

Dakwah Digital dan Tantangan Verifikasi Hadis: Studi Terhadap Pemahaman Audiens di Media Sosial

Zulfirman Manik

Institut Agama Islam Padang Lawas, Indonesia

Email: zulfirman@iaipadanglawas.ac.id

Nur Jannah

Universitas Islam Sumatera Utara, Indonesia

Email: nurjannahpauisu@gmail.com

Moh Ikhsan Azmi

Universitas Islam Sumatera Utara, Indonesia

Email: ikhsanazmi164@gmail.com

Fatonah Rahmah

Universitas Islam Sumatera Utara, Indonesia

Email: fathonahrahmah2005@gmail.com

Riza Fitri Lubis

Universitas Islam Sumatera Utara, Indonesia

Email: rizafitri2017@gmail.com

Received:

Accepted:

Abstract

The advancement of information technology has transformed the methods of Islamic preaching (*da'wah*), positioning social media as a primary platform for disseminating religious messages. Amid the rapid and massive flow of information, the spread of hadiths through digital media faces serious challenges in terms of verification and source authenticity. This study aims to understand how social media audiences perceive the importance of hadith verification in the context of digital *da'wah* and how such understanding influences their reception of religious content. This research employs a qualitative approach using a case study method, with data collected through in-depth interviews, participatory observation, and content analysis of social media platforms. The analysis is grounded in information reception theory and digital religious literacy. The findings reveal a diversity of audience understanding regarding hadith authenticity, influenced by educational background, trust in digital preachers, and exposure to

religious content. The analysis shows that low levels of digital Islamic literacy contribute to the widespread dissemination of inauthentic hadiths. Compared to previous studies and relevant theories, this research emphasizes the need for a systematic enhancement of digital religious literacy. In conclusion, audience understanding of hadith verification remains uneven, highlighting the need for da'wah strategies that are not only informative but also educational within the social media landscape.

Keywords: *digital da'wah; digital literacy; hadith; social media; verification.*

Abstrak: Perkembangan teknologi informasi telah mendorong transformasi dalam penyampaian dakwah, menjadikan media sosial sebagai salah satu platform utama dalam menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Di tengah arus informasi yang cepat dan masif, penyebaran hadis melalui media digital menghadapi tantangan serius dalam hal verifikasi dan validitas sumber. Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana audiens media sosial memaknai pentingnya verifikasi hadis dalam konteks dakwah digital serta sejauh mana pemahaman tersebut memengaruhi pola penerimaan mereka terhadap konten keagamaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, di mana data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis konten dari platform media sosial. Teori yang digunakan dalam analisis adalah teori penerimaan informasi dan literasi digital keagamaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat keragaman pemahaman audiens terhadap keotentikan hadis, yang dipengaruhi oleh latar belakang pendidikan, kepercayaan terhadap dai digital, serta intensitas paparan informasi keagamaan. Analisis menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital keislaman menyebabkan tingginya potensi penyebaran hadis yang tidak valid. Dibandingkan dengan teori dan penelitian sebelumnya, studi ini menegaskan perlunya peningkatan literasi keagamaan berbasis digital secara sistematis. Kesimpulannya pemahaman audiens terhadap verifikasi hadis masih belum merata, sehingga diperlukan strategi dakwah yang tidak hanya informatif tetapi juga edukatif dalam konteks media sosial.

Kata Kunci : dakwah digital; hadis; literasi digital; media sosial; verifikasi.

Pendahuluan

Perkembangan media digital telah menghadirkan perubahan mendasar dalam lanskap dakwah Islam kontemporer. Tren dakwah kini bergeser dari ruang-ruang fisik seperti masjid, majelis taklim, atau ceramah, menuju ruang digital yang lebih terbuka, masif, dan mudah diakses oleh berbagai lapisan masyarakat tanpa batas geografis.¹ Transformasi ini tidak hanya

¹ Nurhayati Nurhayati et al., "Transformasi Dakwah Diera Digital: Analisis Penyampaian Hadis Dalam Konten Media Sosial," JURNAL SYIAR-SYIAR 5, no. 1 (18 Mei 2025): 43–56, <https://doi.org/10.36490/siyar.v5i1.1732>.

memperluas jangkauan pesan dakwah, tetapi juga mendorong lahirnya figur-firug baru yang memperoleh otoritas keagamaan melalui popularitas digital. Namun di tengah derasnya arus informasi keagamaan yang tersebar melalui platform digital, terdapat kekhawatiran yang semakin menguat terhadap penyebaran konten keislaman yang tidak tervalifikasi, khususnya yang bersumber dari hadis.² Fenomena ini memunculkan tantangan baru bagi otoritas keilmuan Islam, mengingat hadis merupakan salah satu sumber utama ajaran Islam yang menuntut verifikasi ketat dan metodologi ilmiah dalam penyampaiannya.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa banyak konten keagamaan yang dibagikan oleh pengguna media sosial mengandung hadis dhaif bahkan maudhu (palsu), yang tidak disertai dengan proses klarifikasi ilmiah.³ Kondisi ini diperparah oleh sifat media digital yang serba cepat, instan, dan berbasis shareability sehingga konten keagamaan seringkali dikonsumsi tanpa penelusuran sumber yang kredibel. Hal ini menjadi semakin problematik ketika audiens menerima dan menyebarkannya tanpa kecakapan literasi digital keagamaan yang memadai, sehingga informasi yang keliru justru berpotensi membentuk pemahaman keislaman yang mengarah pada penyimpangan praktik keberagamaan.⁴ Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana sebenarnya pemahaman audiens media sosial terhadap urgensi verifikasi hadis sebagai bagian dari kualitas keberagamaan di era digital sehingga dapat ditemukan model edukasi literasi hadis yang sesuai dengan karakteristik masyarakat pengguna media sosial masa kini.

Idealnya dakwah digital mampu menjadi medium transformasi pengetahuan agama yang valid, inklusif, dan bertanggung jawab secara keilmuan. Dalam konteks ini, verifikasi terhadap sumber ajaran Islam, khususnya hadis, menjadi prasyarat penting dalam menjaga otentisitas dan integritas dakwah.⁵ Penelitian terbaru menunjukkan bahwa literasi keislaman digital memiliki korelasi kuat dengan kemampuan pengguna dalam memilah informasi keagamaan yang sahih.⁶ Namun idealitas tersebut seringkali berbenturan dengan kenyataan algoritma media sosial yang lebih mendorong viralitas ketimbang validitas,

² Abu Bakar, Zulfirman Manik, dan Muhammad Ismailsyah Sembiring, “Transformasi Dakwah Ekonomi Islam : Hadis-Hadis Ekonomi dalam Konten Instagram,” *MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2025): 78–92.

³ Siddik Firmansyah dan Marisa Rizki, “Hadis dan Media Sosial sebagai Alat Da’wah di Instagram: Study Ilmu Hadis,” *Istinarah: Riset Keagamaan, Sosial dan Budaya* 5, no. 2 (27 Oktober 2023): 86, <https://doi.org/10.31958/istinarah.v5i2.8279>.

⁴ Zulfirman Manik et al., “Fragmentasi Makna Hadis Dalam Konten Dakwah Media Sosial: Studi Kritis Terhadap Pesan Keislaman Di Tiktok,” *JURNAL SYIAR-SYIAR* 5, no. 1 (1 Juni 2025): 104–21, <https://doi.org/10.36490/syiar.v5i1.1778>.

⁵ Abu Bakar dan Zulfirman Manik, “Hadith Content About Women on Instagram: Analysis of Religious Account Strategies to Attract Followers,” *Al-Fikru: Jurnal Ilmiah* 18, no. 2 (30 Desember 2024): 173–91, <https://doi.org/10.51672/alfikru.v18i2.441>.

⁶ Erna Sari Agusta, “Pemanfaatan Literasi Digital Keagamaan Dalam Menumbuhkan Sikap Moderasi Beragama Siswa,” *Jurnal Lingkar Mutu Pendidikan* 21, no. 1 (28 Juni 2024): 1–9, <https://doi.org/10.54124/jlmp.v21i1.125>.

sehingga konten-konten keagamaan yang tidak kredibel justru lebih cepat menyebar.⁷ Ketimpangan antara idealitas dan realitas inilah yang menandai urgensi untuk membangun kesadaran kritis dalam mengonsumsi dakwah digital yang bersumber dari hadis.

