

**MEDIATISASI HADIS-HADIS BID'AH DI PLATFORM
INSTAGRAM PADA AKUN @ITTIBARASUL1**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Diajukan Kepada Program Studi Magister (S2) Ilmu Al-Qur'an dan
Tafsir Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga
Untuk Memenuhi Salah Satu syarat Guna Memperoleh Gelar Magister
Agama (M. Ag.)

YOGYAKARTA

2025

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-416/Un.02/DU/PP.00.9/03/2025

Tugas Akhir dengan judul : Mediatisasi hadis-hadis bid'ah di platform Instagram pada akun @Ittibarasul1
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ACHMAD HASIBUL MA'ARIF, S.Ag.
Nomor Induk Mahasiswa : 22205032068
Telah diujikan pada : Jumat, 31 Januari 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Ali Imron, S.Th.I., M.S.I
SIGNED

Valid ID: 679cc9c6fb5b5



Pengaji I

Dr. Muhammad Akmaluddin, M.S.I.
SIGNED

Valid ID: 679cf8f28ba74f



Pengaji II

Prof. Dr. Saifuddin Zuhri, S.Th.I., MA.
SIGNED

Valid ID: 67cf0a757e5808



Yogyakarta, 31 Januari 2025

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Prof. Dr. H. Robby Habiba Abror, S.Ag., M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 67cf0a62030f61

PERNYATAAN KEASLIAN DAN PLAGIARISME

PERNYATAAN KEASLIAN DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Achmad Hasibul Ma'arif
NIM	:	22205032068
Fakultas	:	Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang	:	S2
Program Studi	:	Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
Konsentrasi	:	Ilmu Hadis

menyatakan bahwa naskah **tesis** ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya dan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah **tesis** ini bukan karya sendiri, dan terdapat plagiasi maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

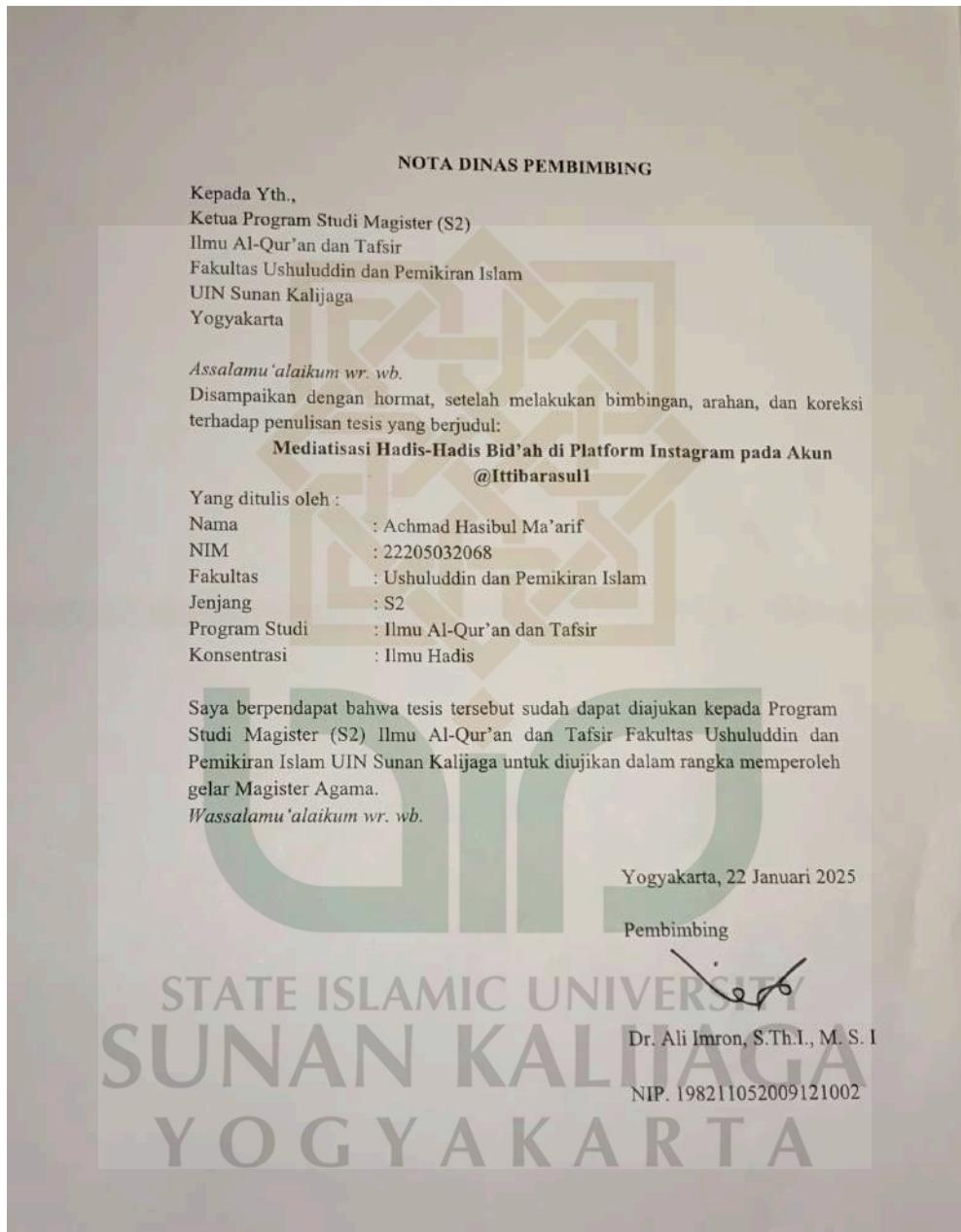
Yogyakarta, 22 Januari 2025

Saya yang menyatakan,



Nama: Achmad Hasibul Ma'arif
NIM: 22205032068

NOTA DINAS PEMBIMBING



MOTTO

MANUSIA BOLEH MERENCANAKAN, PERKARA HASIL TUHAN
YANG MENENTUKAN.

TUHAN MEMBERI APA YANG KITA BUTUHKAN, BUKAN APA
YANG KITA INGINKAN.

وَعَسَىٰ أَنْ تَكْرِهُوا شَيْئًا وَهُوَ خَيْرٌ لَكُمْ وَعَسَىٰ أَنْ تُحِبُّوا شَيْئًا وَهُوَ

شَرٌ لَكُمْ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Masuknya hadis ke dalam sosial media telah menciptakan ruang pemaknaan hadis yang terdistorsi. Hal ini disebabkan adanya kepentingan tertentu dari pemilik akun demi mencapai maksud dan tujuannya. Akun Instagram dengan nama @Ittibarasul1 merupakan akun yang berisikan tentang dakwah Islam, seperti adab dalam berbicara, anjuran menjaga lisan, anjuran untuk selalu beristighfar, motivasi apabila sholat terasa berat, dan hal-hal lain yang berkaitan tentang Islam. Dalam postingannya, akun ini sering kali memasukkan beberapa dalil-dalil agama yang bersumber dari Alqur'an dan Hadis dengan menambahkan beberapa perkataan ulama' dalam menjelaskan kandungan maknanya. Pemaknaan terhadap hadis-hadis bid'ah yang diberikan oleh pemilik akun mengabaikan makna asli hadis yang mengakibatkan pemanfaatan media sosial sebagai agen dalam membentuk pemahaman keagamaan seputar hadis-hadis bid'ah untuk kepentingan dan tujuan tertentu. Penelitian ini hendak menjawab dua rumusan masalah yaitu, bagaimana pemetaan hadis-hadis bid'ah dalam platform Instagram pada akun @Ittibarasul1? bagaimana proses mediatisasi pemaknaan hadis-hadis bid'ah dalam platform Instagram pada akun @Ittibarasul1?. Rumusan dari pertanyaan-pertanyaan tersebut akan dijawab dengan menggunakan teori mediatisasi agama Stig Hjarvard. Adapun alasan penulis memilih teori ini dikarenakan memiliki alat kerja yang sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian ini. Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kualitatif yang didasarkan pada studi kepustakaan (*library research*) sekaligus etnografi. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa pemetaan hadis-hadis bid'ah dalam akun Instagram @Ittibarasul1 dapat dikelompokkan dalam tiga tipologi yaitu, Pertama, hadis bid'ah di bulan Sya'ban, Kedua, hadis bid'ah di bulan Ramadhan, dan Ketiga, hadis bid'ah dalam tradisi. Selanjutnya, proses mediatisasi dalam akun Instagram @Ittibarasul1 dimulai dengan melakukan identifikasi terhadap user atau pemilik akun, di mana identitas user terdiri dari 3 kategori yaitu, tanpa pengetahuan agama, mempunyai pengetahuan agama, dan ahli agama. Berdasarkan analisis penulis, pemilik akun Instagram @Ittibarasul1 masuk dalam kategori yang kedua yaitu sebagai user yang mempunyai pemahaman agama. Hal ini terlihat dari kesesuaian makna yang dihadirkan dengan makna literal hadis dan juga penggunaan simbol yang disesuaikan dengan pemaknaan yang ditampilkan. Penggunaan simbolisasi agama menunjukkan bahwa akun Instagram @Ittibarasul1 menggunakan media Instagram sebagai *language* yang memfokuskan pada cara media memformat pesan dan membungkai hubungan antara pengirim, isi, dan penerima. Dengan memanfaatkan fitur dari media yang digunakan dalam memproduksi sekaligus mendistribusikan pemaknaan hadis-hadis bid'ah, akun Instagram @Ittibarasul1 membentuk pemaknaan hadis Nabi yang masuk pada bentuk agama yang dimediasi dari aspek media keagamaan (*religious media*).

