

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengakses, memahami, dan menyebarkan ajaran Islam, termasuk hadis Nabi. Sebelumnya hadis dipelajari melalui buku klasik dan pertemuan keagamaan secara langsung, kini transformasi digital menghadirkan media sosial sebagai ruang baru untuk praktik keagamaan. Salah satu platform paling berpengaruh adalah Instagram, yang memungkinkan konten keagamaan disebarkan secara visual, cepat, dan masif (Tanggok, Yazid, Khoiri, & Ningrum, 2023).

Fenomena penggunaan hadis di media sosial, terutama Instagram, menunjukkan pergeseran bentuk dakwah dari bentuk tekstual dan lisan menjadi bentuk visual dan naratif. Akun-akun dakwah memanfaatkan fitur seperti feed, reels, dan stories untuk menyampaikan hadits dalam format yang lebih ringkas dan menarik (Nurhayati, Suci Ramadhani Siregar, Nita Susana, Saidatin Niswa, 2025). Salah satu contoh relevan adalah akun @gilangsamudro, yang secara aktif menyajikan konten hadits dengan pendekatan visual-motivasi yang resonan bagi audiens muda.

Penelitian hadis di media sosial yang menggunakan pendekatan netnografi virtual memberikan landasan metodologis dan tematis yang kuat, namun masih terdapat celah signifikan dalam hal analisis mendalam terhadap platform spesifik seperti Instagram dan interpretasi kontekstual hadis. Kritik terhadap kelebihan dan kelemahan studi-studi ini mengungkap peluang untuk penelitian baru yang lebih holistik.

Penelitian Sebelumnya yang dilakukan oleh Airoldi mengusulkan netnografi untuk “*digital fields*” media sosial seperti Twitter, membedakan antara komunitas online yang stabil dan “*meta-fields*” yang cair dari konten yang tersebar

berdasarkan metadata, yang saling terkait dengan praktik sosial pengguna. (Airoldi, 2018) Penelitian Caliandro memperkenalkan konsep analitis seperti publik, kerumunan, dan pengguna sebagai alat untuk memetakan pembentukan sosial di sekitar objek fokus, bukan hanya komunitas yang tetap.

Airoldi mengonseptualisasikan “*digital fields*” atau “*meta-fields*” sebagai konstelasi sosial yang muncul dari artefak digital yang tersebar, di mana metadata (seperti *hashtag* atau *retweet*) membentuk struktur relasional daripada interaksi interpersonal langsung. Pendekatan ini, yang terinspirasi oleh Bourdieu, mengharuskan etnografer untuk “mengikuti alur” (*following the flow*) konten, seperti penyebaran hadits motivasi di *reel* Gilang Samudro, guna mengungkap praktik sosial implisit yang dimediasi oleh algoritma. Kontribusi utamanya adalah ontologi baru di ruang sosial tidak lagi bersifat teritorial, melainkan muncul dari data platform asli.

Kedua studi unggul dalam menggabungkan etnografi dengan metode digital, mengutamakan data yang berasal dari platform itu sendiri untuk menghindari impor bias dari offline, sehingga memungkinkan analisis multi-lokasi yang skalabel. Airoldi memberikan fleksibilitas ontologis untuk fenomena seperti khotbah visual, sementara Caliandro menawarkan alat operasionalisasi yang memfasilitasi triangulasi kualitatif-komputasional, relevan untuk studi netnografi Hadis di Indonesia. (Caliandro, 2018)

Meskipun inovatif, Airoldi rentan terhadap reifikasi data algoritmik yang tidak transparan, di mana meta-field berisiko menjadi konstruksi artifisial tanpa validasi dari peserta, serta kurang refleksi etis terhadap privasi. Caliandro, meskipun analitis, bersifat deskriptif abstrak dengan validasi empiris longitudinal yang minimal, dan mengabaikan konteks budaya non-Eropa, seperti norma agama Islam yang memengaruhi interpretasi hadis dalam akun lokal. Keduanya juga kekurangan dalam mengintegrasikan kritik tekstual, seperti takhrij hadis, sehingga gagal menangani distorsi makna dalam konten digital.