Penelitian sebelumnya telah banyak membahas dinamika dakwah digital dari berbagai sudut pandang, mulai dari strategi penyampaian pesan, konstruksi otoritas dai virtual, hingga resepsi masyarakat terhadap konten keagamaan di media sosial. Rohmatullah et al., (2023) menyoroti bagaimana otoritas keilmuan pendakwah di ruang digital memengaruhi kredibilitas pesan agama yang disampaikan.⁸ Kajian Zahri et al., (2021) menunjukkan bahwa kepercayaan audiens terhadap figur dai seringkali menjadi faktor utama dalam penerimaan konten keagamaan, bukan pada validitas materi keagamaannya.⁹ Sementara itu, penelitian Raidatul, (2024) menekankan bahwa popularitas digital dapat membentuk legitimasi baru dalam praktik dakwah.¹⁰ Temuan Nikmatullah, (2024) juga memperlihatkan bahwa narasi keagamaan yang viral lebih mudah diterima tanpa proses kritis.¹¹ Demikian pula Izzatul & Zakka, (2024) menyatakan bahwa otoritas virtual seringkali menggantikan otoritas epistemologis dalam penerimaan hadis di media sosial.¹²

Akan tetapi belum banyak kajian yang secara spesifik menyoroti aspek epistemologis penerimaan hadis oleh audiens digital, khususnya yang berkaitan dengan kesadaran dan praktik verifikasi hadis yang mereka lakukan. Penelitian ini menempatkan diri pada celah kajian yang masih terbuka, yakni pemahaman audiens terhadap otentisitas hadis dalam konteks dakwah digital. Kajian yang secara spesifik meneliti aspek epistemologis penerimaan hadis oleh audiens digital masih sangat terbatas, terutama menyangkut bagaimana kesadaran, pola, dan praktik verifikasi hadis dilakukan oleh pengguna media sosial. Oleh karena itu, penelitian ini menempatkan diri pada celah kajian yang belum banyak disentuh,

⁷ Abu Bakar et al., “Pemaknaan Hadis-Hadis Tentang Zuhud Di Media Sosial : Studi Kasus Akun Instagram Aa Gym,” *Substantia: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 26, no. April (2023): 59–74, <https://doi.org/10.22373/substantia.v26i1.23009>.

⁸ Dawam Multazamy Rohmatulloh, Mochammad Irfan Achfandhy, dan Astuti Patmaningsih, “The Encounter Of Da’wah Digitalization With Urban Muslim Culture,” *Akademika : Jurnal Pemikiran Islam* 28, no. 1 (25 Oktober 2023): 101, <https://doi.org/10.32332/akademika.v28i1.7751>.

⁹ Tsulis Amiruddin Zahri, Putri Handayani Lubis, dan Syaifuddin Ahrom, “Islamic Youth Relations And Social Media In Building Social Solidarity,” *International Journal of Southeast Asia* 2, no. 1 (9 Maret 2021), <https://doi.org/10.47783/journijsa.v2i1.200>.

¹⁰ Raidatul Umanah, “The Digital Era of Hadith: Challenges of Authenticity and Opportunities for Innovation,” *Al-Iftah: Journal of Islamic studies and society* 5, no. 2 (31 Desember 2024): 136–48, <https://doi.org/10.35905/aliftah.v5i2.12647>.

¹¹ Nikmatullah Nikmatullah, “Online Hadith in Cyber Media: Benefit, Challenging, and Solution,” *Diroyah : Jurnal Studi Ilmu Hadis* 8, no. 2 (20 Juni 2024): 251–68, <https://doi.org/10.15575/diroyah.v8i2.33796>.

¹² Silvi Nur Izzatul Aulia dan Fathoniz Zakka, “The Role of Hadith in Shaping Social Media Use Ethics Among Generation Z,” *Al-Bukhari : Jurnal Ilmu Hadis* 7, no. 2 (27 Desember 2024): 159–73, <https://doi.org/10.32505/al-bukhari.v7i2.9554>.

dengan fokus pada pemahaman audiens terhadap otentisitas hadis dalam konteks dakwah digital sebagai basis penting dalam meningkatkan literasi keberagamaan di era media baru.

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada fokus analisis terhadap konstruksi pemahaman audiens dalam menerima dan memverifikasi hadis di media sosial, bukan hanya pada konten dakwah atau metode penyampaiannya. Penelitian ini berusaha menunjukkan bagaimana proses resensi terhadap hadis di ruang digital dibentuk oleh kombinasi antara faktor personal (literasi keislaman), sosial (kepercayaan pada dai digital), dan teknologi (algoritma media sosial). Penelitian ini menawarkan perspektif baru dalam memahami dinamika dakwah digital yang selama ini lebih banyak dikaji dari sisi produsen konten. Pendekatan ini diharapkan dapat memperkaya khazanah literatur dakwah dan studi hadis dalam konteks media baru, sekaligus mendorong peningkatan literasi keagamaan yang berbasis pada pemahaman kritis terhadap sumber ajaran.

Untuk membedah realitas tersebut, penelitian ini menggunakan teori penerimaan informasi (information reception theory) yang berpijak pada konsep bahwa audiens bukan penerima pasif melainkan pelaku aktif dalam menafsirkan pesan. Teori ini diperkaya dengan pendekatan literasi digital keagamaan (religious digital literacy) yang menekankan pada kemampuan individu dalam memahami, menilai, dan menyaring informasi keagamaan di ruang digital secara kritis. Dua konsep utama yang menjadi instrumen analisis dalam penelitian ini adalah *critical reception* dan *source evaluation*, yang digunakan untuk mengkaji cara audiens mengidentifikasi keabsahan hadis yang mereka terima melalui media sosial. Teori ini mampu memberikan kerangka analitis yang memadai untuk mengkaji dinamika pemahaman dan sikap audiens terhadap konten dakwah berbasis hadis.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma interpretif, yang berfokus pada pemaknaan subjektif audiens terhadap pesan keagamaan digital, khususnya hadis yang disebarluaskan melalui media sosial. Objek penelitian ini adalah individu atau kelompok yang secara aktif mengonsumsi konten dakwah Islam di media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok. Penentuan informan dilakukan secara purposif dengan kriteria: (1) pengguna aktif media sosial dalam mengakses konten dakwah Islam, (2) pernah menerima atau menyebarkan konten berbasis hadis, dan (3) bersedia diwawancara secara mendalam. Peneliti melakukan pemetaan awal terhadap akun-akun dakwah populer dan komunitas digital Islam, untuk mengidentifikasi ekosistem penerimaan hadis di ruang digital. Fokus penelitian diarahkan pada pemahaman, sikap, dan praktik informan dalam memverifikasi hadis yang mereka terima.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah panduan wawancara semi-terstruktur dan skema observasi digital terhadap interaksi pengguna dengan konten dakwah berbasis hadis. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam secara daring dan observasi partisipatif terhadap diskusi, komentar, dan respons audiens di platform media sosial. Peneliti juga mengumpulkan dokumentasi digital

(screenshot, tautan konten) sebagai bahan triangulasi. Data dianalisis menggunakan metode analisis tematik dengan langkah: transkripsi wawancara, identifikasi pola-pola makna, kategorisasi data berdasarkan tema yang berkaitan dengan literasi digital keagamaan, serta interpretasi menggunakan teori penerimaan informasi dan literasi keislaman digital. Validitas data diperkuat melalui teknik member-checking dan diskusi dengan pakar kajian Islam digital untuk menjaga konsistensi interpretasi.

