FENOMENA HADITS POPULER DI MEDIA SOSIAL DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PEMAHAMAN UMAT

Nisrina Fikria Nabila[1)], Miftahul Huda[2)]

Universitas Islam Negeri KH.Abdurrahman Wahid Pekalongan

nisrina.fikria.nabila25080@mhs.uingusdur.ac.id, abimaroqi@gmail.com

ABSTRACT

In the digital disruption era, social media has become a primary space for spreading religious information, including the Hadith of Prophet Muhammad, which is often detached from the verification of sanad and scientific context. The lack of hadith studies literacy among the public triggers a gap between the popularity of hadith content and its authenticity quality. This study aims to dissect the phenomenon of popular hadith dissemination on social media and analyze its implications on the pattern of religious understanding of the ummah. This research employs a qualitative approach with library research. Data were collected through documentation and virtual observation of viral hadith content across various social media platforms from 2023 to 2025, which were then analyzed using content analysis and hadith verification (takhrij al-hadits). The results indicate a significant gap between the virality level of hadith and its authenticity status, where many weak or fabricated hadiths are widely accepted because they are packaged with emotional narratives. This phenomenon has shifted religious authority from scientific sanad to digital popularity, triggering rigid textualist understanding and eroding the tradition of referring to classical texts. Therefore, integrating the principles of hadith studies into the public's digital literacy is crucial to creating a healthy and accurate religious information ecosystem.

Keywords: Viral Hadith; Social Media; Digital Literacy.

ABSTRAK

Di era disrupsi digital, media sosial telah menjadi ruang utama penyebaran informasi keagamaan, termasuk hadits Nabi Muhammad SAW, yang sering kali lepas dari verifikasi sanad dan konteks ilmiah. Minimnya literasi ulumul hadits di kalangan masyarakat memicu kesenjangan antara popularitas konten hadits dengan kualitas otentisitasnya. Penelitian ini bertujuan untuk membedah fenomena penyebaran hadits populer di media sosial serta menganalisis implikasinya terhadap pola pemahaman keagamaan umat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi pustaka (library research). Data dikumpulkan melalui dokumentasi dan observasi virtual terhadap konten hadits viral di berbagai platform media sosial pada periode 2023 hingga 2025, yang kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis isi (content analysis) dan verifikasi kesahihan hadits (takhrij al-hadits). Hasil penelitian menunjukkan adanya kesenjangan signifikan antara tingkat viralitas hadits dengan

status kesahihannya, di mana banyak hadits berstatus lemah atau palsu tetap diterima secara luas karena dikemas dengan narasi emosional. Fenomena ini telah menggeser otoritas keagamaan dari sanad keilmuan menuju popularitas digital, memicu pemahaman tekstualis yang kaku, serta mengikis tradisi merujuk pada kitab-kitab induk. Oleh karena itu, integrasi prinsip ulumul hadits ke dalam literasi digital masyarakat sangat mendesak untuk menciptakan ekosistem informasi keagamaan yang sehat dan akurat.

Kata Kunci: Hadits Viral; Media Sosial; Literasi Digital.

A. Pendahuluan

Di era disrupsi digital saat ini, media sosial telah bertransformasi menjadi ruang publik utama bagi penyebaran informasi keagamaan, termasuk hadits Nabi Muhammad SAW. Fenomena ini membawa dua sisi mata uang; di satu sisi, akses terhadap teks-teks suci menjadi sangat demokratis dan instan, namun di sisi lain, hal ini memicu banjiroh konten keagamaan yang seringkali lepas dari konteks ilmiahnya. Hadits-hadits yang populer atau *viral* di platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan WhatsApp sering kali dikonsumsi secara utuh tanpa melalui proses verifikasi sanad maupun matan yang ketat. Kondisi ini menciptakan kesenjangan antara popularitas sebuah hadits dengan kualitas otentisitasnya, di mana hadits yang lemah (*dhaif*) bahkan palsu (*maudhu*) terkadang lebih cepat menyebar dibandingkan hadits sahih karena dikemas dengan narasi yang emosional dan menyentuh hati.