Implikasi untuk Penelitian kali ini, kerangka Airoidi melengkapi analisis ruang media Instagram, sementara Caliandro memperkaya pemetaan kerumunan yang responsif terhadap hadis gilangsamudro, tetapi keduanya menciptakan kesenjangan metodologis yang dapat diatasi dengan netnografi virtual hybrid. Namun, keduanya menciptakan kesenjangan metodologis yang dapat diisi dengan etnografi virtual hibrida: kombinasi kritik sanad-matan dengan observasi empat tingkat (ruang-arsip-objek-pengalaman). Pendekatan ini tidak hanya mengatasi kurangnya kontekstualisasi religius tetapi juga menghasilkan model untuk menganalisis konten ceramah yang bersifat normatif sekaligus adaptif terhadap evolusi platform.

Kesenjangan utama adalah kurangnya studi yang mengintegrasikan etnografi virtual dengan analisis kritis hadis (sanad-matan) pada akun Instagram tertentu, terutama terkait pola pemanfaatan, kesesuaian konteks, dan dampak dakwah visual di Indonesia. Penelitian ini menyoroti kesenjangan serta mencatat bahwa studi sebelumnya bersifat umum atau multi-akun tanpa fokus pada transformasi makna hadis dalam konten dakwah seperti gilangsamudro. Penelitian ini mengusulkan netnografi virtual pada akun Instagram gilangsamudro menggunakan kerangka empat level (ruang media, arsip, objek, cerita pengalaman) untuk menganalisis jenis-jenis hadis, pola penggunaan (*feed/reels/story*), dan kesesuaian interpretasi terkait konteks visual-motivatif. Pendekatan ini mengisi kesenjangan dengan memverifikasi *takhrij* hadis, mengamati interaksi audiens dan menghasilkan model dakwah digital yang kredibel dan adaptif terhadap algoritma Instagram. Hasilnya diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi akun dakwah sekaligus memperkaya pengetahuan tentang hadis di era digital.

Penggunaan hadis di media sosial, khususnya Instagram, merupakan fenomena yang semakin marak di kalangan masyarakat saat ini. Instagram sebagai *platform* media sosial yang populer memberikan ruang bagi berbagai akun dakwah untuk membagikan konten berupa hadis Nabi sebagai sarana penyebaran ilmu agama. Fenomena ini mencerminkan perubahan signifikan dalam cara orang mengakses dan memahami hadis, yang sebelumnya sebagian besar melalui buku dan ceramah

tradisional, dan sekarang telah beralih ke konteks digital yang lebih praktis dan masif. Akun seperti @gilangsamudro berfungsi sebagai contoh nyata bagaimana hadits dimanfaatkan baik sebagai sumber dakwah maupun sebagai konten yang menarik perhatian pengguna Instagram.(Ma'arif, 2025)

Penyebaran hadits di Instagram memiliki berbagai dampak, baik positif maupun negatif. Di sisi positif, penggunaan hadits di media sosial meningkatkan aksesibilitas terhadap pengetahuan agama bagi audiens yang luas tanpa batasan geografis. Namun, di sisi lain, terdapat risiko distorsi makna hadits karena penggunaan konteks yang tidak tepat dan ruang penjelasan yang terbatas pada unggahan singkat. Hal ini menyebabkan penafsiran terhadap hadits yang disampaikan tidak selalu akurat dan terkadang menimbulkan kesalahpahaman. Dampak ini menyoroti urgensi untuk melakukan kajian mendalam terhadap konten hadits di Instagram serta bagaimana makna hadits direpresentasikan dan dipahami oleh pengguna media sosial.