Kata Kunci: Mediatisasi, Hadis-hadis Bid'ah, Hadis di Sosial Media

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab-Latin Berdasarkan Surat Keputusan Bersama
Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158
Tahun 1987 dan 0543b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ẓal	ẓ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet

س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Đad	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ť	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	`	koma terbalik (diatas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we

አ	Ha	h	ha
ሂ	Hamzah	'	apostrof
ያ	Ya	y	ye

B. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متعدين	ditulis	muta‘aqqidīn
عدة	ditulis	‘iddah

C. Ta' Marbutah

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	ditulis	hibah
جزية	ditulis	jizyah

(ketentuan ini tidak diperlakukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti kata shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya). Bila diikuti oleh kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan “h”.

كرامة الأولياء ditulis karāmah al-auliyā'

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat fathah, kasrah, ḍammah, ditulis dengan tanda t.

الفطر ز كاة ditulis zakat al-fitr

D. Vokal Pendek

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـ	Fathah	a	a
ـ	Kasrah	i	i
ـ	Dammah	u	u

E. Vokal Panjang

fathah + alif	ditulis	ā
جاهلية	ditulis	jāhiliyyah
fathah + ya' mati	ditulis	ā
يسعى	ditulis	yas‘ā
kasrah + ya' mati	ditulis	ī
كريم	ditulis	karīm
ḍammah + wawu mati	ditulis	ū
فروض	ditulis	furūḍ

F. Vokal Rangkap

fathah + ya' mati	ditulis	ai
بينكم	ditulis	bainakum
fathah + wawu mati	ditulis	au
قول	ditulis	qaulun

G. Vocal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u‘iddat
لئن شكرتم	ditulis	la'in syakartum

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti oleh Huruf Qamariyyah

القرآن	ditulis	al-Qur'ān
القياس	ditulis	al-qiyās

2. Bila diikuti oleh Huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggandakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf 1 (el)-nya.

السماء	ditulis	s-samā'
الشمس	ditulis	asy-syams

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

الفرض ذوي	ditulis	żawī al-furūḍ
السنة أهل	ditulis	ahl as-sunnah



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur peneliti haturkan kepada Allah swt., pemilik kesempurnaan, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Mediatisasi Hadis-hadis Bid’ah di Platform Instagram pada Akun @Ittibarasull”**. Shalawat dan salam semoga selalu dilimpahkan kepada nabi Muhammad saw. yang seluruh hidupnya adalah teladan dan pembawa pesan kasih bagi umat manusia.

Dalam penyusunan karya tulis ini, tentu tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, baik berupa dukungan moril maupun materil. Oleh karena itu, dengan segenap penghargaan dari lubuk hati terdalam, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta: Prof. Noorhadi, S.Ag., M.A.,
M.Phil., Ph.D.

1. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam: Prof. Dr. H. Roby Habiba Abror, S.Ag., M. Hum
2. Ketua Program Studi Magister Ilmu Al-Qur’ān dan Tafsir: Dr. Ali Imron, S.Th.I., M.S.I terimakasih telah menyelenggarakan program akselerasi tesis program yang sangat membantu penulis dalam menyelesaikan tesis.
3. Sekretaris Prodi: Dr. Akmaluddin, M.S.I terimakasih bersama kaprodi telah menyelenggarakan program akselerasi tesis, semoga program tersebut terus berjalan,
4. Pembimbing tesis: Dr. Ali Imron, S.Th.I., M.S.I. Penulis merasa amat dibimbing. Untuk itu penulis haturkan ribuan terimakasih atas saran dan kritikan selama proses penyusunan tesis ini.
5. Seluruh Dosen dan civitas akademika UIN Sunan Kaljiga Yogyakarta, terutama dalam lingkungan Program Studi Magister Ilmu Al-Qur’ān dan Tafsir.

6. Kedua orang tua saya yang senantiasa memberikan motivasi dan arahan pada setiap kegelisahan serta membangkitkan semangat saya dengan kata-kata santunnya.
7. Teman-teman sekelas MIAT-E dan teman-teman seperjuangan di Taru Martani 1918 sekaligus tempat yang menjadi saksi bisu tersusunnya penelitian ini.
8. Setiap individu, kelompok, lembaga dan siapa saja baik secara langsung maupun tidak yang telah berkontribusi membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Atas kelebihan dan kekurangan dalam karya ini sudah seharusnya menjadi pelajaran dan motivasi bagi peneliti untuk melahirkan karya yang jauh lebih baik. Akhirnya, peneliti mempersembahkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada segenap pihak tersebut. Semoga segala niat dan upaya kebaikan kita selalu berada dalam rida dan lindungan-Nya. Amin.

Yogyakarta, 22 Januari 2025



Achamd Hasibul Ma'arif, S. Ag.

Nim: 22205032068

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN DAN PLAGIARISME.....	i
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
MOTTO	iii
ABSTRAK	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	v
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kajian Pustaka	5
E. Kerangka Teori	13
F. Metode Penelitian.....	28
G. Sistematika Pembahasan	30
BAB II PERTEMUAN HADIS DAN MEDIA SOSIAL.....	32
A. Pertemuan Hadis dan Media.....	32
1. Hadis Pada Perangkat lunak	32
2. Hadis di Internet.....	47
B. Takhrij Hadis Bid'ah dalam Instagram @Ittibarasull	62
C. Bentuk Kajian Hadis di Media Sosial	65
BAB III AKUN INSTAGRAM @ ITTIBARSUL1.....	82

A. Profil dan Jaringan Media Online @Ittibarasul1	82
1. Instagram.....	83
2. Telegram	86
3. Facebook	88
4. Twitter	90
5. Youtube	92
B. Bentuk Pemaknaan Hadis-Hadis Bid’ah dalam Instagram	
Ittibarasul1.....	95
1. Bid’ah di Bulan Sya’ban	106
2. Bid’ah di Bulan Ramadhan	110
3. Bid’ah dalam Tradisi.....	113
C. Sumber dan Model Periwayatan Dalam Instagram	
@Ittibarasul1	117
BAB IV ANALISIS MEDIATISASI PEMAKNAAN HADIS-HADIS BID’AH DALAM AKUN INSTAGRAM @ITTIBARASUL1	127
A. Identitas User Akun Instagram @Ittibarasul1	127
B. Eksplorasi Fungsi Simbolik Agama Di Media.....	135
C. Identifikasi Bentuk Mediatisasi Keagamaan Dalam Instagram @Ittibarasul1.....	148
BAB V PENUTUP	152
A. Kesimpulan	152
B. Saran.....	153
DAFTAR PUSTAKA	155
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	161

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Masuknya hadis ke dalam sosial media telah menciptakan ruang pemaknaan hadis yang terdistorsi. Hal ini disebabkan adanya kepentingan tertentu dari pemilik akun demi mencapai maksud dan tujuannya.¹ Platform Instagram dengan nama akun @Ittibarasul² merupakan akun yang berisikan tentang dakwah Islam, seperti adab dalam berbicara, anjuran menjaga lisan, anjuran untuk selalu beristighfar, motivasi apabila sholat terasa berat, dan hal-hal lain yang berkaitan tentang Islam. Dalam postingannya, akun ini sering kali memasukkan beberapa dalil-dalil agama yang bersumber dari Alqur'an dan Hadis dengan menambahkan beberapa perkataan ulama' dalam menjelaskan kandungan maknanya. Akan tetapi, dalam beberapa postingannya, hadis yang seharusnya diinterpretasikan dengan kaidah-kaidah yang sesuai dengan konteks zaman sekarang, justru menunjukkan adanya pendekatan makna ke dalam postingannya dengan interpretasi yang parsial. Dalam postingannya yang diunggah pada tanggal 27 Maret 2024 menampilkan gambar tentang perayaan *Nuzulul Qur'an* yang menurut pemilik akun, itu merupakan amalan bid'ah dengan mencantumkan makna hadis yang berbunyi "Barang siapa membuat suatu perkara baru dalam agama

¹ Fadhli Lukman, "Tafsir Sosial Media Di Indonesia," *Nun: Jurnal Studi Alquran Dan Tafsir Di Nusantara* 2, no. 2 (30 Oktober 2016): 117–39, <https://doi.org/10.32495/nun.v2i2.59>.

² "ittibarasul | Manhaj Salaf (@ittibarasul) • Instagram photos and videos," diakses 5 Juni 2024, https://www.instagram.com/p/C4_rC2nyOOo/.

tanpa ada asalnya, maka perkara tersebut tertolak. (HR. Bukhārī dan Muslim)³. Dari postingan yang telah diunggah oleh akun Instagram @Ittibarasul1, menunjukkan adanya proses mediatisasi agama yang berdampak pada pendangkalan makna hadis pada akun tersebut.

Media yang saat ini berkembang pesat, telah mengalami persinggungan dengan agama. Hal tersebut dapat dijadikan alat untuk membentuk pemahaman terhadap sumber-sumber keagamaan termasuk dalam memahami Hadis-hadis Nabi. Dalam penelitian ini, ditemukan adanya hal yang signifikan untuk ditelaah lebih lanjut. Keberadaan media pada zaman ini telah menjadi panggung yang paling ramai digunakan dalam menyebarkan pengetahuan keagamaan termasuk dalam penyebaran Hadis-hadis Nabi yang pemaknaannya tidak lepas dari pengaruh media sehingga kerap kali menimbulkan adanya divergensi agama.⁴ Di sisi lain, dengan munculnya media dapat mempersempit ruang dan waktu yang mengakibatkan adanya pertemuan antara manusia, pesan, wacana dan makna yang menjadikan siapa saja bisa saling terhubung. Oleh karena itu, hal ini dapat menjadikan agama sebagai sesuatu yang tidak bisa lepas dari media dan menjadikan media sebagai hal yang memiliki power dan otoritas tersendiri bagi agama.⁵ Dari persinggungan antara media dan hadis, Hjarvard berpendapat sebagai bahaya

³ https://www.instagram.com/p/C4_rC2nyOOo/

⁴ Irwan Abdullah Irwan Abdullah, “Di Bawah Bayang-Bayang Media: Kodifikasi, Divergensi, Dan Kooptasi Agama Di Era Internet,” *Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan* 12, no. 2 (1 Desember 2017): 116.