Pembahasan

Konstruksi Pemahaman Audiens terhadap Hadis di Media Sosial

Substansi dakwah Islam berbasis hadis di media sosial kini mengalami pergeseran signifikan dalam cara pemaknaannya oleh audiens digital. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pemahaman terhadap hadis tidak lagi dibentuk secara eksklusif melalui jalur pendidikan formal, kajian kitab klasik, atau majelis taklim konvensional, melainkan melalui interaksi spontan dengan konten-konten singkat yang tersebar di platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube.¹³ Audiens cenderung menilai validitas sebuah hadis bukan berdasarkan kriteria sanad atau matan, tetapi dari seberapa relevan, menyentuh, atau menginspirasi isi pesan yang dikemas secara visual. Pengaruh estetika digital dan narasi persuasif lebih menentukan penerimaan hadis dibandingkan argumen ilmiah yang seharusnya menjadi dasar penilaian keabsahannya. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman emosional lebih mendominasi proses penerimaan hadis daripada pertimbangan epistemologis.¹⁴

Sebagian besar informan dalam penelitian ini mengaku tidak memiliki kemampuan untuk membedakan hadis sahih, dhaif, atau maudhu. Dalam praktiknya, mereka lebih mengandalkan reputasi dai digital atau popularitas akun sebagai dasar kepercayaan, bukan pada proses validasi ilmiah. Sosok dai yang dikenal luas, memiliki penampilan menarik, serta menguasai gaya komunikasi persuasif dianggap cukup untuk menjamin kebenaran isi pesan keagamaan yang disampaikan.¹⁵ Otoritas ilmiah telah bergeser ke otoritas digital yang dibentuk oleh persepsi popularitas dan kredibilitas media sosial. Fenomena ini memperlihatkan bahwa legitimasi pengetahuan agama di ruang digital tidak lagi bertumpu pada kompetensi keilmuan, melainkan pada daya tarik personal dan pengaruh simbolik yang dimiliki pendakwah di dunia maya. Temuan ini

¹³ Tazkia Anugraheni Perdana dan Alfika Inayatul Masruroh, “Pergeseran Fungsi Hadis Di Media Sosial,” *Holistic al-Hadis* 9, no. 2 (21 Desember 2023): 100–119, <https://doi.org/10.32678/holistic.v9i2.9447>.

¹⁴ Risyah Fadilah, “Resepsi Hadis di Media Sosial,” *Al-Manar: Jurnal Kajian Alquran dan Hadis* 8, no. 1 (28 Juni 2022): 27–42, <https://doi.org/10.35719/amn.v8i1.21>.

¹⁵ Rizal Effendi Putra, Muhammad Irham, dan Siti Mufida, “Popularitas Ulama Melalui Media Baru,” *CERDAS - Jurnal Pendidikan* 3, no. 1 (25 Juli 2024): 25–30, <https://doi.org/10.58794/cerdas.v3i1.875>.

mengonfirmasi kerangka teori *information reception*, bahwa audiens bersifat aktif tetapi selektif dalam menerima dan menafsirkan informasi keagamaan.

Salah satu pola dominan yang muncul dalam pemahaman audiens adalah kecenderungan untuk menerima hadis yang sesuai dengan nilai-nilai moral umum atau pengalaman personal mereka¹⁶. Sebagai contoh, hadis-hadis yang menekankan kesabaran, keikhlasan, atau keutamaan berbagi, diterima secara luas tanpa pertanyaan tentang keabsahannya. Konten hadis seperti ini dianggap “benar” bukan karena validitas ilmiahnya, tetapi karena kesesuaian dengan kebutuhan emosional dan etika yang ingin dikukuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Sebaliknya hadis-hadis yang menyinggung isu yang dianggap kontroversial, sensitif, atau tidak akrab dalam pengalaman keseharian audiens, misalnya terkait hukuman, larangan tertentu, atau konsep teologis yang dianggap kompleks, lebih sering memperoleh keraguan, bahkan penolakan.¹⁷ Ini mengindikasikan bahwa pemahaman terhadap hadis tidak sepenuhnya didasarkan pada argumentasi keilmuan, tetapi lebih pada *resonansi nilai* yang dirasakan secara subjektif oleh individu.

Meskipun sebagian kecil audiens menunjukkan kesadaran akan pentingnya verifikasi hadis, proses yang mereka lakukan umumnya bersifat spontan dan tidak sistematis. Sebagian dari mereka memanfaatkan mesin pencari atau aplikasi pencarian hadis populer untuk mengecek kebenarannya, tetapi verifikasi tersebut sering kali hanya bersifat permukaan, tanpa dibarengi pemahaman terhadap latar belakang ilmu hadis, metodologi penilaian sanad dan matan, ataupun perbedaan kategori kualitas hadis. Kesadaran untuk memverifikasi pun lebih sering muncul bukan sebagai praktik ilmiah yang terencana, melainkan dipicu oleh dorongan personal seperti munculnya keraguan terhadap isi konten atau adanya kritik dan perdebatan dari pengguna lain di kolom komentar. Verifikasi hadis di ruang digital masih bersifat reaktif dan berbasis respon situasional, belum menjadi bagian dari kebiasaan beragama yang mapan, terstruktur, dan berorientasi pada pengetahuan.

Konstruksi pemahaman audiens terhadap hadis di media sosial sangat dipengaruhi oleh karakteristik ruang digital yang menekankan kecepatan informasi, estetika visual, dan tingginya aspek engagement. Dalam konteks ini, hadis yang dipublikasikan tidak sekadar dipahami sebagai teks keagamaan, tetapi juga sebagai komoditas konten yang harus menarik, mudah dibagikan, dan mampu memicu respons emosional audiens. Akibatnya pemaknaan terhadap hadis lebih bersifat impresif, praktis, dan situasional, bukan berbasis pada kaidah ilmiah yang sistematis sebagaimana dituntut dalam disiplin ilmu hadis. Temuan ini menunjukkan adanya jarak antara idealitas literasi keislaman dalam konsep

¹⁶ Dita Verolyna dan Intan Kurnia Syaputri, “Cyber Dakwah: Plus Minus Penyiaran Islam Pada Era Disruptif,” *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 6, no. 1 (24 Juni 2021): 23, <https://doi.org/10.29240/jdk.v6i1.2955>.

¹⁷ Istianah Istianah, “Era Disrupsi Dan Pengaruhnya Terhadap Perkembangan Hadis Di Media Sosial,” *Riwayah: Jurnal Studi Hadis* 6, no. 1 (27 Mei 2020): 89, <https://doi.org/10.21043/riwayah.v6i1.6861>.

epistemologi Islam dan praktik penerimaan dakwah digital yang lebih berorientasi pada popularitas konten.¹⁸ Oleh karena itu, diperlukan pendekatan edukatif yang menyasar peningkatan kesadaran dan kompetensi literasi hadis sebagai bagian integral dari strategi dakwah di media sosial.

Praktik Verifikasi: Dari Niat hingga Aksi

Meskipun kesadaran akan pentingnya memverifikasi hadis di media sosial mulai tumbuh di kalangan audiens digital, praktik verifikasi masih belum dapat dikatakan sebagai budaya dominan. Temuan menunjukkan bahwa proses pengecekan terhadap keabsahan hadis umumnya hanya dilakukan ketika muncul keraguan yang kuat atau setelah menerima sanggahan dari pengguna lain di kolom komentar. Verifikasi tidak dilakukan sebagai respons awal terhadap konten yang diterima, melainkan sebagai mekanisme pertahanan ketika kredibilitas pesan mulai dipertanyakan. Praktik verifikasi hadis di ruang digital lebih bersifat reaktif daripada proaktif, sehingga belum mencerminkan kesadaran epistemologis yang mapan dalam mengkaji sumber ajaran Islam.¹⁹ Fenomena ini mengindikasikan bahwa literasi hadis masih sebatas respons situasional dan belum berkembang menjadi habitus intelektual yang terintegrasi dalam perilaku keberagamaan masyarakat digital.

