sesuai dengan agama mereka. Hadis-hadis ini digunakan sebagai dasar untuk memahami berbagai fenomena masyarakat, termasuk perkembangan teknologi seperti penggunaan media sosial. Hadis, secara umum, merujuk pada segala sesuatu yang diucapkan, dilakukan, disetujui, atau sifat-sifat Nabi Muhammad SAW yang menjadi pedoman bagi umat Islam. Dalam hal komunikasi, hadis-hadis Nabi memberikan petunjuk yang sangat baik tentang bagaimana Kita berinteraksi dengan orang lain, baik secara langsung maupun melalui media lainnya. Selain itu, hadis-hadis Nabi juga memberikan peringatan tentang dampak negatif dari menyebarkan informasi yang tidak benar atau merugikan orang lain. Dalam salah satu hadis yang diriwayatkan oleh Muslim, Nabi Muhammad SAW bersabda, "Cukuplah seseorang dianggap pendusta jika ia menyampaikan segala sesuatu yang didengarnya." Hadis ini menunjukkan bahwa pentingnya verifikasi informasi sebelum dibagikan, Prinsip ini sangat relevan

dalam era media sosial, yang sering kali menjadi tempat penyebaran informasi tanpa pemeriksaan fakta yang jelas.

Hadis-hadis ini memberikan dasar etika yang bisa diterapkan dalam bermedia sosial. Sebagai contoh, Etika yang diajarkan dalam Islam tentang menjaga kehormatan orang lain dan tidak mencemarkan nama baik seseorang, sesuai dengan prinsip amar ma'ruf nahi munkar, juga harus diterapkan dalam dunia digital. Media sosial, dengan segala kemudahan dan jangkauan globalnya, memungkinkan orang untuk berbicara dan menyebarkan informasi kepada banyak orang. Oleh karena itu, prinsip yang diajarkan oleh Nabi dalam hadis-hadisnya, seperti menghindari ghibah (menggunjing) dan fitnah (adu domba), sangat relevan diterapkan di *platform* digital. Namun, dalam konteks media sosial, tantangan muncul ketika banyak orang, terutama pengguna yang kurang memahami keabsahan hadis, menyebarkan informasi yang salah atau menyesatkan. Hal ini sering terjadi karena minimnya literasi digital dan pemahaman tentang sumber-sumber yang sah dalam agama. Oleh karena itu, sangat penting bagi umat Islam untuk selalu merujuk kepada hadis-hadis yang sahih dan mengikuti petunjuk Nabi Muhammad SAW guna memastikan bahwa informasi yang disebarkan adalah benar dan bermanfaat. Pentingnya menjaga akhlak dan adab dalam berkomunikasi, yang ditekankan dalam banyak hadis, juga seharusnya menjadi landasan dalam interaksi di dunia maya. Dalam hadis lainnya, Nabi Muhammad SAW bersabda, "Tidak akan masuk surga orang yang suka mengadu domba." Ini adalah peringatan jelas untuk tidak menggunakan media sosial untuk menyebarkan keburukan atau merusak hubungan antar sesama. Dengan demikian, hadis-hadis ini tidak hanya mengajarkan pentingnya berbicara dengan baik, tetapi juga mendorong umat Islam untuk menggunakan media sosial dengan cara yang membawa manfaat, menjaga keharmonisan sosial, dan menghindari penyebaran keburukan. Dalam kerangka berpikir penelitian, hadis-hadis ini dapat digunakan sebagai acuan untuk menganalisis bagaimana nilai-nilai yang diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW dapat diterapkan dalam penggunaan media sosial saat ini. Hal ini juga mengarah pada pemahaman tentang bagaimana prinsip-prinsip yang terkandung dalam hadis bisa berfungsi sebagai pedoman dalam menghadapi tantangan zaman modern, terutama yang berkaitan dengan komunikasi

digital. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk menggali bagaimana hadis-hadis Nabi memberikan panduan yang relevan dalam kehidupan digital umat Islam, termasuk etika dan cara berinteraksi di media sosial agar tetap sesuai dengan ajaran Islam.

Pemahaman adalah kemampuan untuk memahami makna dan inti dari sesuatu yang telah dipelajari (Winkel, 1996a). Kemampuan ini terlihat dari kemampuan menguraikan topik utama suatu bacaan, mengonversi data ke format lain, seperti mengubah kata-kata menjadi rumus matematika, serta memprediksi pola yang muncul dalam data seperti pada grafik. (Winkel, 1996b). Kemampuan seseorang untuk memahami dan menginterpretasikan ide, informasi, atau fenomena dengan tepat disebut pemahaman (Syahputri et al., 2023). Dalam konteks ini, pemahaman tidak hanya sebatas menerima informasi secara pasif tetapi juga proses aktif untuk menginternalisasi dan menafsirkan makna yang terkandung di baliknya. Akibatnya, seseorang yang memahami secara mendalam akan mampu mengartikulasikan kembali pengetahuan mereka kemampuan ini diekspresikan secara sistematis dan jelas, baik secara lisan maupun tertulis. Pemahaman ini menunjukkan kemampuan untuk mengomunikasikan hasil pemikiran secara sistematis dan logis, menganalisis data secara kritis, dan menghubungkan konsep (Maiti, 1981).