⁵ Nisa Nur Aulia dan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, “Islam Dan Mediatisasi Agama,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 1 (2017): 139.

media atas agama yang memaksa logika media atas agama.⁶

Fokus kajian ini ialah mediatisasi pemaknaan hadis-hadis bid'ah dalam platform Instagram. Hal ini luput dari pandangan para sarjanawan terdahulu. Beberapa penelitian terdahulu dengan fokus kajian yang berbeda-beda telah memberagami jenis penelitian tentang mediatisasi sebagai objek formalnya. Hal itu dibuktikan dengan Mediatisasi Hadis pada aplikasi tiktok yang ditulis oleh Isbaria. Tulisan ini membahas tentang bagaimana efektifitas aplikasi tiktok dalam menyebarkan hadis di media digital. Berikutnya ialah Mediatisasi Penafsiran Gender Al-Qur'an yang dilakukan Faqihuddin Abdul Kadir dalam mubadalah.id yang ditulis oleh Ahmad Murtaza. Tulisan ini membahas tentang wacana gender dengan memanfaatkan keterbukaan media daring untuk menyebarkan narasi feminis dalam situs web mubadalah.id. Kemudian tulisan yang berjudul Mediatisasi Hadis di Tiktok (Kajian Terhadap Hadis-hadis Akun Husain Basyaiban @Kadamsidik00) yang ditulis oleh Hevi Khulasaton Nuri Kahayu. Tulisan ini membahas tentang Kajian-kajian hadis yang ada pada akun Tiktok Husain Basyaiban dan manfaat yang ada pada akun tersebut dalam menjelaskan Hadis-hadis Nabi. Oleh karena itu, penelitian yang secara spesifik membahas tentang mediatisasi hadis-hadis bid'ah di platform Instagram belum ditemukan dalam berbagai penelitian terdahulu.

Penggunaan media sosial, khususnya platform Instagram yang

⁶ Stig Hjarvard, "The Mediatisation of Religion: Theorising Religion, Media and Social Change," *Culture and Religion* 12, no. 2 (Juni 2011): 119–35, <https://doi.org/10.1080/14755610.2011.579719>.

digunakan untuk menyebarluaskan makna hadis secara dangkal dan singkat telah menghasilkan perdebatan-perdebatan yang didukung oleh kepentingan dari sang pemilik akun. Media sosial dalam memproduksi dan menyebarluaskan makna hadis secara dangkal dan *simple* telah menghasilkan bentuk mediatisasi yang disesuaikan dengan logika media. Akun Instagram @Ittibarasul1 menunjukkan usahanya untuk melakukan penggiringan makna yang disesuaikan dengan pemahaman pemilik akun. Pemaknaan yang ditampilkan dipengaruhi oleh media yang digunakan sebagai medium penyampaian keagamaan dan otoritas identitas pemilik akun, seperti yang disampaikan Irwan Abdullāh bahwa media memikul beban ideologis.⁷ Di samping itu, teks hadis ketika dihadirkan dalam media telah menjadikan agama direpresentasikan dalam bentuk yang populer agar menjangkau publik yang lebih luas. Dengan ragamnya budaya dan bahasa, Indonesia memiliki kode bahasa yang dapat menjadi pemicu atas kesalahpahaman, mengingat kode bahasa memiliki sifat menyembunyikan makna, termasuk juga kode agama yang mengarah pada popularisasi dan komodifikasi agama.⁸

B. Rumusan Masalah

Sejalan dengan persinggungan yang terjadi antara hadis dan media, maka dalam penelitian ini penulis akan mengajukan dua rumusan masalah

⁷ Abdullah, “Di Bawah Bayang-Bayang Media,” 117.

⁸ Abdullah, 119.

yang hendak diangkat dan dijawab:

1. Bagaimana Pemetaan Hadis-hadis Bid'ah dalam Platform Instagram @Ittibarasul1?
2. Bagaimana Proses mediatisasi pemaknaan Hadis-hadis Bid'ah dalam Platform Instagram @Ittibarasul1?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pemetaan Hadis-hadis Bid'ah dalam Platform Instagram @Ittibarasul1.
2. Untuk mengetahui proses mediatisasi pemaknaan Hadis-hadis Bid'ah dalam Platform Instagram @Ittibarasul1.

D. Kajian Pustaka

Sejauh ini, kajian tentang mediatisasi hadis di media sosial telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan bentuk dan fokus kajian yang berbeda-beda. Dalam penelitian kali ini, yang menjadi fokus penulis ialah mediatisasi hadis-hadis bid'ah yang terjadi di platform Instagram, yang mana kajian ini merupakan hal baru yang belum pernah diteliti. Untuk membuktikan hal tersebut dan melihat hal baru dalam penelitian ini, penulis mencoba menguraikan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema penulis. Selanjutnya akan diuraikan letak perbedaannya dengan mengklasifikasikan dalam tiga jenis, yaitu: Mediatisasi Agama, Kajian akun @Ittibarasul1 di media sosial, dan Kajian hadis di media sosial.

1. Mediatisasi Agama

Mediatisasi agama mengarah pada interaksi antara media dan agama yang saling mempengaruhi. Dalam beberapa penelitian, penerapan teori mediatisasi agama telah menghasilkan berbagai kajian. Fokus akademi pada teori ini secara umum berorientasi pada upaya penjelasan deskriptif-konseptual tentang mediatisasi agama.⁹ Konseptualisasi mediatisasi agama mendefinisikan perubahan sosial, termasuk agama, yang pada tingkat tertentu telah disesuaikan dengan logika media.¹⁰ Dalam konteks ini, media memberikan ruang untuk perubahan dalam jumlah, konten, serta arah pesan agama sambil menggeser otoritas keagamaan yang sudah mapan.¹¹ Penelitian lain menunjukkan bahwa mediatisasi agama memiliki dampak signifikan dalam membentuk ulang representasi agama dan mempengaruhi interaksi sosial di antara penganut agama ketika berhadapan dengan isu keagamaan. Analisis dampak menyimpulkan bahwa mediatisasi agama dianggap sebagai peluang sekaligus tantangan.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadikan mediatisasi agama sebagai objek formal atau kacamata dalam penelitian. Hal tersebut bukanlah sesuatu yang baru dalam lingkungan

⁹ Andreas Hepp, Stig Hjarvard, dan Knut Lundby, “Mediatization: Theorizing the Interplay between Media, Culture and Society,” *Media, Culture & Society* 37, no. 2 (Maret 2015): 314–24, <https://doi.org/10.1177/0163443715573835>.

¹⁰ Stig Hjarvard, “The Logics of the Media and the Mediatized Conditions of Social Interaction,” *Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research* (Cham: Springer International Publishing, 2018), 63–84, https://doi.org/10.1007/978-3-319-65756-1_4.

¹¹ Stig Hjarvard, “Mediatization and the Changing Authority of Religion,” *Media, Culture & Society* 38, no. 1 (Januari 2016): 8–17, <https://doi.org/10.1177/0163443715615412>.

akademik dan bahkan telah menarik para sarjanawan global. Beberapa penelitian sebelumnya dengan analisis dan argumen yang berbeda-beda berhasil menunjukkan beberapa penemuan sesuai dengan fokus kajian yang mereka teliti. Akan tetapi, penelitian yang secara khusus mengkaji mediatisasi hadis-hadis bid'ah dalam platform Instagram sepertinya luput dari perhatian para sarjanawan terdahulu. Untuk membuktikan hal ini, penulis akan memetakan beberapa temuan penting pada penelitian terdahulu.

Pertama, penelitian dari Yeni Amalia dan Sawaluddin Siregar, dalam penelitiannya dengan judul Mediatisasi Hadis di Instagram: Pemaknaan hadis dalam akun @Kprsyariah.co.id dan @Kreditrumahsyariah.info, ia menjelaskan bahwa penyampaian hadis yang seharusnya bersifat netral, moderat, dan menenangkan, justru dalam akun @kprsyariah.co.id dan @Kreditrumahsyariah.info, hadis dijadikan sebagai senjata untuk mempromosikan demi kepentingan sistem marketing. Hasilnya ialah bahwa akun @Kprsyari'ah.co.id dan @Kreditrumahsyariah.info menggunakan hadis dan narasi keagamaan untuk menaikkan sistem marketing kredit penjualan rumah (Indonesia) kepada masyarakat. Mediatisasi meme hadis melalui dua akun ini dapat memberikan dampak positif dan negatif dikarenakan kecepatan informasi melalui kemasan gambar dan video yang menarik akan lebih memudahkan masyarakat mempelajari agama. Di sisi lain, lajunya perkembangan teknologi dan keterbatasan caption dalam meme akan

menjadikan makna hadis lebih sempit. Sehingga unggahan meme hadis dalam kedua akun ini membuktikan bahwa hadis digunakan untuk meningkatkan *branding* kredit penjualan rumah dengan lebel syariah.¹²

Kedua, penelitian dari Syamsul Ma’arif Ilyas, dalam penelitiannya yang berjudul Mediatisasi Pemaknaan Ayat-ayat Keluarga Dalam Instagram @KELUARGAHAMZI, ia menjelaskan bahwa arti dari teks Al-Qur’ān yang dimasukkan ke media sosial telah mengalami pergeseran sesuai dengan kebutuhan, maksud, dan tujuan pemilik akun. Pemaknaan ayat-ayat keluarga yang diberikan oleh pemilik akun nampaknya tidak memperhatikan makna asli ayat Al-Qur’ān yang berdampak pada pemanfaatan media sosial sebagai agen dalam membentuk pemahaman keagamaan seputar ayat-ayat keluarga demi kepentingan dan tujuannya. Penelitian ini termasuk dalam kategori kualitatif dengan landasan pada studi kepustakaan (*library research*) dan juga etnografi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan simbolisasi agama dalam akun @keluargahamzi menggunakan media Instagram sebagai *language* yang berfokus pada langkah media memformat pesan dan membungkai hubungan antara pengirim, isi, dan penerima. Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada dari media yang digunakan dalam meproduksi sekaligus mendistribusikan pemaknaan ayat-ayat keluarga, Instagram

¹² Yeni Amalia Lubis dan Sawaluddin Siregar, “Mediatisasi Hadis di Instagram: Pemaknaan Hadis dalam Akun @Kprsyariah.co.id dan @Kreditrumahsyariah.info,” *Al FAWATIH: Jurnal Kajian Al Quran dan Hadis* 5, no. 1 (12 Juni 2024): 93–109, <https://doi.org/10.24952/alfawatih.v5i1.11125>.

