

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Sekarang ini, sosial media sudah pasti digunakan sebagai kiblat makhluk hidup untuk mencari informasi. Media sosial merupakan media yang menawarkan digitalisasi, interaktif, dan perkembangan jaringan terkait pembuatan pesan dan penyampaian pesannya. Media sosial dengan berbagai kemampuannya memberikan interaktifitas ini yang dapat memungkinkan pengguna dari seluruh dunia bisa memilih informasi apa yang dapat dikonsumsi (Dwi & Watie, 2011). Diantara banyaknya perkembangan media sosial saat ini satu metode terbaru dalam berkomunikasi adalah pembuatan grup (kelompok), komunitas, yang terjalin dalam jumlah besar web, situs web, dan aplikasi internet. Saat ini, berbagai macam platform media sosial sangat beragam, termasuk di dalamnya ada facebook, twitter, instagram, tiktok, threads, dan masih banyak lagi.

Media sosial telah merubah cara berkomunikasi saat ini. Tidak heran, masyarakat saat ini lebih sering berkomunikasi lewat media sosial ketimbang bertemu langsung dan berbicara tatap muka. Dilihat dari realita yang ada saat ini, media sosial bahkan telah menggantikan fungsi televisi, radio, surat menyurat, serta alat informasi atau komunikasi lainnya (Deviana, n.d.). Bahkan untuk berbelanja pun, masyarakat sekarang lebih suka beli online lewat aplikasi, dibanding ke tempat perbelanjaan. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi sangat berkembang pesat di seluruh dunia. Beberapa kemudahan dari kemajuan teknologi ini adalah berkabar jadi lebih mudah, bahkan berkiriman pesan dengan orang yang jaraknya berpuluh kilometer dari kita pun bisa sampai dalam hitungan detik.

Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa kemajuan teknologi ini juga bisa memberikan dampak yang negatif. Karena sifatnya yang terbuka, informasi yang dikirim atau diterima oleh seseorang tidak selalu benar

adanya. Akibatnya, berbagai macam informasi tersebar luas tanpa tahu benar atau tidaknya informasi tersebut. Informasi yang tersebar di media sosial pun tidak terkendali dan bahkan terkadang beberapa berita dari saluran ternama pun memalsukan suatu berita agar nama saluran tersebut naik.

Hadis pun demikian, yaitu sumber utama suatu hadis adalah perkataan, perbuatan, ketetapan, dan persetujuan dari Nabi Muhammad Saw. Dari perkataan, perbuatan, ketetapan, dan persetujuan Nabi Muhammad Saw ini disebar agar menjadi landasan bagi umat Islam. Namun, dalam penyampaian dari satu orang ke orang yang lain tentu saja berbeda. Maka dari itu, hadis ada berbagai tingkatan, yaitu ada shahih, hasan, dan dhaif. Tidak jarang, suatu kaum di zaman dulu membuat hadis palsu, seolah oleh hadis tersebut berasal dari Nabi Muhammad Saw untuk kepentingan pribadi dan kelompoknya sendiri.

Menurut istilah bahasa, hadis shahih berasal dari kata *shahha*, *yashihhu*, *suhhan* yang berarti sehat, selamat, yang benar, dan yang sah. Seperti yang dikatakan oleh Ibn Ash Shalah hadis shahih adalah hadis yang disandarkan kepada Nabi Saw dengan sanad yang bersambung dan diriwayatkan oleh perawi yang adil dan dhabbit hingga akhir sanad, tanpa kejanggalan ataupun '*illat*' (Channa, 2011). Hadis shahih dan hadis hasan hampir identik, Ibnu Hajar berkata bahwa hadis hasan didefinisikan sebagai hadis yang dinukilkan oleh orang yang adil, yang ingatannya lemah, sanadnya *muttasil*, tidak cacat, dan tidak ganjil. Sedangkan hadis dhaif menurut definisi dari An-Nawawi adalah hadis yang lemah, sakit atau tidak memenuhi kriteria hadis shahih dan hasan. (Sarbanun, n.d.). Syuhudi Ismail menulis dalam bukunya yang berjudul "Kaidah Keshahihan Sanad Hadis" bahwa "ketika ditemukan sebuah informasi (hadis) dan penyebar informasi tersebut (rawi) disampaikan oleh seseorang yang tidak kredibel, maka informasi tersebut perlu untuk dipertanyakan kebenarannya (Syuhudi, n.d.).