Dalam kerangka berpikir mengenai analisis penyebaran hadis Nabawi di media sosial, khususnya TikTok, penting untuk memahami bagaimana *platform* ini berfungsi sebagai medium komunikasi yang sangat cepat dan luas dalam menyebarkan informasi. TikTok, sebagai salah satu aplikasi media sosial paling populer saat ini, memungkinkan penggunaanya untuk mengunggah video singkat yang dapat dengan mudah menjangkau audiens global hanya dalam hitungan detik. Karakteristik ini menjadikan TikTok sebagai sarana yang sangat potensial dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan, termasuk hadis-hadis Nabi Muhammad SAW, secara kreatif dan menarik, terutama kepada generasi muda yang merupakan pengguna dominan *platform* ini. Namun, di balik peluang besar tersebut, terdapat tantangan serius terkait akurasi dan otentisitas konten keagamaan yang dibagikan, mengingat sifat media sosial yang terbuka dan tidak selalu berbasis verifikasi ilmiah.

Penyebaran hadis di TikTok memerlukan kehati-hatian yang tinggi, karena tidak semua konten yang beredar telah melewati proses kajian sanad dan matan yang memadai. Dalam konteks ini, analisis tidak hanya akan berfokus pada identifikasi apakah hadis yang dibagikan tergolong sahih, ḥasan, atau ḍa‘īf, tetapi juga akan menilai bagaimana cara penyampaiannya—apakah dilakukan dengan mempertimbangkan konteks, kejelasan sumber, serta bahasa yang sesuai dengan etika dakwah Islam. TikTok, dengan algoritmanya yang mengedepankan konten viral, berpotensi mendorong penyebaran potongan hadis tanpa penjelasan yang utuh, sehingga bisa menimbulkan miskonsepsi di kalangan audiens. Oleh karena itu, penting untuk meninjau apakah para kreator konten dakwah telah memiliki literasi keislaman dan digital yang memadai untuk menjaga keabsahan serta kedalaman pesan yang mereka sampaikan.

Lebih lanjut, penelitian ini juga akan mengamati bagaimana respons audiens terhadap konten hadis di TikTok, baik dari sisi keterlibatan (engagement), komentar, maupun dampak yang ditimbulkan terhadap pemahaman dan perilaku keagamaan mereka. Dengan mengkaji dua akun yang cukup aktif dalam menyebarkan konten berbasis hadis, yaitu Trans7 dan Oscar Darmawan, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai dinamika penyebaran hadis Nabawi di era digital. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi akademik dalam memahami bagaimana dakwah berbasis hadis dapat disampaikan secara efektif, sahih, dan bertanggung jawab melalui media sosial, serta sebagai pijakan untuk mengembangkan etika komunikasi Islam di ranah digital.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berfungsi sebagai panduan untuk berpikir secara teratur dan mempermudah pemahaman penelitian. Dengan adanya sistematika ini, penulis dapat mengikuti alur pemikiran dan argumentasi dengan jelas, sehingga dapat memahami inti dan tujuan penelitian secara keseluruhan. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I, Pada bab ini, penulis akan menjelaskan latar belakang masalah, tujuan penelitian, dan manfaat dari penelitian yang dilaksanakan. Selain itu, bab ini juga mencakup tinjauan hasil penelitian terdahulu, kerangka berpikir, metode penelitian, serta sistematika penulisan. Semua elemen tersebut disajikan dalam bagian pendahuluan untuk memberikan argumentasi mengenai signifikansi penelitian yang dilakukan.

BAB II, Tinjauan Pustaka berisi teori-teori yang relevan mengenai hadis, media sosial, dan dakwah digital, yang digunakan sebagai dasar untuk memahami konteks penelitian serta mendalami konsep-konsep yang terkait dengan topik yang dibahas.

BAB III, Metodologi Penelitian berisi penjelasan rinci tentang metode yang digunakan dalam penelitian ini, mencakup pendekatan, teknik pengumpulan data, analisis data, serta langkah-langkah yang diambil untuk mencapai tujuan penelitian.

BAB IV, Hasil dan Pembahasan berisi analisis mengenai temuan-temuan terkait penyebaran hadis-hadis Nabawi di TikTok, termasuk bagaimana informasi tersebut tersebar, dampaknya, serta penilaian terhadap kesahihan dan relevansinya dalam konteks media sosial.

BAB V, Penutup berisi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, serta saran-saran untuk penelitian selanjutnya, guna memberikan arahan atau rekomendasi terkait topik yang diteliti.