Dalam konteks akademik, terdapat kesenjangan penelitian yang signifikan terkait analisis konten hadits di Instagram menggunakan pendekatan kualitatif yang berfokus pada akun tertentu seperti @gilangsamudro. Studi sebelumnya sebagian besar membahas distribusi umum hadits di berbagai akun, namun sedikit yang meneliti secara rinci proses penafsiran hadits, terutama yang diposting pada akun tertentu, termasuk dampak sosialnya dan *respons audiens*. Kesenjangan ini menjadi poin penting untuk menyelidiki bagaimana hadits digunakan sebagai media komunikasi dakwah yang adaptif terhadap era digital dan budaya visual media sosial.

Urgensi penelitian ini semakin diperkuat oleh fakta bahwa interpretasi hadits di media sosial telah mengalami transformasi akibat mediasi media itu sendiri. Hadis, yang awalnya berfungsi sebagai teks hukum dan panduan praktik keagamaan, kini mulai ditafsirkan ulang dan bahkan dikomersialkan dalam konteks tertentu, termasuk strategi promosi dan dakwah yang menarik secara visual dan emosional. Fenomena ini dapat mengubah persepsi publik terhadap nilai dan makna asli hadits,

sehingga penelitian ini penting untuk memberikan perspektif yang lebih kritis dan akademis terhadap fenomena tersebut.

Fenomena ini telah mendefinisikan ulang cara individu dan komunitas agama berkomunikasi, berbagi, dan menyebarkan pengetahuan agama. Terutama di Indonesia, penggunaan Instagram untuk menyampaikan konten keagamaan, termasuk hadits, semakin populer. Selebriti Instagram dan penceramah digital menggunakan platform ini untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas. Hal ini menciptakan peluang unik tetapi juga menimbulkan tantangan terkait keaslian dan validitas pesan yang disampaikan. (Zulaecha, Nanda, Pertiwi, Nashihin, & Surakarta, 2023)

Akun Instagram @gilangsamudro adalah salah satu contoh entitas digital yang menggunakan platform ini untuk menyebarkan hadits. Seperti banyak akun lainnya, @gilangsamudro menyajikan konten yang menyampaikan hadits dengan cara yang mudah diakses dan dipahami oleh audiens muda yang aktif di media sosial. Hal ini mendukung temuan bahwa media sosial dapat digunakan secara efektif untuk tujuan dakwah.

Fenomena ini membuka kemungkinan terjadinya kesalahpahaman jika konten tidak disajikan dengan konteks yang tepat. Hadis yang dibagikan di media sosial sering dipersingkat atau dipotong, yang dapat mengaburkan makna aslinya. Selain itu, terdapat risiko penggunaan hadits sebagai alat untuk tujuan komersial atau politik, yang bisa menyimpang dari maksud keagamaan mereka. (Nurhayati, Suci Ramadhani Siregar, Nita Susana, Saidatin Niswa, 2025)

Peningkatan penggunaan media sosial untuk menyebarkan informasi Islam, terdapat kebutuhan mendesak untuk meneliti sejauh mana konten hadits di media sosial memengaruhi pemahaman keagamaan pengguna. Hal ini penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya akurat tetapi juga dipahami dalam konteks yang tepat. Selain itu, memahami dampak konsumsi konten hadits di media sosial terhadap pemahaman dan praktik keagamaan menjadi relevan. Apakah penyajian hadits dalam format visual dan naratif yang sederhana

memberikan pengaruh positif bagi pengikut akun seperti @gilangsamudro, atau justru menyebabkan kesalahpahaman.

Penelitian ini juga menyoroti adanya kesenjangan dalam literatur yang ada, yaitu kurangnya studi yang fokus pada analisis mendalam terhadap kualitas dan loyalitas konten keagamaan di media sosial. Ini merupakan elemen penting karena validitas dan kredibilitas konten keagamaan akan memengaruhi kredibilitas pengirimnya dan, pada gilirannya, kredibilitas ajaran yang disampaikan.