Tidak sedikit kasus di media sosial yang mengunggah sebuah hadis, namun setelah diteliti kembali hadisnya dha'if. Entah kita yang menerima

konten tersebut ataupun yang mengirim konten tersebut seolah olah telah memberi tahu orang lain tentang kesesatan. Dalam suatu penelitian yang dilakukan oleh M. Zia Al-Ayubi menyimpulkan bahwa penyebaran informasi yang jujur akan memiliki banyak manfaat, setidaknya adalah tidak adanya rumor berita bohong, atau pemalsuan hadis, dan menimbulkan keributan di sosial media (Al-Ayyubi, 2018).

Dewasa sekarang juga banyak sekali akun akun dakwah di media sosial yang banyak sekali membahas seputar hadis Nabi, potongan ayat-ayat al-Quran, sirah nabawi, asbabun nuzul, asbabul wurud, dan lain sebagainya. Dilihat dari penjelasan di atas, tidak semua unggahan hadis yang tersebar di media sosial dapat digunakan sebagai dasar pengerjaan sunnah, kecuali jika memang hadis tersebut sudah dipastikan keshahihannya. Salah satunya adalah akun instagram @thesunnah\_path. Seperti namanya, akun ini sebagai media dakwah yang menyebarkan nilai-nilai keislaman dan kebanyakannya adalah menyebarkan sunah-sunah atau hadis-hadis Nabi. Banyak juga konten hadis yang disebar di akun ini hanya potongan yang menyebabkan orang awam kebingungan. Salah satu diantara kontennya ada poster yang hanya bertuliskan “Ghuroba” beruntunlah orang yang terasing dan di bawahnya terdapat tulisan *prophet* Muhammad Saw.

Kata ghuroba’ ini lumayan banyak diriwayatkan oleh beberapa perawi dengan konteks yang sama bahwa ‘Islam datang dalam keadaan asing dan akan kembali dalam keadaan asing pula’. Jika ditinjau tentang realita yang terjadi hari ini, hadis ini sangat relevan. Hadis di atas sering jadi rebutan oleh para aktivis Islam, setiap kelompok mengklaim bahwa hadis di atas ditunjukkan untuk mereka (Hafidzhahullah, 2019). Mereka menganggap orang-orang terasing adalah orang-orang yang jauh dari keramaian, orang-orang yang dijauhi orang-orang, orang-orang yang tinggal di hutan, di lereng gunung, dan sebagainya. Syekh Salim bin Ied al-Hilali dalam kitabnya “*limadza ikhtartu manhajis salaf*” berkata bahwa Ghuroba’ ada dua pengertian, yaitu:

1. Orang-orang yang tetap baik ketika manusia lain rusak

2. Orang-orang shaleh di tengah rusaknya manusia, sehingga yang mendurhakai mereka lebih banyak daripada yang mengikuti (Hafidzhahullah, 2019).

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

Karena sifatnya yang umum, siapapun bisa menerima dan memberikan konten yang sifatnya buruk. Namun, terlepas konten tersebut baik atau buruknya tergantung kepada siapa yang menilai. Lain halnya jika konten tersebut mengunggah seputar hadis. Benar atau palsu, baik atau buruknya suatu hadis bisa dinilai dari kualitasnya, jadi tidak bisa sembarang menyebarkan hadis tanpa mengetahui hadis tersebut shahih atau dhaif.

Banyak orang menganggap bahwa kata *Ghuroba'* orang yang terasing adalah orang-orang yang jauh dari keramaian, orang yang introvert, orang yang tinggal di puncak gunung, orang yang tinggal jauh dari manusia lainnya, namun sebenarnya bukan seperti itu. Maka, rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apa kualitas hadis *Ghuraba'* yang terdapat pada akun thesunnah\_path?
2. Apa konsep *Ghuraba'* dalam hadis menurut thesunnah\_path?