Permasalahan mendasar yang muncul adalah minimnya literasi ulumul hadits di kalangan masyarakat awam dalam menyaring informasi di ruang digital. Banyak umat Islam yang terjebak dalam pemahaman tekstualis parsial akibat mengonsumsi potongan hadits yang viral tanpa merujuk pada penjelasan ulama atau kitab-kitab muktabar. Hal ini berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dalam mengamalkan ajaran agama, hingga pada titik tertentu dapat memicu konflik sosial atau radikalisme pemikiran. Data menunjukkan peningkatan signifikan dalam interaksi pengguna media sosial terhadap konten-konten keagamaan singkat, namun tidak berbanding lurus dengan peningkatan pemahaman komprehensif terhadap sumber hukum Islam tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk membedah fenomena penyebaran hadits populer di media sosial serta menganalisis implikasinya terhadap pola pemahaman keagamaan umat. Dengan menyoroti mekanisme viralitas dan respons audiens, studi ini ingin memetakan bagaimana algoritma media sosial mempengaruhi otoritas pengetahuan agama tradisional. Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu ulumul hadits di era digital, sekaligus menjadi rekomendasi praktis bagi dai, akademisi, dan penggiat media sosial untuk menyajikan konten hadits yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga akurat secara substansi dan bertanggung jawab secara ilmiah.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*). Pendekatan ini dipilih karena fokus utama penelitian adalah menganalisis fenomena penyebaran hadits di ruang digital dan implikasinya terhadap pemahaman keagamaan, yang memerlukan pendalaman teoritis dan analisis teks secara kritis. Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua kategori, yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer meliputi konten-konten hadits yang populer atau viral di berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp pada periode tahun 2023 hingga 2025. Konten-konten tersebut dikumpulkan berdasarkan tingkat interaksi (*likes*, *shares*, dan *comments*) sebagai indikator popularitas. Sementara itu, sumber data sekunder diperoleh dari kitab-kitab induk hadits (*kutub al-sittah*), buku-buku ulumul hadits, jurnal ilmiah terdahulu, serta artikel akademik yang membahas validitas sanad dan matan dari hadits-hadits yang sedang tren tersebut.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode dokumentasi dan observasi virtual. Peneliti melakukan penelusuran sistematis terhadap hashtag dan kata kunci terkait hadits populer, kemudian mencatat narasi, konteks penyampaian, serta respons audiens. Selanjutnya, data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) dan verifikasi kesahihan hadits (*takhrij al-hadits*). Proses analisis dimulai dengan

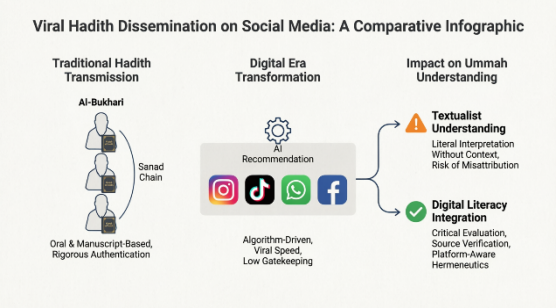
mengidentifikasi status keshahihan hadits yang viral melalui rujukan kitab standar, kemudian membandingkannya dengan cara penyajian di media sosial. Tahap selanjutnya adalah menganalisis kesenjangan antara teks asli hadits dengan interpretasi yang beredar di masyarakat digital. Hasil analisis ini kemudian didiskusikan secara mendalam untuk menarik kesimpulan mengenai bagaimana algoritma media sosial dan gaya komunikasi digital mempengaruhi konstruksi pemahaman umat Islam terhadap ajaran Nabi Muhammad SAW. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan informasi dari berbagai referensi kitab hadits dan kajian ulama yang kredibel untuk memastikan akurasi analisis.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

Karakteristik dan Pola Penyebaran Hadits Viral di Media Sosial

Berdasarkan hasil penelusuran dan dokumentasi virtual, penelitian ini menemukan bahwa pola penyebaran hadits di media sosial memiliki karakteristik yang sangat berbeda dengan tradisi transmisi ilmu hadits klasik. Hadits yang populer atau viral cenderung dikemas dalam format konten yang singkat, visual, dan sarat dengan muatan emosional, seperti motivasi hidup, janji surga, atau ancaman neraka. Fenomena ini didorong oleh algoritma media sosial yang memprioritaskan konten dengan tingkat keterlibatan (*engagement*) tinggi, seperti jumlah *likes*, *shares*, dan komentar, daripada konten yang berbobot secara akademis (Fernando, Larasati, & Qudsy, 2023).

Gambar pola penyebaran hadits di media sosial



Gambar diatas ini menggambarkan bagaimana mekanisme transmisi hadits telah mengalami transformasi signifikan dari pola tradisional yang berbasis sanad keilmuan menuju pola digital yang berbasis popularitas dan algoritma media sosial, serta implikasinya terhadap konstruksi pemahaman keagamaan umat.