Studi ini penting karena memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana hadis digunakan dan diterima di era digital. (Bakar, Manik, & Sembiring, n.d.) Studi ini memungkinkan pengembangan strategi komunikasi yang lebih efektif dan dapat mendukung upaya dakwah digital yang lebih kredibel dan edukatif.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, penelitian ini merumuskan masalah utama yang berfokus pada penggunaan hadits dalam konten media sosial, khususnya pada akun @gilangsamudro di platform Instagram. Isu-isu yang dibahas meliputi mengidentifikasi jenis-jenis hadits yang digunakan, menganalisis pola pemanfaatannya dalam berbagai format konten, dan mengevaluasi kesesuaian penafsiran hadits dengan konteks visual dan naratif yang disajikan, guna memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang praktik dakwah digital dan validitas penafsiran hadits di media sosial. Fokus dan subfokus masalah tersebut maka rumusan masalah yang akan diambil ialah sebagai berikut :

1. Apa Saja Hadis yang di kutip Oleh @gilangsamudro?
2. Bagaimana Pola Pemanfaatan Hadis Pada Konten Instagram @gilangsamudro?
3. Bagaimana Kesesuaian Pemaknaan Hadis dengan Konteks Konten yang disajikan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian kali ini adalah untuk mencari beberapa jawaban dari permasalahan berikut :

1. Untuk mengetahui macam-macam hadis yang ada di akun instagram @gilangsamudro
2. Untuk mendeskripsikan pola pemanfaatan hadis pada konten Instagram @gilangsamudro, termasuk pemilihan jenis hadits, format penyajian (*feed*, *reels*, *story*), serta strategi visual dan naratif yang digunakan dalam proses dakwah digital.
3. Untuk menganalisis kesesuaian penafsiran hadis terkait dengan konteks konten yang disajikan pada konten akun tersebut, termasuk transformasi makna asli hadits, komentar penjelasan (*syarh*), dan potensi distorsi akibat keterbatasan platform Instagram.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi kelompok-kelompok tertentu. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoretis maupun praktis.

a. Manfaat Teoritis:

- a. Pengembangan Teori Dakwah Digital: Penelitian ini dapat memperkaya literatur yang ada tentang dakwah digital dan penggunaan media sosial dalam konteks keagamaan. Penelitian ini akan menambahkan perspektif teoretis yang lebih dalam tentang adaptasi dakwah di era digital, serta dampaknya terhadap pemahaman keagamaan di kalangan pengguna media sosial yang lebih luas. Transformasi makna hadis di era digital, dengan mengeksplorasi transformasi makna asli hadis dan penjelasan komentar (*syarh*) dalam konteks Instagram, studi ini dapat membuka

wacana baru dalam ilmu hadis, khususnya mengenai fleksibilitas dan tantangan dalam penafsiran di media yang cepat dan visual.

- b. Model Analisis Konten Keagamaan di Media Sosial: Kontribusi teoretis lainnya adalah pengembangan model baru atau kerangka analisis yang dapat digunakan oleh peneliti lain untuk mengevaluasi konten keagamaan di platform media sosial lain, memperdalam studi komunikasi lintas media dan pengaruh budaya digital terhadap ajaran keagamaan Pangestu, Secara keseluruhan, hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi yang signifikan baik dalam ranah praktis pengelolaan dakwah digital maupun dalam memperkaya perspektif teoretis dalam kajian agama dan teknologi.

b. Manfaat Praktis:

- a. Pedoman untuk Mengelola Konten Keagamaan di Media Sosial: Penelitian ini dapat memberikan panduan bagi pengelola akun media sosial di bidang dakwah Islam agar lebih efektif dalam memilih jenis hadits dan menyajikannya dalam berbagai format (seperti feed, reels, dan stories) sesuai dengan perilaku dan preferensi audiens. Hal ini akan membantu meningkatkan keterlibatan dan respons pengikut terhadap konten dakwah.
- b. Meningkatkan Ketepatan Penyampaian: Dengan menganalisis kesesuaian tafsiran dan potensi penyimpangan, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan untuk menjaga kredibilitas dan keandalan informasi keagamaan yang disebarkan melalui media sosial. Hal ini penting untuk mencegah kesalahpahaman atau penafsiran yang keliru di antara pengguna media sosial.
- c. Strategi Visual dan Naratif yang Efektif: Dalam dunia yang semakin digital, strategi visual menjadi kunci untuk menarik perhatian audiens. Penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga tentang elemen visual

dan naratif yang paling efektif dalam menyampaikan pesan keagamaan dengan cara yang menarik namun tetap menghormati dan informatif.

E. Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Abu Bakar dan Zulfirman Manik (2024) berjudul “*Hadith Content About Women on Instagram: Analysis of Religious Account Strategies to Attract Followers*” mengeksplorasi strategi akun-akun agama di Instagram dalam memanfaatkan konten hadis tentang perempuan sebagai sarana untuk menarik pengikut. Melalui pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik analisis konten, penelitian ini menemukan bahwa penyampaian pesan agama dalam bentuk yang menarik secara visual dan mudah dipahami dapat secara signifikan meningkatkan *engagement* pengguna. Namun, penelitian ini juga menyoroti potensi penyederhanaan berlebihan dan kurangnya kontekstualisasi dalam menyampaikan hadis, yang berisiko menimbulkan kesalahpahaman di kalangan audiens.

Konteks relevansinya dengan penelitian ini, studi ini memiliki kesamaan dalam hal pemanfaatan hadits di media sosial, khususnya terkait dengan strategi untuk menarik perhatian dan meningkatkan interaksi pengikut melalui penyajian konten yang disederhanakan dan mudah diakses. Namun, perbedaan mendasar terletak pada fokus objek penelitian. Studi Abu Bakar dan Manik berfokus pada penggunaan hadits tentang wanita secara umum oleh berbagai akun keagamaan, sedangkan penelitian ini secara khusus menganalisis penggunaan hadits pada akun Instagram @gilangsamudro, yang memiliki karakteristik konten berbeda karena menggabungkan tema tauhid, motivasi, dan kegiatan luar ruangan/olahraga. Dengan demikian, penelitian ini mengisi celah pada penelitian sebelumnya dengan memberikan analisis yang lebih spesifik tentang praktik penyebaran hadits pada akun dakwah pribadi dengan niche tertentu di Instagram. (Abu Bakar, 2024a)

Massimo Airoidi (2018) dalam studinya yang berjudul "Ethnography and the digital fields of social media," yang diterbitkan di International Journal of Social Research Methodology, mengusulkan paradigma etnografi adaptif untuk lanskap media sosial digital yang dinamis. Pendekatan metodologinya mengintegrasikan etnografi konvensional dengan metode digital, dengan menekankan "mengikuti aliran" konten melalui analisis multisitus berdasarkan metadata platform seperti Twitter.

Airoidi membedakan antara "komunitas online" yang stabil (seperti forum tertutup) dan "bidang digital" atau "meta-bidang" yang muncul, di mana konten tersebar dan membentuk struktur sosial relasional melalui algoritma dan praktik pengguna. Ia mengkonseptualisasikan bidang-bidang ini sebagai ontologi Bourdieusian yang dimodifikasi untuk dunia digital: ruang sosial bersifat non-teritorial tetapi didistribusikan melalui tagar, retweet, dan jejak data, memungkinkan etnografer untuk memetakan dinamika sosial tanpa perlu keterlibatan fisik yang panjang.

Penelitian ini unggul dalam fleksibilitas ontologis, menyediakan kerangka kerja yang dapat diperluas untuk fenomena transnasional seperti penyebaran konten hadits di Instagram, di mana algoritma reels 'gilangsamudro' menciptakan meta-lapangan motivasional tanpa batas komunitas yang tetap. Kontribusi epistemologisnya terletak pada memprioritaskan data platform asli, menghindari reduksionisme offline, sehingga memfasilitasi etnografi hibrida yang efisien dan etis. Meski inovatif, Airoidi meninggalkan kekosongan signifikan dalam validasi empiris meta-lapangan (kurang triangulasi partisipan) dan integrasi kritik tekstual spesifik, seperti takhrij isnad-matan hadits, serta refleksi minimal terhadap konteks budaya non-Barat. Untuk penelitian mengenai pemanfaatan hadits di akun @gilangsamudro, kekosongan ini dapat diatasi melalui etnografi virtual empat tingkat (ruang media-arsip-objek-cerita pengalaman), yang menggabungkan lapangan Airoidi dengan keotentikan hadits dan analisis interaksi lokal Indonesia, menghasilkan model da'wah digital yang kredibel dan kontekstual. (Airoidi, 2018)