## **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan tentunya untuk membahas tentang materi hadis yang tersebar di sosial media, terkhusus pada salah satu konten instagram @thesunnah\_path. Dengan dilakukannya penelitian ini, penulis berharap agar masyarakat terutama umat muslim lebih *aware* terhadap apa yang disembarkannya, terutama dibidang hadis ini. Serta, dari pemaparan rumusan masalah penelitian di atas, penulis berharap:

1. Mengetahui kualitas hadis yang diunggah oleh akun instagram dakwah thesunnah\_path.
2. Mengetahui konsep *Ghuraba'* yang diunggah oleh akun instagram dakwah thesunnah\_path.

## **D. Manfaat Hasil Penelitian**

### **1. Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini bertujuan untuk tinjauan masyarakat agar lebih hati-hati ketika mendapatkan informasi dari media sosial dan sebagai tinjauan ilmu hadis dengan melakukan penelitian terhadap syarah nya tentang konten hadis di media sosial, terkhusus untuk masalah Ghuroba'. Sehingga, penelitian ini bisa digunakan sebagai dasar untuk penelitian lanjutan, terutama dikalangan akademisi karena minat peneliti dengan subjek dan pendekatan yang sebanding.

Diharapkan pula penelitian ini mampu memberikan pemahaman dasar ilmu yang cukup di bidang agama dan pendidikan, terlebih lagi pada bidang hadis. Sehingga, jika banyak konten hadis yang tersebar di media sosial terlebih lagi jika hadis yang ditampilkan sifatnya *dhaif*, masyarakat tidak langsung percaya dan tidak menyebarkan sehingga tidak menimbulkan perpecahan

### **2. Kegunaan Praktis**

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat sebagai peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang topik konten hadis di media sosial, khususnya pada konten hadis Ghuroba' tersebut. Sehingga, orang-orang tidak salah paham lagi tentang maksud dari ghuroba' itu sendiri dan dapat digunakan sebagai garis besar kehidupan seorang muslim yang ideal dalam menanggapi hadis di media sosial. Bagi penulis sendiri, manfaat penelitian ini dapat menambah wawasan keilmuan dan menjadi media dakwah dari penulis ke pembaca.

## **E. Kajian Pustaka**

Melalui penelusuran kepustakaan mengenai studi konten hadis di media sosial tentang ghuroba', ditemukan beberapa hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Artikel “Konten Hadis di Media Sosial: Studi Konten dalam Jejaring Sosial pada akun Lughoty.com, @RisalahMuslimID, dan @thesunnah\_path” ditulis oleh Maulana Wahyu Saefudin, Agus Suyadi Raharusun, dan Muhamad Dede Rodliyana pada tahun 2022. Fakultas Ushuluddin Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan takhrij dan syarah. Studi ini mengambil masing-masing tiga konten hadis pada sosial media Lughoty.com, @RisalahMuslimID, dan @thesunnah\_path kemudian di takhrij dan di syarah masing-masing dari hadis tersebut. Hasil penelitian ini adalah bahwa dengan semakin majunya teknologi, pencarian hadis menjadi lebih mudah bagi pengguna internet. Namun, tidak semua hadis yang tersebar di media sosial adalah shahih. Penelitian lebih lanjut diperlukan terkait hadis yang tersebar di media sosial. Kekurangan dari ketiga akun ini adalah hampir semua konten hadisnya hanya berisikan matan hadis, tidak dengan sanadnya. Padahal, dengan menulis sanadnya bisa lebih memudahkan pembawa hadis tersebut disampaikan dari siapa (Saefudin, Raharusun, and Rodliyana 2022).
2. Skripsi “Hadis dan Dakwah di Media Sosial (Studi Kredibilitas Akun dan Konten Hadis)” ditulis oleh Mhd Akbar Rafi pada tahun 2022. Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta. Skripsi ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dan diskusi skripsi ini membahas masalah hadis yang tersebar dari akun dakwah di sosial media. Selanjutnya, skripsi ini membahas kriteria hadis yang digunakan untuk berdakwah di media sosial. Dalam skripsi ini, penulis menyelidiki hadis dari tiga akun sosial media, yaitu @Rumaysho.com, @ittiba.id, dan @bassfm. Untuk menilai keshahihan hadis-hadis ini, penulis meneliti kaidahnya. Studi ini menghasilkan kesimpulan bahwa ketiga akun tersebut memiliki banyak kelebihan dan tentu saja memiliki banyak

kekurangan. Rata-rata, kekurangannya adalah postingannya tidak dicantumkan sanad (Ravi 2022).