Penyebaran ini sering kali mengabaikan kaidah *isnad* (sanad)

yang merupakan tulang punggung otentisitas dalam ilmu hadits. Dalam ruang digital, rantai periwayatan digantikan oleh fitur "bagikan" atau "teruskan", di mana identitas penyebar awal sering kali hilang atau tidak diverifikasi. Akibatnya, terjadi dekontekstualisasi teks, di mana sebuah hadits dipotong dari konteks sejarah (*asbab al-wurud*) dan konteks tekstualnya, sehingga maknanya menjadi dangkal atau bahkan menyimpang dari maksud asli Nabi Muhammad SAW (Dadah & Purnama, 2021). Hal ini sejalan dengan temuan bahwa literasi digital keagamaan masyarakat masih cenderung bersifat permukaan dan kurang kritis terhadap sumber informasi yang dikonsumsi sehari-hari.

Validitas Sanad dan Matan Hadits Populer: Sebuah Tinjauan Kritis

Untuk menguji akurasi konten keagamaan yang beredar, penelitian ini melakukan verifikasi (*takhrij*) terhadap beberapa sampel hadits yang paling sering muncul di beranda media sosial pada periode 2023 hingga 2024. Hasil analisis menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan antara popularitas sebuah hadits dengan status kesahihannya. Banyak hadits yang viral ternyata berstatus lemah (*dhaif*) atau bahkan palsu (*maudhu'*), namun tetap diterima sebagai kebenaran mutlak oleh audiens karena dikemas oleh figur publik atau *influencer* yang memiliki banyak pengikut (Al-Makky, 2023).

Berikut adalah rekapitulasi hasil verifikasi terhadap beberapa tema hadits yang sering viral:

Tabel 1 Analisis Validitas Hadits Populer di Media Sosial

	Tema Hadits Viral	Status Kesahihan	Catatan Analisis Sanad dan Matan
1	Anjuran shalat tertentu di malam Nisfu Syaban dengan bacaan khusus	Dhaif / Maudhu	Sanad terputus dan mengandung perawi yang dinilai *matruk* (ditinggalkan) oleh

			para ahli hadits.
2	Janji kemudahan rezeki dengan membaca zikir tertentu sebanyak 100 kali	Dhaif	Matan mengandung janji yang tidak didukung oleh dalil sahih, sering dikaitkan dengan praktik komersial
3	Larangan berjabat tangan dengan lawan jenis secara mutlak tanpa pengecualian	Kontekstual (Perlu Tafsil)	Hadits sahih, namun sering disajikan tanpa penjelasan konteks (*fiqh al-hadits*) mengenai kondisi darurat atau kebutuhan sosial.
4	Keutamaan sedekah di hari Jumat yang dilipatgandakan secara spesifik	Sahih / Hasan	Otentik, namun sering dilebih-lebihkan narasinya melebihi batasan yang dijelaskan dalam kitab muktabar

Data pada tabel di atas mengindikasikan bahwa validitas teks tidak lagi menjadi penentu utama dalam penyebaran informasi keagamaan. Narasi yang menyentuh emosi cenderung lebih laku daripada narasi yang ketat secara metodologis. Fenomena ini memperkuat argumen bahwa otoritas keagamaan di era digital telah bergeser dari ulama yang memiliki sanad keilmuan (*isnad*) menuju figur yang memiliki sanad sosial (*followers*) (Rachmadhani, 2021).

Implikasi Terhadap Pemahaman dan Pengamalan Keagamaan Umat

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena hadits populer di media sosial membawa implikasi yang kompleks terhadap pemahaman keagamaan umat. Pertama, terjadi kecenderungan pemahaman tekstualis yang kaku. Umat yang hanya mengonsumsi potongan hadits tanpa merujuk pada penjelasan ulama (*syarah*) rentan terjebak pada literalisme. Mereka mungkin mengamalkan suatu hadits secara membabi buta tanpa memahami *illat* (alasan hukum) atau konteks historisnya, yang pada akhirnya dapat melahirkan praktik keagamaan yang bid'ah atau ekstrem (Wijaya, 2023).

Kedua, fenomena ini mengikis tradisi merujuk pada kitab-kitab induk (*kutub al-turats*). Generasi muda Muslim lebih memilih mencari jawaban agama melalui mesin pencari atau video singkat daripada membuka kitab *Bulugh al-Maram* atau *Riyadh as-Shalihin*. Meskipun akses informasi menjadi lebih mudah, kedalaman pemahaman justru mengalami degradasi. Hal ini menciptakan paradoks di mana kuantitas konsumsi konten agama meningkat, tetapi kualitas literasi keagamaan justru stagnan atau menurun.