@keluargahamzi membentuk pemaknaan ayat Al-Qur'an yang masuk pada bentuk agama yang dimediasi dari aspek media keagamaan (*religious media*).¹³

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Isbaria, dalam tulisannya yang berjudul Mediatisasi Hadis pada Aplikasi TikTok, ia menjelaskan tentang efektifitas TikTok sebagai salah satu platform media sosial yang menampilkan sinkronisasi bibir (*lip synching*) dan tarian (*dancing*) dalam menyebarkan hadis di media digital menjadi fokus penelitian ini. Metode yang digunakan adalah pendekatan analisis wacan kritis yang tergolong penelitian kualitatif. Peneltian ini melakukan intervariasi hadis-hadis yang disajikan melalui akun-akun TikTok dengan batasan data pada tagar #hadis selama bulan Ramadhan dari tgl 2 April 2022 hingga tgl 1 Mei 2022. Hasil yang diberikan adalah bahwa TikTok sebagai penyedia informasi telah didukung oleh beberapa fitur unik yang mempengaruhi cara hadis disampaikan dan disebarluaskan pada platform tersebut. Temuan data menggambarkan karakteristik TikTok sebagai bentuk agama yang bersifat dangkal (*banal religion*), dengan unsur-unsur agama dangkal seperti genre dominan, kendali institusi utama, konten agama, peran agen agama, fungsi komunikatif, dan tantangan terhadap otoritas keagamaan. Oleh karenanya, penelitian ini menyarankan agar penggunaan aplikasi

¹³ Syamsul Ma'arif Ilyas, "Mediatisasi Pemaknaan Ayat-Ayat Keluarga Dalam Instagram @KELUARGAHAMZI" (masters, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2023), <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/63636/>.

TikTok oleh anak muda dan masyarakat Indonesia secara umum harus diimbangi dengan konten-konten hadis yang memiliki pemaknaan otoritatif dan mendukung sikap yang beragaman pada negeri ini.¹⁴

2. Kajian Akun @Ittibarasul1 di Media Sosial

Penulis menemukan beberapa studi terdahulu yang menempatkan akun @Ittibarasul1 sebagai objek material. Akan tetapi, penelitian yang fokus membahas tentang mediatisasi hadis-hadis bid'ah di Instagram pada akun @Ittibarasul1 nampaknya luput dari perhatian para sarjanawan terdahulu. Untuk membuktikan klaim ini, berikut penulis petakan temuan penting dalam beberapa studi terdahulu.

Pertama, penelitian Prasas Ahmad Rifai, dalam tulisannya yang berjudul Analisis Isi Pesan Dakwah Salafi Akun @Ittibarasul Media Sosial Instagram. Dalam penelitiannya, Prasas Ahmad Rifai mengkaji tentang pesan dakwah salafi di media sosial Instagram @ittibarasul1 dengan perkembangan zaman yang mengharuskan pemanfaatan teknologi yang untuk memperoleh kajian dakwah. Penelitian ini menggunakan teori smrc berlo, dengan metode analisis isi yaitu mencoba menganalisis pesan dakwah salafi, yang Insyaallah dapat memberikan manfaat kepada para pembaca. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada akun instagram @ittibarasul1 pesan

¹⁴ Isbaria, "Mediatisasi Hadis Pada Aplikasi Tiktok" (masters, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2022).

mengenai salafi yaitu berlandsarkan Al-Qur'an dan Sunnah sesuai dengan pemahaman *salafus shālih*.¹⁵

Kedua, penelitian dari Muhammad Mundzir dalam artikel jurnal yang berjudul *Gender Construction in Manhaj Salaf's Account: A Study of Hadith Content on the Existence of Women in Public Sphere*. Dalam penelitiannya ini, Muhammad Mundzir mencoba mengkaji tentang konstruksi gender pada akun Manhaj Salaf tentang keberadaan perempuan. Dengan menggunakan teori analisis wacana, Mundzir berusaha untuk menganalisa konten-konten hadis pada akun tersebut dan mengelompokkan berdasarkan jenis diskriminasi gender. Setelah dianalisa secara mendalam, Mundzir mencoba melihat bagaimana implikasi dan pengaruh konten-konten hadis tersebut terhadap kehidupan pengguna media sosial. Hasil dari penelitiannya adalah akun Manhaj Salaf memiliki pemahaman yang menyimpang dari makna aslinya dalam menarasikan konten-konten hadis, terkhusus tentang eksistensi perempuan. Hal ini dibuktikan dengan pemahamannya yang tekstualis dan subjektif.¹⁶

3. Kajian Hadis di Media Sosial

¹⁵ Prasas Ahmad Rifai, "Analisis Isi Pesan Dakwah Salafi Akun Ittibarasul Media Sosial Instagram" (doctoral, 2021).

¹⁶ Muhammad Mundzir, "Gender Construction in Manhaj Salaf's Account: A Study of Hadith Content on the Existence of Women in Public Sphere," *DINIKA : Academic Journal of Islamic Studies* 6, no. 2 (30 Desember 2021): 235–62, <https://doi.org/10.22515/dinika.v6i2.4073>.

Pesatnya kemajuan teknologi menyebabkan hadis mengelami pergeseran dalam penyampaiannya yang pada mulanya disampaikan secara lisan. Kajian hadis yang dilakukan melalui media dianggap lebih efektif dengan memaksimalkan waktu dan tenaga. Hadis yang dimasukkan ke dalam media secara umum ditujukan untuk dakwah, hadis dibungkus dalam bentuk framing yang berisikan konten dakwah serta disesuaikan dengan teknologi yang selalu *update*.¹⁷ Disamping menjadi media dakwah, hadis di media sosial juga menjadi pendukung menaikkan popularitas pemilik akun atau pemilik konten, namun tidak semua dari para konten kreator tergolong orang-orang yang memiliki otoritas tentang apa yang disampaikan di sosial medianya, sehingga tidak semua konten hadis di media sosial berstatus *shahīh*.¹⁸ Hadis yang masuk ke media sosial digunakan juga sebagai media komoditi, yang mana konten hadis dijadikan landasan sebagai ajang promosi dan menarik minat banyak orang.¹⁹ Selain beberapa tujuan yang telah penulis sebutkan di atas, penelitian hadis juga mengkaji bentuk konten hadis di media sosial yang memiliki banyak ragam. Pertama, meme hadis.²⁰ Meme hadis banyak ditemukan pada beberapa platform sosial media, seperti Instagram, Twitter, dan Facebook.

¹⁷ Perdana Putra Pangestu, “Efektivitas Dakwah Hadis dalam Media Sosial: Analisis atas Teori Framing Robert N. Entman,” *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 6, no. 1 (24 Juni 2021): 67–82.

¹⁸ 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>.

¹⁹ Hari Putra, “Komodifikasi Hadis Hijrah fest (Studi Kasus Instagram Hijrah Fest),” *Master’s Thesis, Jakarta, Fakultas Ushuluddin, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta*, t.t.

²⁰ Miski Miski, “Fenomena meme hadis celana cingkrang dalam media sosial,” *Harmoni* 16, no. 2 (2017): 291–306.

Platform ini menampilkan design grafis yang unik sehingga dapat menarik minat masyarakat online dalam mengkaji agama, khususnya hadis itu sendiri. Kedua, video hadis.²¹ Ini dapat kita temukan di media Youtube, Tiktok dan Instagram. Video-video yang ditampilkan dalam media tersebut memiliki bentuk yang variatif, mulai dari potongan video pendek di Tiktok, *Reels* di Instagram, hingga video yang berdurasi panjang di Youtube. Maraknya objek kajian hadis di media sosial telah menarik perhatian para pengkaji hadis untuk melakukan penelitian untuk bisa melihat seberapa jauh mana hadis berkembang di berbagai platform media sosial yang saat ini sedang *booming*.

E. Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan salah satu unsur penting dalam konstruksi penelitian ilmiah untuk menegaskan alur sebuah analisa yang digunakan demi terjawabnya rumusan masalah. Sebagaimana yang penulis uraikan pada halaman sebelumnya, tesis ini akan mengkaji tentang mediatisasi hadis-hadis bid'ah di platform Instagram. Untuk menjawab rumusan-rumusan masalah dalam penelitian ini, penulis akan menjadikan teori mediatisasi agama dari Stig Hjarvard sebagai landasan dan teori pada penelitian ini.