Verifikasi hadis dalam konteks digital lebih sering dilakukan secara instan dan pragmatis. Informan yang menyatakan pernah melakukan verifikasi umumnya hanya mengandalkan mesin pencari seperti Google atau aplikasi populer seperti Ensiklopedi Hadis untuk memperoleh kepastian keabsahan suatu teks.²⁰ Namun keterbatasan pemahaman terhadap terminologi teknis dalam ilmu hadis, seperti sanad dan matan, menyebabkan proses verifikasi tersebut berhenti pada penerimaan label “sahih” atau “dhaif” yang muncul dari hasil pencarian, tanpa upaya memahami alasan ilmiah yang melatarbelakanginya. Proses verifikasi tidak menghasilkan pemahaman yang komprehensif, melainkan sekadar konsumsi informasi yang bersifat konfirmasi. Praktik ini mencerminkan rendahnya literasi keilmuan yang menjadi dasar epistemik dari proses verifikasi hadis, sehingga menempatkan audiens pada posisi pasif dalam memahami sumber ajaran Islam, meskipun secara praktis tampak aktif mencari kebenaran melalui media digital.

Dalam wawancara, ditemukan bahwa sebagian audiens memosisikan verifikasi bukan sebagai kewajiban, melainkan sekadar pilihan. Pandangan ini muncul karena mereka menganggap dakwah di media sosial bersifat informal dan

¹⁸ Asriyanti Rosmalina, “Dakwah Literasi Digital Terhadap Perilaku Generasi Milenial Dalam Bermedia Sosial,” *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 13, no. 1 (23 Juli 2022): 64, <https://doi.org/10.24235/orasi.v13i1.10443>.

¹⁹ Muannas Muannas, “Proses Gatekeeping Terkait Redistribusi Konten Media Sosial: Perspektif Generasi Z,” *Jurnal Jurnalisa* 4, no. 2 (30 Desember 2018), <https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v4i2.6898>.

²⁰ Nurul Anggraeni Shinta; Nurwahidin; Ilahi dan Mohammad Izdiyan, “The Concept of Hadith, Meaning, and Position of Hadith, Implementation and Comparison in Hadith Learning Application: Hadith Encyclopedia and Hadith Collection,” *Jurnal of Middle East and Islamic Studies* 10, no. 1 (25 Juni 2023), <https://doi.org/10.7454/meis.v10i1.160>.

tidak “seberat” kajian keagamaan di pesantren, majelis taklim, atau forum ilmiah lainnya. Tanggung jawab terhadap keabsahan konten lebih banyak dibebankan kepada pendakwah digital sebagai produsen informasi, sementara audiens merasa tidak berkewajiban untuk melakukan pengecekan secara mandiri. Persepsi ini menunjukkan adanya kesenjangan peran antara produsen dan konsumen informasi dalam dakwah digital, dai digital menjadi penentu narasi keagamaan dan pembentuk otoritas baru, sedangkan audiens cenderung bersikap pasif dalam menyikapi keotentikan pesan yang diterima. Kondisi ini berimplikasi pada reproduksi pengetahuan keagamaan yang rentan terhadap kesalahan, karena validitas ajaran lebih ditentukan oleh pihak yang menyampaikan, bukan oleh pemahaman kritis dari pihak yang menerima.²¹

Namun terdapat juga informan yang memiliki kesadaran kritis terhadap pentingnya verifikasi dan menjadikannya sebagai bagian dari etika beragama di dunia digital. Kelompok ini umumnya memiliki latar belakang pendidikan keislaman yang lebih baik atau aktif dalam komunitas yang menekankan pentingnya keilmuan dalam menerima ajaran agama, sehingga terbiasa untuk menguji keotentikan hadis sebelum mengutip atau menyebarkannya. Bagi mereka, verifikasi dipandang sebagai bentuk tanggung jawab moral sekaligus kontribusi terhadap pemurnian informasi keagamaan di ruang publik, terutama di tengah maraknya penyebaran konten yang tidak teruji kebenarannya. Mereka juga menganggap praktik ini sebagai upaya menjaga integritas ajaran Islam agar tidak terdistorsi oleh popularitas konten semata.²² Akan tetapi kelompok ini merupakan minoritas dalam keseluruhan populasi pengguna media sosial yang mengonsumsi konten dakwah. Ini menunjukkan bahwa habitat verifikasi belum terbangun secara luas sebagai bagian dari interaksi digital umat muslim.²³

Temuan ini menegaskan bahwa meskipun teori penerimaan informasi memposisikan audiens sebagai pihak yang aktif dalam menafsirkan pesan, dalam praktiknya aktivitas tersebut sangat dipengaruhi oleh faktor motivasional dan struktural. Minat untuk memahami kebenaran suatu hadis tidak otomatis menghadirkan proses verifikasi, karena tanpa dukungan budaya digital yang mendorong keterlibatan kritis, serta infrastruktur keilmuan yang mudah diakses dan dipahami, audiens cenderung memilih jalan pintas atau bahkan mengabaikan verifikasi sama sekali. Ketergantungan pada otoritas populer, keterbatasan literasi ilmu hadis, dan absennya mekanisme edukatif dalam platform media sosial turut memperkuat sikap pasif tersebut. Oleh karena itu, dibutuhkan intervensi kolaboratif dari para dai digital, platform media sosial, dan lembaga keagamaan

²¹ Muhammad Mahsyia Nawaffani, “Dakwah Digital Dan Dakwah Mimbar : Analisis Peran Dan Dampak Dalam Era Digitalisasi,” *Sanaamul Quran : Jurnal Warisan Keislaman* 4, no. 2 (30 Oktober 2023): 143–61, <https://doi.org/10.62096/tsaqofah.v4i2.57>.

²² Ibnu Kasir dan Syahrul Awali, “Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern,” *Jurnal An-nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta* 11, no. 1 (30 Juni 2024): 59–68, <https://doi.org/10.54621/jn.v11i1.842>.

²³ Andy Riski Pratama et al., “Dakwah Digital Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam di Era Digital,” *Tabayyun* 5, no. 1 (30 September 2024), <https://doi.org/10.61519/tby.v5i1.68>.

untuk membangun ekosistem dakwah yang tidak hanya menyebarluaskan konten, tetapi juga menanamkan kebiasaan verifikasi sebagai bagian integral dari literasi keislaman digital.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Verifikasi Hadis

Faktor yang paling menonjol dalam mempengaruhi praktik verifikasi hadis di media sosial adalah tingkat kepercayaan audiens terhadap sumber konten dakwah. Dalam konteks digital, kepercayaan tidak semata-mata dibentuk oleh otoritas keilmuan, melainkan oleh persepsi terhadap personal branding dai atau akun yang menyampaikan pesan.²⁴ Informan mengungkapkan bahwa mereka cenderung tidak merasa perlu memverifikasi konten jika berasal dari figur publik yang dianggap kredibel secara sosial, meskipun tidak memiliki latar belakang pendidikan hadis. Ini menunjukkan bahwa otoritas epistemik telah digantikan oleh otoritas visual dan popularitas, di mana estetika dan narasi emosional menjadi penentu utama kepercayaan.²⁵

Selain itu, latar belakang pendidikan keagamaan dan pengalaman organisasi juga menjadi penentu penting dalam membentuk sikap terhadap verifikasi. Audiens dengan pendidikan formal berbasis Islam atau yang aktif dalam organisasi keagamaan seperti pesantren, kampus dakwah, atau komunitas kajian, menunjukkan kecenderungan yang lebih tinggi untuk mempertanyakan keabsahan hadis sebelum mempercayai dan menyebarlakannya.²⁶ Sebaliknya audiens dengan latar belakang pendidikan umum tanpa pemahaman dasar ilmu hadis umumnya hanya berpatokan pada kemasan konten dan jumlah pengikut. Ini memperkuat argumen bahwa literasi digital keislaman bukan hanya persoalan teknis, tetapi juga terkait erat dengan struktur pendidikan dan pembiasaan epistemologis.²⁷

Paparan terhadap konten dakwah yang bersifat repetitif dan algoritmik juga memainkan peran penting. Audiens yang secara konsisten terpapar konten dari satu jenis akun atau gaya penyampaian tertentu cenderung mengalami efek bias konfirmasi, di mana mereka lebih mudah menerima konten yang sejalan dengan keyakinan yang sudah mereka miliki. Hal ini diperkuat oleh algoritma media sosial yang terus menyajikan konten serupa berdasarkan interaksi sebelumnya. Akibatnya, verifikasi menjadi tidak relevan dalam ekosistem yang meneguhkan keyakinan pribadi secara terus-menerus. Dalam konteks ini,

²⁴ Atin Nurul Hidayah dan Ageng Widodo, “Resepsi Audiens Pada Personal Branding Habib Husein Ja’far di YouTube Channel ‘Jeda Nulis,’” *Kalijaga Journal of Communication* 3, no. 2 (28 Desember 2021): 153–67, <https://doi.org/10.14421/kjc.32.05.2021>.