Penelitian yang dilakukan oleh M.I. Tanggok, Rizky Yazid, dan Ahmad Arban Khoiri (2023) yang berjudul “Tren Hadis dalam Masyarakat: Menelusuri Perkembangan Tema Hadis Melalui Analisis Media Sosial Instagram” membahas perkembangan tema hadis yang beredar di beberapa akun Instagram dan hubungannya dengan pembentukan identitas serta ideologi keagamaan dalam ruang digital. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui teknik analisis konten, studi ini menemukan bahwa penyebaran hadis di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana pendidikan agama tetapi juga memainkan peran penting dalam menjaga identitas, moral sosial, dan ideologi komunitas pengguna.

Kesamaan antara penelitian ini dan studi saat ini terletak pada fokus bersama untuk menganalisis konten hadis di media sosial serta penggunaan pendekatan kualitatif. Perbedaannya terletak pada fakta bahwa penelitian Tanggok dan kawan-kawannya memiliki cakupan yang lebih luas karena mencakup berbagai akun Instagram, sedangkan penelitian ini fokus pada konten hadits yang dibagikan oleh akun @gilangsamudro. (Tanggok et al., 2023)

Penelitian yang dilakukan oleh Tazkia Anugraheni Perdana dan Alfika Inayatul Masruroh (2023) yang berjudul “Perubahan Fungsi Hadis di Media Sosial” mengkaji bagaimana hadis mengalami perubahan fungsi ketika dimediasi melalui platform digital, khususnya media sosial. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini menyoroti pengaruh tujuan akun, orientasi ideologi, dan strategi komunikasi dalam membentuk bagaimana hadis disajikan dan dipahami oleh audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten hadis yang memiliki resonansi tinggi di media sosial umumnya menggabungkan ajaran Syariah dengan realitas sosial kontemporer, sehingga lebih mudah diterima dan dibagikan.

Kesamaan antara penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada perhatian terhadap peran ideologi, tujuan penyebaran, dan dinamika transformasi fungsi hadis di ranah digital. Sedangkan perbedaannya, penelitian Perdana dan Masruroh tidak fokus pada akun tertentu dan bersifat lebih teoretis, Sementara itu, penelitian ini secara khusus meneliti isi hadits yang diunggah oleh akun

@gilangsamudro dengan ruang lingkup yang lebih spesifik.(Masruroh & Tazkia Anugraheni Perdana, 2023)

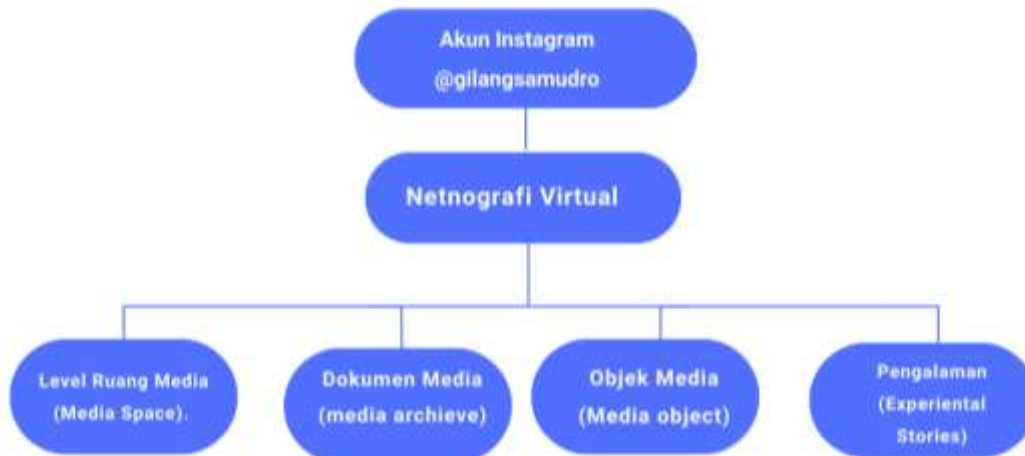
Penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Imamum Mubin (2024) yang berjudul 'Kualitas Hadis pada Media Instagram: Studi Kritik Sanad Hadis pada Akun Instagram ittiba.id' menggunakan pendekatan kualitatif, tinjauan pustaka, kritik sanad, dan takhrij hadis. Penelitian ini menganalisis kualitas sanad hadis pada akun Instagram ittiba.id dengan menggunakan teknik takhrij dan kritik sanad untuk menilai autentisitas hadis yang disajikan. Fokusnya adalah pada aspek ilmiah dari sanad dan matan hadis dalam unggahan tersebut.