3. Artikel “Hadis dan Media Sosial sebagai Alat Da’wah di Instagram: Studi Ilmu Hadis” oleh Marissa Rizki dan Siddik Firmansyah tahun 2023. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, Indonesia. Jurnal Istimarah: Jurnal Riset Keagamaan, Sosial, dan Budaya, Vol. 5(2), 2023 (Juli – Desember), dengan ISSN Terbit 2714-7762 dan ISSN Online 2716-2539. Jurnal ini menggunakan metode kajian pustaka yang menggabungkan dua sumber, sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer dari penelitian ini adalah *kutub as-sitah*, sedangkan sumber sekundernya berasal dari jurnal, media, koran, dan sumber lain yang relevan dengan topik penelitian ini. Studi ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki peminat media sosial terbanyak, jadi tidak heran banyak dari warga Indonesia yang membuat konten dakwah. Selain itu, analisis penelitian ini dilakukan pada tiga akun instagram, yaitu @katakataislamiii, @kajianislam, dan @hadispedia. Gambar-gambar dari berbagai konten ditampilkan msing-masing akun dan kemudian dianalisis oleh penulisnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyebaran dakwah melalui konten di media sosial membuat masyarakat lebih mudah belajar agama. Selain itu, konten bertema keagamaan mendorong orang untuk bertindak sesuai dengan arahan al-Quran dan hadis, yang tentu saja meningkatkan kaidah agama Islam. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa isi dakwah terkadang terdiri dari hadis, potongan ayat al-Quran, dan kata-kata mutiara (*mahfudzot*). Oleh karena itu, sangat penting untuk memperhatikan apakah apa yang disebarakan itu hadis atau *mahfudzot* yang berbahasa Arab (Firmansyah & Rizki, 2023).

## F. Kerangka Berpikir



Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi di seluruh dunia pun ikut berkembang. Media sosial telah banyak merubah cara berkomunikasi antar manusia. Setelah teknologi muncul, banyak hal yang dahulu sulit menjadi lebih mudah. Jenis-jenis teknologi dengan rating paling banyak digunakan adalah whatsapp, instagram, tiktok, threads, twitter, dan youtube. Yang paling berubah semenjak kedatangan media sosial ini adalah cara manusia saling berkomunikasi. Media sosial memudahkan orang-orang untuk berkomunikasi, zaman dulu untuk berkirin pesan paling tidak menggunakan surat, lalu diantar ke kantor pos, lalu surat akan sampai 5 – 7 hari. Sangat berbeda dengan zaman sekarang yang jika ingin ngobrol atau berkirin pesan tinggal membuka whatsapp, lalu ketik apapun yang mau di kirim, dan pesan pun akan sampai dalam hitungan detik. Ternyata, kedatangan media sosial ini cukup untuk menggantikan surat, telepon kabel (rumah), televisi, radio, koran, dan lain sebagainya (Deviana, n.d.)

Yang lebih hebatnya lagi, sejak kedatangan media sosial orang-orang dalam satu komunitas, satu keluarga yang terpisah jauh, satu desa,



satu sekolah bisa berkumpul dalam satu grup, satu laman, satu situs, satu aplikasi dan bisa berbincang tanpa tatap muka disana (Aris et al., n.d.).