²⁵ Muhammad Ronaydi, “Personal Branding Dai Muda di Media Sosial: Pendekatan Konsep Unsur-Unsur Dakwah,” *Idarotuna* 5, no. 2 (26 Oktober 2023): 96, <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v5i2.25535>.

²⁶ Muhammad Ghafari, “Strategi Efektif Dalam Mencegah Penyebaran Hadis Palsu di Media Sosial,” *The International Journal of Pegan : Islam Nusantara civilization* 9, no. 01 (3 Juni 2023): 103–22, <https://doi.org/10.51925/inc.v9i01.83>.

²⁷ Junaidi, “Memahami Psikologi Audiens Dalam Dakwah,” *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan* 11, no. 1 (29 Juni 2020): 12–19, <https://doi.org/10.32505/hikmah.v11i1.1827>.

algoritma bertindak sebagai pembentuk preferensi, bukan sebagai fasilitator objektivitas.²⁸

Faktor emosional dan psikologis juga tidak dapat diabaikan dalam memahami pola penerimaan hadis di media sosial. Beberapa informan mengaku enggan memverifikasi konten dakwah karena khawatir hal tersebut akan “merusak” suasana spiritual atau semangat religius yang sedang mereka rasakan ketika menerima pesan tersebut. Hadis yang memberi motivasi atau harapan lebih mudah diterima tanpa perlu diselidiki, karena fungsi psikologisnya dianggap lebih penting dari pada status keilmiahannya. Ini menunjukkan bahwa dalam realitas digital, fungsi pragmatis dari hadis sering kali mengalahkan urgensi validitas. Hadis bertransformasi dari sumber hukum menjadi sumber inspirasi yang lebih bersifat personal dan emosional.²⁹ Transformasi tersebut menunjukkan adanya pergeseran orientasi keberagamaan di media sosial, dari pendekatan epistemologis menuju pendekatan psikologis yang lebih berorientasi pada pengalaman pribadi.

Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa praktik verifikasi hadis sangat ditentukan oleh gabungan faktor sosial, struktural, dan psikologis. Meskipun teori literasi digital menekankan pentingnya kompetensi kognitif dan teknikal dalam memproses informasi, kenyataan di lapangan memperlihatkan bahwa verifikasi adalah tindakan kompleks yang juga melibatkan dimensi afektif dan relasional. Keputusan untuk memeriksa keabsahan suatu hadis tidak hanya bergantung pada kemampuan pengguna memahami ilmu hadis, tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi terhadap otoritas dai digital, kenyamanan emosional, kebiasaan interaksi dalam komunitas virtual, serta logika algoritmik yang menentukan eksposur konten. Oleh karena itu, strategi penguatan budaya verifikasi tidak cukup hanya melalui edukasi keilmuan, tetapi juga harus mencakup pendekatan yang memperhatikan dinamika sosial digital, emosi pengguna, dan ekosistem algoritmik tempat dakwah berlangsung.

Konflik antara Viralitas dan Validitas

Di era digital, viralitas konten dakwah berbasis hadis sering kali menjadi ukuran utama keberhasilan penyebaran pesan agama di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten yang cepat menyebar atau viral tidak selalu memiliki validitas ilmiah yang kuat. Sebaliknya banyak hadis yang beredar luas justru memiliki tingkat keautentikan yang rendah atau bahkan palsu. Fenomena ini memperlihatkan bahwa proses digitalisasi hadis lebih mengedepankan daya tarik emosional, gaya penyampaian yang persuasif, serta estetika visual yang mampu memancing perhatian audiens ketimbang ketepatan sanad dan matan. Sehingga terjadi konflik antara viralitas dan validitas dalam praktik dakwah online,

²⁸ Melati Budi Srikandi, Putu Suparna, dan Putri Ekaresty Haes, “Audiens Sebagai Gatekeeper Pada Media Sosial,” *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis* 7, no. 2 (31 Desember 2023): 179, <https://doi.org/10.24853/pk.7.2.179-192>.

²⁹ Nurul Hidayatul Ummah, “Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital,” *Jurnal Manajemen Dakwah* 11, no. 1 (27 Juni 2023), <https://doi.org/10.15408/jmd.v11i1.32914>.

di mana nilai keilmuan sering tersisih oleh logika algoritma dan budaya konsumsi cepat karakteristik media sosial.³⁰ Kondisi ini menegaskan perlunya kesadaran kritis dan strategi dakwah yang tidak hanya mengejar popularitas, tetapi juga menempatkan otoritas keilmuan sebagai pilar utama dalam penyebaran hadis di ruang digital.

Fenomena ini diperparah oleh mekanisme algoritma media sosial yang menonjolkan konten dengan engagement tinggi, seperti *likes*, komentar, dan *shares*, tanpa mempertimbangkan kualitas atau kebenaran informasi yang dikandungnya. Audiens tidak disuguh konten berdasarkan nilai keilmuan, tetapi berdasarkan potensi viralitas yang didorong oleh sensasionalisme, gaya naratif yang memikat, atau kemasan visual yang menarik. Pesan dakwah yang seharusnya menyebarkan pemahaman yang sah justru berpotensi menjadi saluran misinformasi agama. Bahkan konten yang tidak memiliki rujukan yang jelas atau berasal dari hadis lemah dan palsu sering kali tampil sebagai otoritatif hanya karena banyak mendapatkan respons publik.³¹ Temuan ini mengindikasikan bahwa algoritma media sosial telah berfungsi sebagai *gatekeeper* baru dalam penyebaran hadis, namun bekerja dengan logika yang tidak selaras dengan prinsip verifikasi ilmiah dalam tradisi ilmu hadis, sehingga melahirkan tantangan epistemologis bagi dakwah digital kontemporer.

Respon audiens terhadap konten viral yang diragukan keabsahannya juga menunjukkan dinamika yang kompleks. Sebagian pengguna bersikap kritis dengan menolak dan mengoreksi konten yang tidak sesuai dengan pengetahuan mereka, namun tidak sedikit pula yang justru menerima, membenarkan, bahkan turut menyebarkannya karena lebih memprioritaskan nilai moral, motivasi, atau muatan emosional yang terkandung di dalamnya. Validitas hadis bukan lagi menjadi pertimbangan utama, melainkan bergeser menjadi aspek sekunder yang kalah oleh fungsi persuasif dan inspiratif dari pesan dakwah tersebut. Sikap ini menegaskan adanya dualitas pemaknaan di ruang digital, di mana hadis dipersepsi tidak hanya sebagai sumber otoritas keagamaan, tetapi juga sebagai produk konten yang harus mampu mempengaruhi perasaan dan pengalaman spiritual pengguna.³² Situasi ini menimbulkan tantangan besar bagi penyebar dakwah yang ingin mempertahankan integritas keilmuan sekaligus menjaga *engagement* audiens.

Viralitas yang tidak disertai validitas juga menimbulkan konsekuensi sosial berupa potensi konflik antar komunitas muslim digital. Hadis yang tersebar tanpa verifikasi dapat memicu kontroversi, saling tuduh, atau polarisasi pemahaman

³⁰ Maulana Wahyu Saefudin, Agus Suyadi Raharusun, dan Muhamad Dede Rodliyana, “Konten Hadis di Media Sosial: Studi Content Analysis dalam Jejaring Sosial pada Akun Lughoty.com, @RisalahMuslimID, dan @thesunnah_path,” *Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin* 2, no. 1 (22 Januari 2022): 19–49, <https://doi.org/10.15575/jpiu.13580>.