Mediatisasi agama ialah fenomena modern yang ditemukan di masyarakat barat di mana media telah menjadi suatu institusi dengan sifatnya

²¹ Mira Fitri Shari, “Bentuk Mediatisasi Hadis Berupa Video: Respon Netizen Terhadap Video Pendek Mengenai Hadis Di Aplikasi Tiktok,” *Jurnal Moderasi* 1, no. 2 (27 Desember 2021): 69–84.

yang independen. Mazzoleni dan Szhulz mengatakan istilah mediatisasi yang mengarah pada perubahan sosial yang terkait dengan media komunikasi dan perkembangannya yang begitu cepat.²² Stig Hjarvard mengartikan mediatisasi sebagai proses sosial di mana media telah mengambil alih banyak fungsi sosial terkhusus urusan agama yang sebelumnya dilakukan oleh Lembaga-lembaga keagamaan.²³ Sementara Lundby mendefinisikan mediatisasi sebagai komunikasi modern yang merubah hubungan sosial masyarakat dalam bentuk media digital.²⁴ Mediatisasi menggabungkan proses interaksi antar manusia menjadi berinteraksi melalui media digital, memperluas jaringan, mengantikkan cara komunikasi dan mengikat penggunanya sehingga menyebabkan adanya rasa ketergantungan. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang dampak media terhadap agama harus peka terhadap perbedaan antara media dan berbagai cara mereka mendeskripsikan agama, mengubah konten dan bentuk simbolik keagamaan, serta mentrasfer kegiatan keagamaan dari satu institusi ke institusi yang lain.²⁵

Dalam menerapkan teorinya, Stig Hjarvard menawarkan gagasan tiga metafora media dalam melihat fenomena mediatisasi agama. Gagasan ini merupakan improvisasi dari metafora media yang sebelumnya telah diperkenalkan oleh Joshua Meyrowitz. Metafora media membedakan peran

²² Gianpietro Mazzoleni, “Mediatization of Politics,” dalam *The International Encyclopedia of Communication*, ed. oleh Wolfgang Donsbach, 1 ed. (Wiley, 2008), <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecm062>.

²³ Stig Hjarvard, *The Mediatization of Culture and Society* (New York: Routledge, 2013), 3.

²⁴ Knut Lundby, “1. Mediatization of Communication,” dalam *Mediatization of Communication*, ed. oleh Knut Lundby (DE GRUYTER, 2014), 3–38, <https://doi.org/10.1515/9783110272215.3>.

²⁵ Hjavar, “The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change,” *Northern Lights* 6, no. 1 (2008), <https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9/1>.

dan fungsi media komunikasi dalam tiga aspek yaitu:

1. Media sebagai sarana untuk menyebarkan pengetahuan agama. Media telah menjadi sumber utama tentang isu-isu keagamaan. Media menyebarkan teks-teks agama yang dilembagakan hanya sampai batas tertentu. Yang sering terjadi ialah media menggunakan potongan-potongan agama yang dilembagakan dari agama rakyat, agama sipil dan lain sebagainya yang digabungkan dengan cara-cara yang baru. Dalam genre jurnalistik, agama biasanya digambarkan lewat bingkai masyarakat sekuler, seringkali melibatkan wacana kritis terhadap organisasi keagamaan. Dalam genre media lainnya, ikonografi dan praktik liturgi agama yang dilembagakan dan agama-agama rakyat menjadi bahan baku untuk narasi media, nasehat, dan hiburan bagi konsumen. Melalui proses ini, media menyediakan latar belakang “agama yang dangkal” dalam masyarakat.
2. Media sebagai bahasa. Pada aspek ini, media tidak hanya memproduksi dan menyebarkan agama, bahkan ikut memformat agama dengan cara yang berbeda, khususnya melalui genre budaya populer seperti petualangan, panduan konsumen, *reality show*, cerita fiksi ilmiah dan lain sebagainya. Niat media tidak untuk mendeklarasikan dirinya, akan tetapi untuk mendapatkan perhatian, media memiliki kepekaan yang lebih tinggi terhadap tuntutan budaya langsung dari berbagai segmen populasi. Hal ini seringkali memiliki dampak untuk mempromosikan individualisme dan perilaku

konsumen, termasuk juga di bidang isu-isu spiritual karena sifat komersial media populer. Penyebaran media interaktif memungkinkan orang untuk mengekspresikan ide-ide dan perasaan keagamaan dalam berbagai genre yang sebelumnya tidak dapat dilakukan oleh agama yang dilembagakan.

3. Media sebagai lingkungan. Pada aspek ini media ikut andil dalam produksi dan perubahan hubungan sosial dan komunitas budaya serta media menjadi sangat penting untuk perayaan publik atas peristiwa-peristiwa besar nasional dan budaya. Media meritualkan transisi sosial di tingkat mikro dan makro, memberikan orientasi moral emosional dan penghiburan di saat krisis. Oleh karenanya, dalam beberapa hal, media berhasil mengambil alih banyak fungsi sosial yang sebelumnya disediakan oleh gereja yang dilakukan dalam wacana yang dominan sekuler. Demikian pula media mempromosikan berbagai bentuk penyembahan melalui budaya penggemar, budaya selebritas dan lain-lain.²⁶

Teori ini juga harus mempertimbangkan fakta bahwa media bukanlah suatu fenomena yang berdiri sendiri. Setiap media bergantung pada fitur teknologi, konvensi estetika dan kerangka kerja institusionalnya, hal ini berarti bahwa konsekuensi bagi agama dari internet dan televisi mungkin berbeda. Pemahaman yang menyeluruh

²⁶ Hjavad, 4–5.

mengenai dampak media terhadap agama harus peka terhadap perbedaan antara media dan berbagai cara yang mereka gunakan untuk mendeskripsikan agama, mengubah isi agama dan bentuk simbolik, serta memindahkan kegiatan keagamaan dari satu institusi ke institusi lainnya.²⁷

Hal penting berikutnya dari teori mediatisasi agama Hjarvard ialah bentuk dari agama yang termediasi. Hjarvard mengidentifikasi tiga aspek dari bentuk agama yang termediasi, yaitu *religious media* (media keagamaan), *journalism on religion* (berita tentang agama), dan *banal religion* (agama yang dangkal).

1. Media Keagamaan

Hjarvard mengarah pada organisasi dan praktik media terutama yang dikendalikan dan dilakukan oleh para pelaku agama, baik secara kolektif (misalnya, gereja, masjid atau lembaga lainnya) maupun individual. Media tersebut bisa mencakup media massa, media jejaringan sosial dan media pribadi seperti telepon genggam. Karena fokusnya pada representasi publik, maka Hjaryard memberi batasan untuk mempertimbangkan media massa dan media jejaring sosial (medsos) dengan kehadiran dan penggunaan publik. Dalam hal ini, media massa yang termasuk ialah koran, majalah, tabloid dan lain

²⁷ Hjavid, 4.

sebagainya yang memungkinkan untuk memproduksi dan mentransfer pesan-pesan keagamaan. Sementara media sosial, yaitu seluruh platform media sosial yang berkembang seperti Youtube, Instagram, Twitter, Tiktok, Website-website dan lain sebagainya yang memungkinkan digunakan sebagai wadah untuk memproduksi serta menyebarkan pengetahuan dan pemahaman agama.

Media keagamaan dapat dianggap sebagai bentuk agama yang tidak terlalu termediasi dibandingkan dengan jurnalisme agama dan banal agama dikarenakan organisasi keagamaan atau sang aktor berada dalam kuasa yang lebih besar atas komunikasi. Akan tetapi, media agama juga harus mangakomodasi logika media dalam berbagai cara, dan hal ini dapat mengubah tidak hanya bentuk dan isi komunikasi, tetapi juga mempengaruhi jenis aktor dan hubungan yang menurutnya sah dan relevan. Ketika memasuki ruang publik media umum, media agama dinilai dengan standar yang sama dengan media lain, termasuk kemampuan mereka untuk menggunakan teknologi dan genre dengan cara yang tepat dan menarik. Aktor-aktor agama dengan kemampuan media yang lebih besar dapat menantang otoritas agama yang ada, baik aktor lama maupun aktor baru diminta untuk mengikuti respon media secara umum terhadap pendengar

dan pengguna.²⁸

2. Jurnalisme Agama

Berita tentang agama yang kian meningkat menyebabkan agama bergerak dari pinggiran jurnalisme dan menjadi tema yang berulang dalam berbagai isu berita umum seperti yang dilabeli oleh para wartawan. Maraknya pemberitaan jurnalisme tentang agama menggambarkan perubahan dalam kekuasaan untuk mendefinisikan dan membingkai agama. Baik agama maupun jurnalisme adalah institusi komunikatif yang berbicara kepada khayalak untuk mempengaruhi pandangan dunia, namun norma dan praktik yang mengatur tindakan komunikatif kedua institusi tersebut sangat berbeda. Jurnalisme muncul sebagai keahlian sekelompok pekerja media pada akhir abad ke-19, dan selama abad ke-20, para jurnalis secara bertahap mendapatkan legitimasi profesional berkat ketiaatan mereka pada norma-norma budaya yang muncul dari dua dominan institusi lain.