Media sosial adalah media online, dimana dalam pengaktifannya dibutuhkan kuota internet. Pengguna media sosial dapat dengan bebas berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan konten melalui aplikasi seperti blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan masih banyak lagi yang disediakan oleh teknologi multimedia yang canggih (Saefudin et al., 2022). Melalui aplikasi-aplikasi yang tersedia, masyarakat bebas untuk membuat atau menerima suatu konten dan membagikannya di media sosial. Karena sifatnya yang umum, apapun yang dibagikan di media sosial akan cepat tersebar luas ke berbagai penjuru dunia (Saefudin et al., 2022).

تَرَكْتُ فِيكُمْ شَيْئَيْنِ لَنْ تَضِلُّا بَعْدَهُمَا كِتَابُ اللَّهِ وَسُنَّتِي

Artinya: *“Aku tinggalkan di tengah-tengah kalian dua hal, kalian tidak akan tersesat setelah (kalian berpegang teguh pada) keduanya, Kitabullah dan Sunnahku.”* (HR. At-Thabrani).

Hadis menurut istilah adalah sesuatu yang diperintahkan oleh Nabi Muhammad Saw,. Yang dilarangnya dan yang dianjurkannya baik berupa perkataan ataupun perbuatan (PROF. DR. ARIFIN, 2014). Hadis, baru di bukukan setelah meninggalnya Rasulullah Saw, maka dari itu hadis memiliki keterbatasan ruang dan waktu, sehingga sangat mudah untuk dimultitafsirkan dalam pemahamannya (Miski & Habibillah, 2022a).

Dewasa ini banyak sekali akun dakwah yang menyeru kepada kebaikan di sosial media, terlebih di intagram. Rata-rata dalam konten tersebut menampilkan video perkataan ulama, potongan ayat al Quran, potongan hadis nabi, dan lain sebagainya. Diantara media sosial populer yang digunakan untuk mengunggah foto atau poster keagamaan adalah instagram.

Instagram adalah layanan jaringan sosial untuk mengunggah foto atau video yang dimiliki oleh perusahaan Amerika, Meta Platforms. Di

aplikasi ini, pengguna bisa mengunggah media dan dapat di edit menggunakan filter atau memakai banyak tagar dan penandaan lokasi. Instagram memberi kebebasan kepada penggunanya untuk mengunggah sesuatu yang publik lihat atau hanya teman-teman terdekat saja. Instagram liris pertama kali tahun 2010 dan sampai saat ini, banyak *update* mengikuti trend yang ada. Instagram berguna sebagai salah satu media komunikasi, aspek pendidikan, ekonomi-marketing, aspek politik, dan lain sebagainya (Nordin et al., 2018).

Kata Ghuraba' sendiri sering dimaknai sebagai komunitas muslim yang mengasingkan diri dari masyarakat, membedakan cara berpakaian, bahkan tak jarang istilah ini digunakan sebagai dalih melakukan kekerasan. Seharusnya, kata ini menjadi pemicu semangat untuk hidup.

#### **G. Sistematika Penulisan**

Penelitian ini dibagi ke dalam beberapa subbagian dari rangkaian bab, yang diklasifikasikan ke dalam lima bab, yang terdiri dari:

**Bab I** meliputi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, kerangka berpikir, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

**Bab II** membahas tentang tinjauan pustaka yang dibutuhkan sebagai pedoman teoritis untuk melakukan pembahasan penelitian yaitu tentang media sosial dan hadis. Di dalamnya terdapat paparan teori, termasuk beberapa hadis tentang Ghuroba', takhrij hadis dan studi syarah hadis.

**Bab III** membahas tentang metode analisis yang isinya tentang jenis sumber data dan penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

**Bab IV** membahas hasil dan diskusi penelitian yang mencakup konten hadis di media sosial, deskripsi Ghuroba', hadis-hadis yang membahas tentang Ghuroba', penilaian ulama terhadap hadis Ghuroba', pembahasan takhrij hadis tentang Ghuroba'.

**Bab V** membahas penutup yang mencakup kesimpulan dan rekomendasi. Tujuan dari pembahasan bab sebelumnya adalah untuk mendapatkan pengetahuan baru, membuat rekomendasi, dan memberikan saran untuk pengembangan penelitian lebih lanjut tentang topik yang serupa.