³¹ Mohammad Fatih et al., “Analisis Teori Kebenaran Pengetahuan Dan Dampak Algoritma Terhadap Penyebaran Hoaks Di Media Sosial,” *JTIK (Jurnal Teknik Informatika Kaputama)* 8, no. 2 (1 Juli 2024): 177–86, <https://doi.org/10.59697/jtik.v8i2.829>.

³² Aris Risdiana dan Reza Bakhtiar Ramadhan, “Dakwah Virtual sebagai Banalitas Keberagamaan di Era Disrupsi,” *FIKRAH* 7, no. 1 (24 Juni 2019): 133, <https://doi.org/10.21043/fikrah.v7i1.4800>.

yang mengganggu kerukunan internal, terutama ketika konten tersebut berkaitan dengan isu akidah, amalan ibadah, atau penilaian terhadap kelompok tertentu. Realitas ini menunjukkan bahwa dakwah digital bukan hanya berhubungan dengan penyebaran pesan keagamaan, tetapi juga menyangkut pengelolaan dampak sosial dari informasi yang beredar di ruang publik virtual. Ketika konten hadis tidak terkontrol, ruang digital dapat berubah menjadi arena perdebatan yang tidak produktif, bahkan menjadi ajang penyebaran stigma keagamaan.³³ Oleh karena itu, penguatan verifikasi hadis dalam dakwah digital menjadi sangat penting untuk meminimalkan risiko disinformasi yang dapat merusak keharmonisan sosial dan akidah umat.

Konflik antara viralitas dan validitas merupakan tantangan utama dalam praktik dakwah digital. Idealnya dakwah berbasis hadis harus mampu menyelaraskan antara daya tarik konten dengan keilmuan yang sahih sehingga pesan agama tidak sekadar menarik secara visual, tetapi juga dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Temuan ini menuntut peran aktif dai digital, platform media sosial, dan lembaga keagamaan untuk mengembangkan mekanisme verifikasi yang tidak hanya efektif secara teknis, tetapi juga adaptif terhadap karakter audiens yang membutuhkan pendekatan komunikatif dan interaktif. Upaya ini dapat berupa edukasi publik, fitur verifikasi otomatis, atau kolaborasi dengan pakar hadis sebagai bagian dari kurasi konten keagamaan. Tanpa langkah strategis ini, dakwah digital berpotensi kehilangan kredibilitas, mengikis otoritas keilmuan, dan gagal menjalankan fungsi edukatifnya dalam jangka panjang.

Strategi Penguatan Literasi Hadis dalam Dakwah Digital

Penguatan literasi hadis dalam konteks dakwah digital menjadi langkah krusial untuk menjawab tantangan verifikasi dan validitas pesan agama yang tersebar di media sosial.³⁴ Hasil penelitian menunjukkan bahwa rendahnya pemahaman audiens terhadap kaidah ilmu hadis menyebabkan mudahnya konten yang tidak valid diterima, dipercayai, dan disebarluaskan tanpa proses kritis. Oleh karena itu, strategi edukasi yang menyasar peningkatan kesadaran, kemampuan analitis, serta keterampilan dalam menilai keabsahan hadis sangat diperlukan. Literasi hadis tidak hanya sebatas mengenal istilah teknis seperti sanad, rawi, dan matan, tetapi juga mengembangkan kepekaan reflektif untuk memahami bagaimana otoritas keilmuan dibangun dalam tradisi Islam serta bagaimana validitas tersebut harus dipertahankan di ruang digital.

Salah satu pendekatan strategis yang potensial adalah mengintegrasikan literasi hadis ke dalam konten dakwah digital itu sendiri. Para dai dan pembuat konten dapat menyisipkan edukasi singkat mengenai prinsip-prinsip validitas

³³ Qomar Abdurrahman dan Dudi Badruzaman, “Tantangan Dan Peluang Dakwah Islam Di Era Digital,” *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 3, no. 2 (15 Desember 2023): 152–62, <https://doi.org/10.32923/kpi.v3i2.3877>.

³⁴ Mohamad Faisal Subakti, “Literasi Digital: Fondasi Dasar Dakwah Dalam Media Sosial,” *Jurnal Dakwah* 23, no. 1 (12 Juli 2022): 1–16, <https://doi.org/10.14421/jd.23.1.22.4>.

hadis, misalnya dengan memberikan penjelasan sederhana tentang mengapa sebuah hadis dikategorikan sahib atau dhaif, beserta implikasi pemakaianya dalam praktik ibadah. Edukasi ringan semacam ini dapat meningkatkan pemahaman audiens tanpa membuat mereka merasa terbebani dengan materi yang terlalu akademis, karena disampaikan melalui format visual, naratif, atau storytelling yang mudah diikuti. Pendekatan tersebut juga mampu memperkuat kepercayaan audiens terhadap akun-akun dakwah yang menyajikan konten transparan, akurat, dan berbasis ilmu, sehingga membangun otoritas keilmuan sekaligus meningkatkan kualitas interaksi keagamaan di ruang digital.³⁵

Penggunaan teknologi juga dapat dioptimalkan untuk memperkuat literasi hadis di ruang digital. Misalnya pengembangan aplikasi mobile dengan fitur verifikasi hadis yang menyajikan penjelasan dalam bahasa yang mudah dipahami, dilengkapi sumber referensi kredibel serta panduan singkat mengenai status dan alasan klasifikasinya, dapat menjadi alat bantu edukatif yang efektif. Media sosial dapat dimanfaatkan untuk mengadakan sesi tanya jawab, kelas daring, atau webinar bersama ahli ilmu hadis yang secara interaktif membahas konten viral, keraguan audiens, dan prinsip keabsahan teks keagamaan.³⁶ Audiens tidak hanya diposisikan sebagai penerima pasif, tetapi dilibatkan secara aktif dalam proses pembelajaran, klarifikasi, dan penguatan kesadaran kritis terhadap informasi keagamaan yang mereka konsumsi di dunia digital.

Kolaborasi antara lembaga keagamaan, universitas, dan platform media sosial menjadi langkah strategis untuk membangun ekosistem dakwah digital yang sehat dan dapat dipertanggungjawabkan. Lembaga keagamaan dapat menyediakan materi edukasi resmi, melakukan sertifikasi konten, serta memfasilitasi pelatihan literasi digital dan ilmu hadis bagi para dai serta influencer keagamaan. Universitas memiliki peran sebagai pengembang basis pengetahuan keilmuan yang dapat menjadi rujukan akademik bagi proses verifikasi konten dakwah. Sementara itu platform media sosial dapat berkontribusi dengan menciptakan regulasi dan algoritma yang mendukung penyebarluasan konten keagamaan terverifikasi, sekaligus membatasi distribusi informasi yang berpotensi menyesatkan.³⁷ Sinergi ini penting untuk menciptakan ekosistem digital yang tidak hanya kaya konten, tetapi juga berkualitas dan terpercaya.

Strategi penguatan literasi hadis harus dilakukan secara holistik dan berkelanjutan, dengan mengintegrasikan aspek edukasi, teknologi, dan regulasi dalam praktik dakwah digital. Literasi hadis yang kuat akan mendorong audiens

³⁵ Ahmad Muflihin, “Integrasi Kearifan Lokal dan Literasi Digital dalam Pendidikan Islam untuk Menghadapi Tantangan Abad 21,” *Al-Fikri: Jurnal Studi dan Penelitian Pendidikan Islam* 7, no. 1 (13 Juni 2024): 56, <https://doi.org/10.30659/jpsi.7.1.56-67>.

³⁶ Fauzi, “Strategi Dakwah Di Era Digital Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam,” *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam* 13, no. 1 (12 Juni 2023): 35–55, <https://doi.org/10.47766/liwauldakwah.v13i1.2433>.