Jurnalisme tentang agama menggiring agama ke dalam ruang publik politik dan taat pada paradigma dominan jurnalisme tentang faktisitas dan akuntabilitas publik. Sebagai bentuk yang paling terlihat dari agama yang dimediasi, jurnalisme tentang

²⁸ Stig Hjarvard, “Three Forms of Mediatized Religion: Changing the Public Face of Religion,” *State Religion and Church in Russia and Worldwide* 38, no. 2 (2020): 28–31.

agama telah mengurangi kemampuan organisasi dan individu agama yang terorganisir untuk mendefinisikan dan membungkus isu-isu agama di ruang publik dan mereka menjadi jauh lebih rentan terhadap kritik publik berdasarkan norma-norma sosial dan politik masyarakat sekuler.²⁹

3. Banal Agama

Ungkapan banal agama merujuk pada studi yang dilakukan Michael Billig mengenai nasionalisme dan budaya di mana ia menciptakan istilah nasionalisme banal. Banal agama menunjukkan kehadiran media dari berbagai simbol dan tindakan yang secara implisit dan mungkin tanpa disadari bisa memperkuat kehadiran agama dihadapan publik dalam budaya dan masyarakat. Agama banal menggunakan berbagai ritual dan simbol dari agama-agama yang dilembagakan (misalnya, salib, biarawan, do'a dan lain-lain) serta agama-agama rakyat (misalnya, kucing hitam, penyihir dan vampir), tetapi mencampurkan dan mengartikulasikannya dalam konteks baru yang terbilang lepas dari makna tradisionalnya. Contohnya seperti cerita Harry Potter karya J.K. Rowling dapat dibaca sebagai narasi sekuler yang mencampurkan genre populer

²⁹ Hjarvard, 31–34.

seperti fantasi, petualangan dan kisah asmara, namun tetap saja berisikan berbagai macam elemen supernatural. Dengan langkah ini, elemen-elemen religius yang dangkal hadir untuk mereproduksi kehadiran agama di dunia sekuler, tetapi tanpa mempromosikan keyakinan agama tertentu.

Ungkapan agama dangkal bukanlah istilah untuk merendahkan, menunjukkan kurangnya kepentingan atau keseriusan agama dibandingkan dengan bentuk-bentuk agama yang dilembagakan. Banal agama dapat dianggap sebagai bentuk utama atau fundamental dari agama yang cenderung muncul hampir di semua masyarakat. Ungkapan “dangkal” menunjukkan bahwa elemen-elemen keagamaan ini dapat berjalan lebih mudah di bawah radar pemikiran sadar. Karakternya yang implisit, tidak terkontekstualisasi dan tidak proposisional membuat mereka tidak terlihat sebagai representasi atau pernyataan tentang isu-isu keagamaan. Baik agama rakyat ataupun agama yang dilembagakan seperti Islam dan Kristen menggunakan elemen-elemen keagamaan yang dangkal, akan tetapi elemen tersebut hanya menjadi bagian dari narasi, proposisi, atau simbol-simbol keagamaan yang lebih eksplisit, rumit dan penuh pertimbangan. Dengan demikian, agama banal adalah gabungan dari elemen-elemen yang didekontekstualisasikan dari berbagai sumber, termasuk teks-teks agama yang dilembagakan, ikonografi dan

liturgi yang dibawa ke dalam konteks baru untuk melayani tujuan-tujuan lain selain tujuan dari lembaga-lembaga agama.³⁰

Berikut ini identifikasi tiga bentuk dari agama yang termediasi yang telah dirumuskan oleh Stig Hjarvard yang masing-masing mewakili cara tertentu untuk menyuarakan dan mempresentasikan secara visual isu-isu dan aktor-aktor agama:

Table 1.1 Karakteristik utama dari tiga bentuk agama yang dimediasi

	Media Keagamaan	Jurnalisme Agama	Banal Agama (Agama Dangkal)
<i>Genre yang dominan</i>	Layanan keagamaan, khutbah, pengakuan dosa, dan diskusi	Berita, kejadian terkini, debat yang dimentori	Fiksi naratif, huburan, layanan swadya, nasehat konsumen
<i>Institusi dalam kendali utama</i>	Agama	jurnalisme	Media
<i>Konten keagamaan</i>	Interpretasi teks-teks keagamaan dan nasehat moral	Ucapan dan tindakan para aktor agama yang dibingkai oleh nilai-nilai berita sekuler	Bricolage teks, ikhtisar, dan liturgi dari berbagai institusi dan agama-agama rakyat
<i>Peran agen agama</i>	Pemilik, produser, dan pemain	Sumber	Representasi, fiksi dari pendekatan dan orang terpercaya dalam genre faktual

³⁰ Hjarvard, 34-39.

			konselor sosial, penghibur dan lain-lain
<i>Fungsi komunikatif</i>	Persuasi ritual sosial komunitas agama	Informasi pengawasan kritis ruang publik politik	Hiburan ritual budaya pengembangan diri
<i>Tantangan bagi Lembaga keagamaan</i>	Suara dan representasi visual agama yang beragama dan individual	Kritis terhadap lembaga keagamaan jika tidak sinkron dengan nilai-nilai sekuler	Sebuah bricolage representasi sekaligus memberikan latar belakang pengetahuan budaya tentang agama

Sebagai lembaga yang mampu berdiri sendiri, media membawa konsekuensi untuk semakin bergantungnya lembaga lain terhadap media dan dipaksa untuk mengakomodir logika media sehingga tetap bisa berkomunikasi dengan institusi lain termasuk masyarakat.³¹ Logika media mempengaruhi bagaimana media membentuk dan mempengaruhi masyarakat. Preferensi, nilai, dan norma yang muncul dalam interaksi sosial yang terjadi melalui media dipengaruhi oleh logika yang terkandung dalam media. Memahami logika media membantu untuk memahami bagaimana media mempengaruhi cara komunikasi dan bagaimana mereka memainkan peran penting dalam membentuk persepsi, pendapat, dan perilaku manusia dalam masyarakat yang

³¹ Hjavad, “The Mediatization of Religion,” 123.

semakin termediatisasi.³²

David L. Altheide dan Robert P. Snow ialah orang yang pertama kali mengembangkan logika media dengan mengacu pada serangkaian fitur dasar teknologi yang digunakan manusia untuk berkomunikasi melalui media dengan orang atau kelompok lain. Fokus utama logika media ialah untuk mengubah cara individu atau kelompok pada saat menggunakan media untuk berkomunikasi. Logika media berfungsi sebagai modalitas operasional yang membatasi, memungkinkan, dan menstrukturkan perilaku komunikasi. Dalam konteks ini, modalitas merujuk pada cara media berfungsi dan berdampak pada komunikasi manusia. Kerangka kerja yang dibentuk oleh logika media mempengaruhi cara informasi disajikan, diakses, dan diterima oleh masyarakat.³³

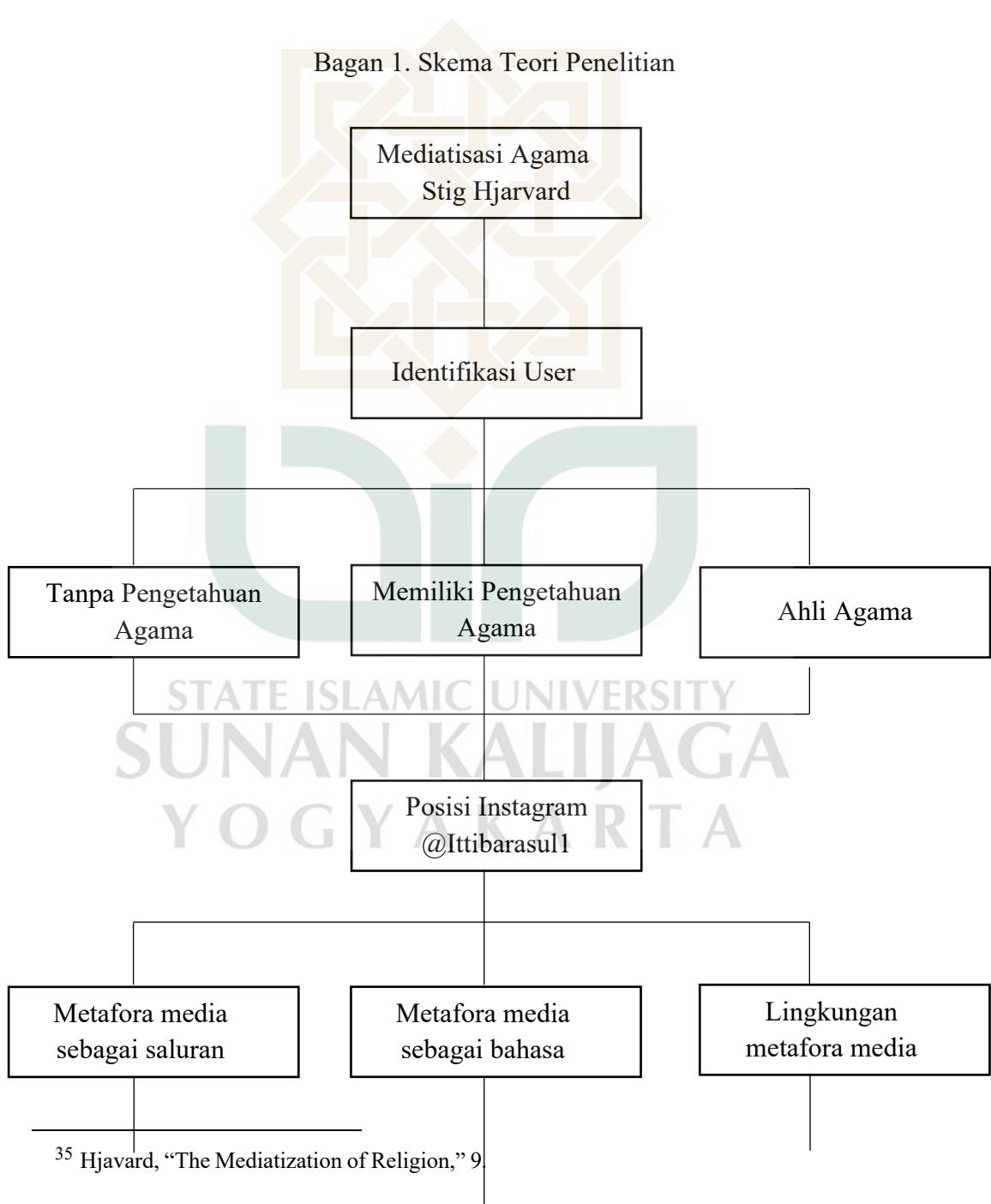
Konsep dasar teori ini menekankan pada peran media sebagai agen dalam membentuk perubahan agama. Hjarvard memfokuskan pada aspek ketergantungan antara media dan agama sebagaimana ketergantungan antara media dan Hadis.³⁴ Menurut Hjarvard, media merupakan institusi yang berdiri sendiri dengan logikanya sendiri yang harus diakomodasi oleh institusi