Persamaan penelitian ini terletak pada keduanya sama-sama mempelajari penggunaan hadis di Instagram sebagai media dakwah, dengan menggunakan analisis konten kualitatif dan pendekatan kontekstual. Perbedaannya adalah fokus lebih pada kritik *sanad* dan kualitas ilmiah hadis secara tekstual (*takhrij dan kritik sanad*), daripada pada pola pemanfaatan, representasi visual, atau interaksi sosial seperti dalam penelitian yang dilakukan oleh @gilangsamudro.(Mubin, 2024)

Penelitian yang dilakukan oleh Abu Bakar dan Zulfirman Manik (2024) berjudul "Pemaknaan Hadis-hadis tentang Zuhud di Media Sosial: Studi Kasus Akun Instagram Aa Gym". Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, analisis konten, dan verifikasi hadis (*takhrij*), penelitian ini menganalisis konstruksi makna hadis *zuhud* dalam unggahan Instagram Aa Gym, dengan menekankan spiritualitas, keterlepasan dari dunia, dan kesederhanaan dalam hidup. Penelitian ini menekankan representasi visual, caption sederhana, dan respons emosional audiens melalui desain grafis dan video pendek.

Kesamaan dengan penelitian lain terletak pada keduanya sama-sama menelaah penggunaan hadis di Instagram sebagai media dakwah, menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis konten dan kontekstual. Perbedaannya adalah penelitian ini lebih fokus pada interpretasi tematik hadis-hadis dengan pola pemanfaatan umum, representasi visual, atau interaksi sosial sebagaimana pada penelitian akun Instagram @gilangsamudro.(Abu Bakar, 2024b)

F. Kerangka Pemikiran



Gambar 1. 1 Bagan Kerangka Pemikiran

Dalam studi tentang Penggunaan Hadis di Media Sosial: Studi Konten Instagram @gilangsamudro, pendekatan netnografi virtual di perkenalkan oleh Kozinets, seorang profesor pemasaran di Schulich School of Business, York University, memperkenalkan netnografi dalam artikel penting "*The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities*" (Journal of Marketing Research, 1998), yang didasarkan pada disertasinya tahun 1995-1997 yang menganalisis diskusi penggemar *Star Trek* secara *online*. Pendekatan ini didefinisikan sebagai "metode penelitian kualitatif yang mempelajari budaya dan komunitas melalui observasi data teks berbasis internet, mengikuti prinsip naturalistik, imersif, dan interpretatif," kemudian di Indonesia metode ini di kembangkan oleh oleh Rulli Nasrullah di tahun 2000-an melalui buku-bukunya membahas fenomena media siber dan penelitian di ranah digital.(Nasrullah, 2014)

Metode ini dapat digunakan untuk memahami secara menyeluruh bagaimana hadis diwakili, dimediasi, dan diterima di ruang digital. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena bercerita digital tidak hanya dari aspek tekstual tetapi juga dari dinamika teknis, interaksi sosial, dan

pengalaman pengguna. Analisis dilakukan melalui empat tingkat utama, yaitu media space, media archive, media object, dan experiential stories.