³⁷ Muh. Aswad et al., “Penanaman Pemahaman Literasi Dakwah Di Era Milenial Melalui Digital Pada Mahasiswa Kpi Universitas Muslim Indonesia,” *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS* 2, no. 4 (6 Agustus 2024): 1141–48, <https://doi.org/10.59407/jpki2.v2i4.1049>.

untuk lebih kritis, selektif, dan bertanggung jawab dalam menerima serta menyebarkan pesan keagamaan di media sosial.³⁸ Dakwah digital yang efektif tidak hanya bergantung pada luasnya jangkauan penyebaran pesan, tetapi juga pada kualitas pemahaman yang dibangun di dalamnya. Dakwah digital tidak semata-mata menjadi sarana penyampaian nasihat atau motivasi spiritual, melainkan juga berfungsi sebagai media edukatif yang memperkuat keimanan sekaligus menjaga integritas ilmu agama melalui penyebaran informasi yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa dalam konteks dakwah digital, tantangan verifikasi hadis menjadi isu krusial yang memengaruhi pemahaman audiens di media sosial. Praktik verifikasi masih bersifat sporadis dan reaktif, dipengaruhi oleh faktor kepercayaan terhadap figur dakwah, latar belakang pendidikan keagamaan, dan tekanan algoritma media sosial yang lebih mengutamakan viralitas dibanding validitas. Faktor emosional dan psikologis audiens juga berperan signifikan, di mana kebutuhan spiritual sering kali mengalahkan urgensi melakukan pengecekan ilmiah terhadap hadis yang dikonsumsi. Realitas ini menunjukkan bahwa viralitas konten dakwah sering bertentangan dengan prinsip keilmuan hadis, yang menimbulkan risiko penyebaran misinformasi dan potensi konflik sosial dalam komunitas muslim digital.

Penelitian ini menegaskan urgensi penguatan literasi hadis sebagai strategi utama untuk meningkatkan kualitas dakwah digital. Penguatan tersebut tidak hanya mencakup peningkatan kesadaran kritis audiens, tetapi juga menuntut upaya edukasi yang sederhana, sistematis, dan kontekstual dari para dai digital. Upaya ini perlu diperkuat melalui pemanfaatan teknologi verifikasi berbasis aplikasi yang mudah diakses, serta kolaborasi lintas lembaga keagamaan, perguruan tinggi, dan platform media sosial guna memastikan keabsahan konten yang tersebar. Strategi yang bersifat holistik dan berkelanjutan ini diharapkan mampu membangun budaya verifikasi yang aktif di kalangan pengguna, sehingga dakwah digital tidak hanya berfungsi sebagai media penyampai pesan spiritual, tetapi juga sebagai sarana edukatif yang menjaga integritas dan kredibilitas ilmu agama dalam ruang publik digital.

Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah fokus pada pengembangan model literasi hadis yang lebih praktis, aplikatif, dan mudah diintegrasikan ke dalam aktivitas digital sehari-hari, khususnya bagi pengguna media sosial usia muda yang menjadi kelompok dominan dalam konsumsi dakwah online. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi secara lebih mendalam bagaimana algoritma media sosial membentuk pola konsumsi konten keagamaan, serta merumuskan strategi intervensi yang mampu mendorong penyebaran konten yang sahih, edukatif, dan bermutu. Studi komparatif antar platform juga

³⁸ Tedi Supriyadi et al., “Action Research in Hadith Literacy: A Reflection of Hadith Learning in the Digital Age,” *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research* 19, no. 5 (30 Mei 2020): 99–124, <https://doi.org/10.26803/ijlter.19.5.6>.

layak dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas tentang dinamika verifikasi hadis dalam ekosistem digital yang beragam, sehingga dapat ditemukan pendekatan yang paling efektif sesuai karakteristik masing-masing platform.

Referensi

- Abdurrahman, Qomar, dan Dudi Badruzaman. “Tantangan Dan Peluang Dakwah Islam Di Era Digital.” *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting* 3, no. 2 (15 Desember 2023): 152–62. <https://doi.org/10.32923/kpi.v3i2.3877>.
- Agusta, Erna Sari. “Pemanfaatan Literasi Digital Keagamaan Dalam Menumbuhkan Sikap Moderasi Beragama Siswa.” *Jurnal Lingkar Mutu Pendidikan* 21, no. 1 (28 Juni 2024): 1–9. <https://doi.org/10.54124/jlmp.v21i1.125>.
- Aulia, Silvi Nur Izzatul, dan Fathoniz Zakka. “The Role of Hadith in Shaping Social Media Use Ethics Among Generation Z.” *Al-Bukhari: Jurnal Ilmu Hadis* 7, no. 2 (27 Desember 2024): 159–73. <https://doi.org/10.32505/al-bukhari.v7i2.9554>.
- Bakar, Abu, dan Zulfirman Manik. “Hadith Content About Women on Instagram: Analysis of Religious Account Strategies to Attract Followers.” *Al-Fikru: Jurnal Ilmiah* 18, no. 2 (30 Desember 2024): 173–91. <https://doi.org/10.51672/alfikru.v18i2.441>.
- Bakar, Abu, Zulfirman Manik, Universitas Islam, Sumatera Utara, Universitas Islam, dan Negeri Sumatera. “Pemaknaan Hadis-Hadis Tentang Zuhud Di Media Sosial : Studi Kasus Akun Instagram Aa Gym.” *Substantia: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 26, no. April (2023): 59–74. <https://doi.org/10.22373/substantia.v26i1.23009>.
- Bakar, Abu, Zulfirman Manik, dan Muhammad Ismailsyah Sembiring. “Transformasi Dakwah Ekonomi Islam : Hadis-Hadis Ekonomi dalam Konten Instagram.” *MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2025): 78–92.
- Fatih, Mohammad, Satrio Santoso, Hamka Rasyiid Putra Widodo, Stanislaus Anandito Pratomo, Mahdiyyah Febrinazahra, Davy Putra Ananda, dan Nurjanah Nurjanah. “Analisis Teori Kebenaran Pengetahuan Dan Dampak Algoritma Terhadap Penyebaran Hoaks Di Media Sosial.” *JTIK (Jurnal Teknik Informatika Kaputama)* 8, no. 2 (1 Juli 2024): 177–86. <https://doi.org/10.59697/jtik.v8i2.829>.
- Fauzi. “Strategi Dakwah Di Era Digital Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam.” *Liwaal Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam* 13, no. 1 (12 Juni 2023): 35–55. <https://doi.org/10.47766/liwaaldakwah.v13i1.2433>.
- Firmansyah, Siddik, dan Marisa Rizki. “Hadis dan Media Sosial sebagai Alat