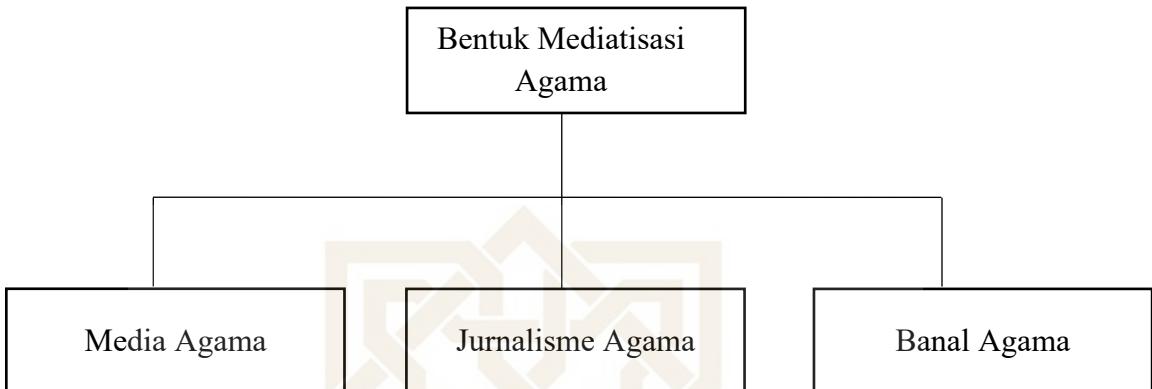
³² Oliver Krüger, “The ‘Logic’ of Mediatization Theory in Religion: A Critical Consideration of a New Paradigm,” *Marburg Journal of Religion* 20, no. 1 (8 Oktober 2018), <https://doi.org/10.17192/mjr.2018.20.7699>.

³³ Muhammad Arman Al Jufri, “Mediatiasi Al-Qur'an: Analisi Metafora Media Atas Visualisasi Pesan Al-Qur'an Dalam Film Ustad Milenial” (2023), 16.

³⁴ Hjarvard, *The Mediatization of Culture and Society*, 12.

lain, akan tetapi pada waktu yang sama, media telah menjadi bagian yang terintergrasi dengan institusi lain.³⁵ Berikut ini skema aplikasi teori yang digunakan dalam penelitian ini:





Untuk melihat bentuk mediatisasi dalam akun Instagram

@Ittibarasul1 langkah yang ditempuh ialah dengan cara mengumpulkan seluruh postingan yang menampilkan kutipan hadis yang terdapat dalam gambar serta caption tambahan yang dikutip dari perkataan ulama' yang ada pada unggahan. Selanjutnya akan disatukan sesuai tipologi pemetaan hadis berdasarkan kesesuaian tema untuk selanjutnya dilakukan analisa secara interpretatif menggunakan teori mediatisasi Stig Hjarvard yang menjadi kerangka teori penelitian.

Proses mediatisasi bergantung pada komposisi bagaimana media berkontribusi pada pembentukan pemahaman keagamaan, dalam hal ini pemaknaan hadis- hadis Nabi yang terdapat dalam akun Instagram @Ittibarasul1. Konstruksi media yang akan dibentuk oleh Hjarvard mengidentifikasi tiga aspek yaitu, media agama, jurnalisme agama, dan banal agama. Karakter-karakter dari bentuk mediasi tersebut mengidentifikasi struktur media, di

mana media mempunyai pembentuk yang berbicara pada *user*, dalam hal ini adalah pemilik akun Instagram @Ittibarasull1.

Untuk mengetahui posisi *user*, langkah yang harus dilakukan ialah menemukan persoalan pada aspek pemaknaan, konstruksi konten, dan penggunaan simbol. Dalam teori mediatisasi agama Stig Hjarvard, *user* ditujukan kepada pemilik akun dari media sosial yang berkaitan, sedangkan orang yang menikmati konten di media sosial dinamakan sebagai *audience*. Terdapat tiga kriteria atau tingkatan *user* yaitu, Pertama, tanpa pengetahuan agama. Kedua, memiliki pengetahuan agama. Ketiga, ahli agama. Setelah mengetahui posisi *user*, selanjutnya ialah mengidentifikasi dari data yang ada, apakah akun Instagram @Ittibarasull1 menjadikan media sebagai *conduits*, media sebagai *language*, atau media sebagai *environments*.

Teori mediatisasi agama Stig Hjarvard memfokuskan pada tiga aspek, yaitu Pertama, media sebagai sumber utama mengenai isu-isu agama. Pemanfaatan media yang memproduksi serta mendistribusikan agama yang bersifat empiris, juga menjadi platform yang menunjukkan ekspresi keagamaan dan keyakinan tiap individu. Akun Instagram @Ittibarasull1 ialah media yang memproduksi serta menyajikan wacana keagamaan, khususnya membahas tentang isu-isu seputar perkara bid'ah dengan mencantumkan hadis dan perkataan ulama' dalam postingan dan

captionnya. Kedua, informasi dan pengalaman keagamaan disesuaikan. Bagian ini akan melihat konten-konten yang diposting oleh akun Instagram @Ittibarasull dalam merespon isu dan berita yang sedang ramai diperbincangkan di media. Ketiga, media menjadi lingkungan sosial dan budaya yang mengambil alih fungsi keagamaan yang terlembagakan.³⁶

F. Metode Penelitian

Objek material dalam penelitian kali ini adalah akun Instagram @Ittibarasull terkait hadis-hadis bid'ah. Akun ini dipilih karena menjadikan hadis-hadis Nabi yang ditampilkan sebagai dalil untuk memperkuat atas postingan yang diunggah. Selain itu, penggunaan media Instagram sebagai media dalam memproduksi pengetahuan agama termasuk pemaknaan hadis-hadis Nabi khususnya hadis-hadis seputar amalan yang dianggap bid'ah menjadikan produksi pengetahuan agama menjadi mudah diakses. Akun ini dipilih melalui hasil pencarian penulis ketika menyelami media Instagram dan menemukan ketertarikan pada akun tersebut karena dibingkai dalam bentuk gambar dan poster yang menjadikannya terlihat menarik.

Berdasarkan objek kajiannya, penelitian ini tergolong penelitian kepustakaan (*library research*) sekaligus etnografi. Jenis penelitiannya ialah kualitatif yakni mendeskripsikan dan menganalisis data yang telah

³⁶ Hjarvard, "The Mediatisation of Religion," 124.

dikumpulkan. Jenis penelitian ini dianggap paling tepat untuk digunakan karena sesuai dengan objek material yang memfokuskan pada penelitian di media sosial. Selain itu, metode penelitian kualitatif juga sangat tepat dalam mengkaji fenomena budaya termasuk juga fenomena keagamaan.

Terdapat dua sumber data yang digunakan dalam penelitian kali ini, yaitu sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer terdiri dari seluruh postingan dalam akun Instagram @Ittibarasull yang menampilkan hadis-hadis Nabi dalam bentuk gambar, video, dan tambahan caption yang dikutip dari perkataan ulama'. Beberapa literatur pendukung seperti artikel jurnal, tesis, buku dan lain sebagainya dapat digunakan sebagai sumber pendukung dalam penelitian kali ini.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu teknik observasi dan dokumentasi, maksudnya ialah mengumpulkan seluruh postingan dalam akun Instagram @Ittibarasull yang akan dijadikan sebagai data. Di samping itu, data dalam penelitian ini bersifat dokumentasi, yakni teknik pengumpulan data yang melibatkan sumber data-data dokumen berupa sumber tertulis seperti gambar (foto), film, dan karya-karya monumental dan lain sebagainya yang dapat memberikan informasi penting dan menunjang bagi proses penelitian kali ini. Dalam penelitian ini, data-data yang dikumpulkan ialah seluruh postingan dalam akun Instagram @Ittibarasull yang menghadirkan hadis-hadis Nabi serta kutipan dari perkataan ulama' dalam caption unggahannya.

Setelah data-data terkumpul, selanjutnya akan dilakukan analisa

menggunakan tiga alur secara bersamaan yang digagas oleh Matthew B. Miles dan Michael Hubberman yakni reduksi data, penyajian atau visualisasi data, dan menarik kesimpulan atau verifikasi data.³⁷ Reduksi data adalah menyeleksi, memfokuskan, menyederhanakan, dan mengabstraksikan narasi-narasi postingan yang menampilkan hadis-hadis Nabi dalam postingan akun Instagram @Ittibarasul1. Setelah proses pemilihan data, langkah berikutnya adalah visualisasi data sebelum disusun, disortir, dan dirangkai untuk membuat kesimpulan yang memungkinkan.

G. Sistematika Pembahasan

Pada penelitian kali ini, terdapat tiga bagian utama yang menjadi alur tulisan, yaitu pendahuluan, pembahasan, dan penutup. Secara sistematis, alur tulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi lima bab.