Namun, di sisi lain, media sosial juga membuka peluang positif jika dikelola dengan benar. Beberapa akun dakwah yang dikelola oleh akademisi atau lembaga hadits terpercaya mulai memanfaatkan platform digital untuk meluruskan hadits-hadits palsu dengan metode yang kreatif dan mudah dicerna (Firmansyah & Rizki, 2023). Implikasi dari temuan ini adalah urgensi untuk mengintegrasikan ilmu *Ulumul Hadits* ke dalam literasi digital. Umat tidak hanya perlu diajarkan cara membaca teks, tetapi juga cara memverifikasi sumber, memahami konteks, dan bersikap kritis terhadap konten keagamaan di ruang maya (Najiyah & Putriani, 2024). Kolaborasi antara ahli hadits, pakar komunikasi, dan penggiat media sosial menjadi sangat krusial untuk menciptakan ekosistem informasi keagamaan yang sehat, akurat, dan rahmatan lil 'alamin.

D. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa fenomena penyebaran hadits populer di media sosial telah menggeser paradigma transmisi ilmu agama dari otoritas sanad keilmuan

(*isnad*) menuju otoritas popularitas digital. Temuan utama menunjukkan adanya kesenjangan yang signifikan antara tingkat viralitas sebuah konten hadits dengan status kesahihan sanad dan matannya. Banyak hadits yang beredar luas ternyata berstatus lemah (*dhaif*) atau palsu (*maudhu'*), namun diterima secara mentah oleh masyarakat akibat dikemas dalam narasi yang emosional dan visual, tanpa disertai konteks historis (*asbab al-wurud*) maupun penjelasan ulama (*syarah*). Kondisi ini berpotensi memicu pemahaman keagamaan yang tekstualis, dangkal, dan rentan terhadap praktik keagamaan yang menyimpang, sekaligus mengikis tradisi merujuk pada kitab-kitab induk (*kutub al-turats*).

Berdasarkan temuan tersebut, diperlukan upaya strategis untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip ilmu *Ulumul Hadits* ke dalam kurikulum literasi digital masyarakat. Kolaborasi sinergis antara akademisi, ulama, dan penggiat media sosial sangat krusial untuk memproduksi konten dakwah yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga akurat secara substansi dan bertanggung jawab secara ilmiah. Sebagai saran praktis, disarankan adanya pengembangan aplikasi atau fitur verifikasi hadits berbasis kecerdasan buatan (AI) yang mudah diakses oleh masyarakat awam untuk mengecek status kesahihan hadits secara instan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan studi eksperimental mengenai efektivitas model literasi digital keagamaan dalam meningkatkan kemampuan kognitif masyarakat, khususnya generasi Z, dalam memverifikasi keaslian dan memahami konteks hadits di ruang maya.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Makky, N. (2023). Fenomena penyebaran hadis palsu di media sosial: Analisis kritis terhadap konten keagamaan viral. *Afkaruna: Jurnal Interdisipliner Studi Islam, 19*(1), 1-20. https://doi.org/10.24014/af.v19i1.15432

Dadah, D., & Purnama, R. F. (2021). Pemahaman azab perspektif hadis di media sosial: Analisis terhadap tekstual dan kontekstual. *Diroyah: Jurnal Studi Ilmu Hadis, 6*(1), 13-23. https://doi.org/10.15575/diroyah.v6i1.13580

Fernando, H., Larasati, Y. G., & Qudsy, S. Z. (2023). The viral of hadist: Dimensi dan makna meme #Hadis dalam media sosial Instagram. *Satya Widya: Jurnal Studi Agama, 6*(1), 73-93. https://doi.org/10.33363/swjsa.v6i1.961

Firmansyah, S., & Rizki, M. (2023). Hadis dan media sosial sebagai alat da'wah di Instagram: Study ilmu hadis. *Istinarah: Riset Keagamaan, Sosial Dan Budaya, 5*(2), 86-97. https://doi.org/10.31958/istinarah.v5i2.8279

Maulana, I. I., & Saefullah. (2020). Dakwah di media sosial pada channel Youtube Akhyar TV. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam, 3*(3), 258-274. https://doi.org/10.15575/tabligh.v3i3.675

Najiyah, N. L. N. N., & Putriani, R. (2024). Transformation of hadith study in the digital era: An effectiveness of hadith applications and websites. *Mashdar: Journal of Qur'an and Hadith Studies, 6*(1), 45-62. https://doi.org/10.15548/mashdar.v6i1.7882

Rachmadhani, A. (2021). Otoritas keagamaan di era media baru: Dakwah Gusmus di media sosial. *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama Dan Masyarakat, 5*(2), 150-169. https://doi.org/10.14421/panangkaran.v5i2.2636

Wijaya, R. (2023). Kontekstualisasi zuhud di era medsos: Tantangan dan peluang literasi keagamaan. *Al-Dzikra: Jurnal Studi Ilmu al-Qur'an dan al-Hadits, 17*(1), 23-36. https://doi.org/10.24042/al-dzikra.v17i1.13768