- Da'wah di Instagram: Study Ilmu Hadis.” *Istinarah: Riset Keagamaan, Sosial dan Budaya* 5, no. 2 (27 Oktober 2023): 86. <https://doi.org/10.31958/istinarah.v5i2.8279>.
- Ghfari, Muhammad. “Strategi Efektif Dalam Mencegah Penyebaran Hadis Palsu di Media Sosial.” *The International Journal of Pegan : Islam Nusantara civilization* 9, no. 01 (3 Juni 2023): 103–22. <https://doi.org/10.51925/inc.v9i01.83>.
- Hidayah, Atin Nurul, dan Ageng Widodo. “Resepsi Audiens Pada Personal Branding Habib Husein Ja’far di YouTube Channel Jeda Nulis.” *Kalijaga Journal of Communication* 3, no. 2 (28 Desember 2021): 153–67. <https://doi.org/10.14421/kjc.32.05.2021>.
- Ibnu Kasir, dan Syahrul Awali. “Peran Dakwah Digital dalam Menyebarluaskan Pesan Islam di Era Modern.” *Jurnal An-nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta* 11, no. 1 (30 Juni 2024): 59–68. <https://doi.org/10.54621/jn.v11i1.842>.
- Ilahi, Nurul Anggraeni Shinta; Nur wahidin;;, dan Mohammad Izdiyan. “The Concept of Hadith, Meaning, and Position of Hadith, Implementation and Comparison in Hadith Learning Application: Hadith Encyclopedia and Hadith Collection.” *Jurnal of Middle East and Islamic Studies* 10, no. 1 (25 Juni 2023). <https://doi.org/10.7454/meis.v10i1.160>.
- Istianah, Istianah. “Era Disrupsi Dan Pengaruhnya Terhadap Perkembangan Hadis Di Media Sosial.” *Riwayah : Jurnal Studi Hadis* 6, no. 1 (27 Mei 2020): 89. <https://doi.org/10.21043/riwayah.v6i1.6861>.
- Junaidi. “Memahami Psikologi Audiens Dalam Dakwah.” *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan* 11, no. 1 (29 Juni 2020): 12–19. <https://doi.org/10.32505/hikmah.v11i1.1827>.
- Manik, Zulfirman, Yumnah Radesi, Rifda Riby Septiani, Wahda Ayu Sakinah, dan Nisa Ulpina Lubis. “Fragmentasi Makna Hadis Dalam Konten Dakwah Media Sosial: Studi Kritis Terhadap Pesan Keislaman Di Tiktok.” *JURNAL SYIAR-SYIAR* 5, no. 1 (1 Juni 2025): 104–21. <https://doi.org/10.36490/syiar.v5i1.1778>.
- Muannas, Muannas. “Proses Gatekeeping Terkait Redistribusi Konten Media Sosial: Perspektif Generasi Z.” *Jurnal Jurnalisa* 4, no. 2 (30 Desember 2018). <https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v4i2.6898>.
- Muflihin, Ahmad. “Integrasi Kearifan Lokal dan Literasi Digital dalam Pendidikan Islam untuk Menghadapi Tantangan Abad 21.” *Al-Fikri: Jurnal Studi dan Penelitian Pendidikan Islam* 7, no. 1 (13 Juni 2024): 56. <https://doi.org/10.30659/jspi.7.1.56-67>.
- Muh. Aswad, Abd. Rahim, Wahyuddin Wahyuddin, Rahman Subha, dan Khaerul Bahria. “Penanaman Pemahaman Literasi Dakwah Di Era Milenial Melalui Digital Pada Mahasiswa Kpi Universitas Muslim Indonesia.” *Jurnal*

Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS 2, no. 4 (6 Agustus 2024): 1141–48.
<https://doi.org/10.59407/jpki2.v2i4.1049>.

Nawaffani, Muhammad Mahsyia. “Dakwah Digital Dan Dakwah Mimbar : Analisis Peran Dan Dampak Dalam Era Digitalisasi.” *Sanaamul Quran : Jurnal Warasan Keislaman* 4, no. 2 (30 Oktober 2023): 143–61.
<https://doi.org/10.62096/tsaqofah.v4i2.57>.

Nikmatullah, Nikmatullah. “Online Hadith in Cyber Media: Benefit, Challenging, and Solution.” *Diroyah : Jurnal Studi Ilmu Hadis* 8, no. 2 (20 Juni 2024): 251–68. <https://doi.org/10.15575/diroyah.v8i2.33796>.

Nurhayati, Nurhayati, Suci Ramadhani Siregar, Nita Susana, Saidatin Niswa, dan Zulfirman Manik. “Transformasi Dakwah Diera Digital: Analisis Penyampaian Hadis Dalam Konten Media Sosial.” *JURNAL SYIAR-SYIAR* 5, no. 1 (18 Mei 2025): 43–56.
<https://doi.org/10.36490/syiar.v5i1.1732>.

Perdama, Tazkia Anugraheni, dan Alfika Inayatul Masruroh. “Pergeseran Fungsi Hadis Di Media Sosial.” *Holistic al-Hadis* 9, no. 2 (21 Desember 2023): 100–119. <https://doi.org/10.32678/holistic.v9i2.9447>.

Raidatul Umanah. “The Digital Era of Hadith: Challenges of Authenticity and Opportunities for Innovation.” *Al-Iftah: Journal of Islamic studies and society* 5, no. 2 (31 Desember 2024): 136–48.
<https://doi.org/10.35905/aliftah.v5i2.12647>.

Risdiana, Aris, dan Reza Bakhtiar Ramadhan. “Dakwah Virtual sebagai Banalitas Keberagamaan di Era Disrupsi.” *FIKRAH* 7, no. 1 (24 Juni 2019): 133.
<https://doi.org/10.21043/fikrah.v7i1.4800>.

Riski Pratama, Andy, Wedra Aprison, Yulius Yulius, Nurrahmi Latifa, dan Syafrudin Syafrudin. “Dakwah Digital Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam di Era Digital.” *Tabayyun* 5, no. 1 (30 September 2024).
<https://doi.org/10.61519/tby.v5i1.68>.

Risyah Fadilah. “Resepsi Hadis di Media Sosial.” *Al-Manar: Jurnal Kajian Alquran dan Hadis* 8, no. 1 (28 Juni 2022): 27–42.
<https://doi.org/10.35719/amn.v8i1.21>.

Rizal Effendi Putra, Muhammad Irham, dan Siti Mufida. “Popularitas Ulama Melalui Media Baru.” *CERDAS - Jurnal Pendidikan* 3, no. 1 (25 Juli 2024): 25–30. <https://doi.org/10.58794/cerdas.v3i1.875>.

Rohmatulloh, Dawam Multazamy, Mochammad Irfan Achfandhy, dan Astuti Patmaningsih. “The Encounter Of Da’wah Digitalization With Urban Muslim Culture.” *Akademika : Jurnal Pemikiran Islam* 28, no. 1 (25 Oktober 2023): 101. <https://doi.org/10.32332/akademika.v28i1.7751>.

Ronaydi, Muhammad. “Personal Branding Dai Muda di Media Sosial: Pendekatan

Konsep Unsur-Unsur Dakwah.” *Idarotuna* 5, no. 2 (26 Oktober 2023): 96. <https://doi.org/10.24014/idarotuna.v5i2.25535>.

Rosmalina, Asriyanti. “Dakwah Literasi Digital Terhadap Perilaku Generasi Milenial Dalam Bermedia Sosial.” *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 13, no. 1 (23 Juli 2022): 64. <https://doi.org/10.24235/orasi.v13i1.10443>.

Saefudin, Maulana Wahyu, Agus Suyadi Raharusun, dan Muhamad Dede Rodliyana. “Konten Hadis di Media Sosial: Studi Content Analysis dalam Jejaring Sosial pada Akun Lughoty.com, @RisalahMuslimID, dan @thesunnah_path.” *Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin* 2, no. 1 (22 Januari 2022): 19–49. <https://doi.org/10.15575/jpiu.13580>.

Srikandi, Melati Budi, Putu Suparna, dan Putri Ekaresty Haes. “Audiens Sebagai Gatekeeper Pada Media Sosial.” *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis* 7, no. 2 (31 Desember 2023): 179. <https://doi.org/10.24853/pk.7.2.179-192>.

Subakti, Mohamad Faisal. “Literasi Digital: Fondasi Dasar Dakwah Dalam Media Sosial.” *Jurnal Dakwah* 23, no. 1 (12 Juli 2022): 1–16. <https://doi.org/10.14421/jd.23.1.22.4>.

Supriyadi, Tedi, J. Julia, Ani Nur Aeni, dan Elan Sumarna. “Action Research in Hadith Literacy: A Reflection of Hadith Learning in the Digital Age.” *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research* 19, no. 5 (30 Mei 2020): 99–124. <https://doi.org/10.26803/ijlter.19.5.6>.

Ummah, Nurul Hidayatul. “Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital.” *Jurnal Manajemen Dakwah* 11, no. 1 (27 Juni 2023). <https://doi.org/10.15408/jmd.v11i1.32914>.

Verolyna, Dita, dan Intan Kurnia Syaputri. “Cyber Dakwah: Plus Minus Penyiaran Islam Pada Era Disruptif.” *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 6, no. 1 (24 Juni 2021): 23. <https://doi.org/10.29240/jdk.v6i1.2955>.

Zahri, Tsulis Amiruddin, Putri Handayani Lubis, dan Syaifuddin Ahrom. “Islamic Youth Relations And Social Media In Building Social Solidarity.” *International Journal of Southeast Asia* 2, no. 1 (9 Maret 2021). <https://doi.org/10.47783/journijsa.v2i1.200>.