Pada tingkat pertama, berfokus pada *media Space* yaitu menganalisis terletak pada struktur teknis dan arsitektur Instagram yang memengaruhi bagaimana hadits disampaikan. Elemen-elemen seperti *feed*, *reels*, *stories*, penggunaan tata letak visual, tipografi, warna, dan pemanfaatan algoritma Instagram menentukan bagaimana pesan keagamaan dioptimalkan agar dapat dilihat pengguna. Dalam konteks akun @gilangsamudro, pilihan format reels yang dinamis dan penggunaan grafik yang sederhana namun kuat secara visual merupakan bagian penting dari strategi penyampaian hadits. Mediasi teknis ini menunjukkan bahwa digitalisasi dakwah juga dipengaruhi oleh logika platform, yang menekankan visualitas, kecepatan, dan *engagement*.

Level kedua adalah *media archive*, yang berkaitan dengan konten dan interpretasi hadits sebagai artefak budaya digital. Pada tahap ini, unggahan yang memuat hadits dianalisis sebagai dokumen representatif yang membangun makna baru melalui penyederhanaan teks, pemilihan terjemahan, penyertaan keterangan, atau integrasi dengan narasi motivasional. Akun @gilangsamudro tidak hanya menampilkan teks hadits tetapi juga membingkainya dalam konteks sehari-hari, kegiatan lari, dan nilai-nilai spiritual modern, menghasilkan bentuk dakwah visual yang khas. Dokumentasi digital ini menunjukkan bagaimana hadits mengalami transformasi fungsi ketika berpindah dari teks klasik ke konten visual yang ringkas dan mudah dibagikan.

Tingkat ketiga, *media object* yaitu menekankan interaksi sosial yang terjadi di ruang komentar, pesan langsung (*direct message*), dan tanggapan publik terhadap konten hadits. Interaksi ini menunjukkan bagaimana audiens memahami, menegosiasikan, atau bahkan menafsirkan kembali hadits yang dipublikasikan. Komentar-komentar seperti ungkapan motivasi, kesaksian pribadi, diskusi teologis, dan klarifikasi terkait sumber hadits merupakan bagian dari praktik komunikasi keagamaan digital. Di akun @gilangsamudro, terbentuk komunitas kecil yang

menggunakan bagian komentar sebagai forum diskusi untuk berdakwah, berbagi pengalaman spiritual, atau memberikan dukungan moral. Hal ini menunjukkan bahwa hadits berfungsi tidak hanya sebagai teks tetapi juga sebagai katalisator interaksi sosial dalam komunitas digital.

Tingkat keempat adalah Pengalaman (*experiential stories*), yang menelaah motif, manfaat, dan dampak penggunaan hadits yang dialami oleh pengguna, baik secara online maupun offline. Pada tingkat ini, peneliti meninjau testimoni audiens tentang bagaimana konten hadits memengaruhi motivasi ibadah, pemahaman tentang tauhid, atau perubahan dalam perilaku sehari-hari. Pengalaman-pengalaman ini dapat muncul melalui komentar publik atau pesan pribadi yang menggambarkan bagaimana konten @gilangsamudro menginspirasi, meningkatkan pengetahuan agama, atau menjadi panduan spiritual dalam kehidupan mereka. Dengan demikian, hadits yang diunggah dipahami tidak hanya sebagai pengetahuan tekstual, tetapi juga sebagai pengalaman keagamaan yang membentuk identitas dan praktik keagamaan pengguna.

Analisis ini memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana hadis direproduksi dalam ekosistem media sosial. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memeriksa hubungan antara struktur platform, representasi teks hadis, interaksi pengguna, dan dampak pengalaman, sehingga menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang dinamika dakwah digital dalam konteks akun Instagram @gilangsamudro. Pendekatan etnografi virtual dengan demikian menjadi kerangka penting dalam penelitian ini karena mampu mengungkap praktik mediasi hadis secara holistik di era digital. (Nasrullah, 2014)