Bab pertama, yaitu pendahuluan yang di dalamnya akan diuraikan argumentasi tentang problem akademik, signifikan penelitian, literatur review dan argumentasi. Pendahuluan ini mencakup latarbelakang masalah yang itu ialah representasi dan kegelisahan peneliti yang akan diteliti. Selanjutnya permasalahan difokuskan dalam rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka dengan maksud untuk membedakan kajian dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan. Berikutnya melanjutkan pada kerangka teori, lalu metode penelitian yang meliputi jenis

³⁷ Matthew B., "Qualitative Data Analysis. A Methods Sourcebook," *German Journal of Human Resource Management: Zeitschrift Für Personalforschung* 28, no. 4 (November 2014): 30–32.

dan pendekatan penelitian, sumber data, metode pengumpulan data dan teknik analisis data dengan maksud untuk mengetahui cara yang ditempuh penulis dan yang terakhir ialah sistematika pembahasan akan dipaparkan untuk memperjelas gambaran yang terdapat dalam kajian ini.

Bab kedua, mencakup dua sub bab, Pertama yakni membahas tentang persinggungan hadis dan media sosial yang meliputi sejarah munculnya hadis di media sosial, perkembangan hadis dari masa klasik hingga media elektronik dan situs web. Sub bab kedua yakni membahas sejarah kajian hadis di media sosial selain pada platform Instagram, seperti Facebook, Youtube, Whatsapp, dan Tiktok.

Bab ketiga, membahas profil Instagram @Ittibarasull serta seluruh jaringan media online yang dimiliki sekaligus pemetaan tema hadis dalam Instagram @Ittibarasull, serta sumber dan model pemahaman hadis dalam Instagram @Ittibarasull.

Bab keempat, membahas tentang hasil analisis mediatisasi Hadis-hadis bid'ah dalam Instagram @Ittibarasull melalui pisau analisis mediatisasi agama milik Stig Hjarvard.

Bab kelima, yakni penutup, membahas tentang kesimpulan yang mencakup jawaban dari rumusan masalah, kekurangan pada penelitian yang dilakukan, dan saran untuk penelitian yang akan datang.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pemetaan hadis-hadis bid'ah dalam akun Instagram @Ittibarasul1 diklasifikasikan menjadi 3 kategori yaitu, Pertama, bid'ah di bulan Sya'ban, isu ini tersebar dalam postingan yang terdiri dari hadis yang dihadirkan dalam beberapa tema, seperti mengkhususkan ziarah kubur di bulan Sya'ban bid'ah H. R. Muslim No. 976), mengkhususkan membaca yasin 3x Di Malam nisfu Sya'ban Iiu bid'ah (H. R. Muslim No. 1718, dan bid'ah mengkhususkan bermaaf-maafan menjelang Ramadhan (H. R. Bukhārī No. 2449).
Kedua, bid'ah di bulan Ramadhan. Pada kategori ini, hadis yang ditampilkan tersebar dalam 3 postingan dan terdiri dari 7 hadis, . Adapun isu tema mengenai bid'ah di bulan Ramadhan ialah bid'ah melafazkan niat puasa “*nawaitu shouma ghodin*” (H. R. Nasā'ī No. 2333, H. R. Ibnu Mājah No. 1700, dan H. R. Abū Dāwud No. 2454), waktu imsak itu bid'ah (H. R. Muttawaq ‘Alaih), dan perayaan nuzulul qur'an adalah bid'ah (H. R. Bukhārī No. 20 dan Muslim No. 1718). Ketiga, bid'ah dalam tradisi. Hasil pemetaan pada isu ini menjadi pemetaan yang paling banyak yaitu 15 postingan yang terdiri dari 11 hadis. Beberapa tema yang masuk kategori ini seperti, bid'ah mengkhususkan yasinan setiap malam jumat adalah bid'ah (H. R. Al-Ashbahaani), selametan kehamilan 4 atau 7 bulanan Bid'ah (H. R. Muslim 1718), rebo wekasan bid'ah (H. R.

Muslim 1718), perayaan hari ibu Itu bid'ah (H. R. An Nasā'ī No. 1557), dan menambahkan *ar-rahmana ar-rahim* dalam bacaan bismillah sebelum makan bid'ah (H. R. Bukhārī 5376, Muslim 2022, Tirmīzī 1858, dan Abū Dāwud 3767).

2. Akun Instagram @Ittibarasull diidentifikas sebagai user yang mempunyai pemahaman agama dengan menekankan pada penggunaan simbolisasi agama yang sesuai dengan pemaknaan hadis secara literalnya. Posisi user ini memberikan hasil bahwa media sosial digunakan sebagai *languages*. Media sebagai bahasa memfokuskan pada bagaimana media memformat agama dan membingkai hubungan antara pengirim, isu, dan penerima, dalam artian terdapat hal lain yang tidak ditemukan oleh orang tentang agama di dunia realita, misalnya makna hadis yang dideskripsikan dalam bentuk gambar. Selanjutnya proses mediatisasi tersebut kemudian membentuk mediasi agama dalam aspek *religious media*, yaitu media sebagai medium pemahaman keagamaan.

B. Saran

Dengan sadar penulis mengakui bahwa dalam penelitian ini tidak lepas dari kekurangan dengan harapan dapat dikembangkan oleh peneliti berikutnya untuk menyinggung beberapa aspek yang belum disinggung dalam tulisan ini. Adapun beberapa saran yang dapat penulis berikan dari keterbatasan dan kekurangan dari penelitian ini yaitu:

1. Fokus objek material dalam tulisan ini hanya pada satu media dan satu akun yaitu platform Instagram dengan nama akun @Ittibarasul1. Peneliti berikutnya mungkin dapat mengembangkan dengan mengkomparasikan dengan media lain ataupun dengan akun yang lain. Selain itu, peneliti berikutnya dapat menggunakan objek formal kontestasi dengan melihat respon netizen pada kolom komentar di beberapa postingan yang diunggah.
2. Fokus tulisan ini juga hanya pada aspek kajian hadis-hadis Nabi dalam Instagram @Ittibarasul1, padahal akun tersebut juga banyak menghadirkan ayat-ayat Al-Qur'an dalam postingannya. Peneliti selanjutnya mungkin dapat mengisi kekosongan terhadap penggunaan atau pengutipan ayat-ayat Al-Qur'an dalam akun Instagram @Ittibarasul1.
3. Bagi seluruh masyarakat pengguna media sosial hendaknya lebih bijak dan teliti dalam memilih dan memilih media yang digunakan dalam mencari referensi dan rujukan seputar kajian keagamaan.

**SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

DAFTAR PUSTAKA

- “(2) Inbox • Chats.” Diakses 17 Januari 2025.
https://www.instagram.com/reel/Cnc_t1Pr8nr/.
- “(2) Inbox • Chats.” Diakses 17 Januari 2025.
<https://www.instagram.com/reel/ClhZqC2BFIQ/>.
- “(2) Inbox • Chats.” Diakses 17 Januari 2025.
<https://www.instagram.com/reel/CnF0SqAMMfA/>.
- “(6) Manhaj Salaf | Facebook.” Diakses 1 Desember 2024.
https://www.facebook.com/ittibarasul1/about_profile_transparency.
- Abdullah, Irwan Abdullah Irwan. “Di Bawah Bayang-Bayang Media : Kodifikasi, Divergensi, Dan Kooptasi Agama Di Era Internet.” *Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan* 12, no. 2 (1 Desember 2017): 116–21.
- akseswev. “10 Fitur Instagram yang Dapat Membantu Memasarkan Produk.” *Tokoweb.co* (blog), 29 Desember 2022.
<https://tokoweb.co/fitur-instagram/>.
- “Al-Eman | إيمان.” Diakses 4 Desember 2024. <http://www.al-eman.com/index.htm>.
- Andesra, Aan. “Resepsi Hadits Pada Video Konten Akun TikTok Aden Al-Furqon.” *Istinarah: Riset Keagamaan, Sosial dan Budaya* 6, no. 1 (30 Juni 2024): 23–37. <https://doi.org/10.31958/istinarah.v6i1.11897>.
- Asqalani, Ahmad Ibn 'Ali Ibn Hajar. *Fath Al-Baari syarh Shahih Al-Bukhari*. Beirut: Dar al Kutub al 'Ilmiyyah, 2003.
- . *Fath Al-Baari syarh Shahih Al-Bukhari*. Vol. 1. Beirut: Dar al Kutub al 'Ilmiyyah, 2003.
- Asqalani, Ibn Hajar al-. *Tahdzib al-Tahdzib*. Dar al-Kitab al-Islamiy, t.t.
- . *Taqrib al-Tahdzib*. Syuria: Dar al-Rasyid, 1987.
- As-Suyuti, Jalaluddin. *Sunan An-Nasa'i al-musamma bi al-mujtaba bi syarhi Al-Hafidh Jalaluddin As-Suyuti*. Beirut: Dar al Fikr, 2009.
- Aulia, Nisa Nur, dan UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. “Islam Dan Mediatisasi Agama.” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 1 (2017).
- B, Matthew. “Qualitative Data Analysis. A Methods Sourcebook.” *German Journal of Human Resource Management: Zeitschrift Für Personalforschung* 28, no. 4 (November 2014): 485–87.
- Badruzzaman, Aceng, dan Muhammad Najmuddin Dwi Miharja. “Peningkatan Kualitas Literasi Santri Pondok Pesantren Quran Al-Lathifah Menggunakan Digital Library Maktabah Syamilah.” *DINAMIKA : Jurnal Kajian Pendidikan Dan Keislaman* 8, no. 1 (27 Juni 2023): 1–15.
- Batubara, Hamdan Husein. “Pemanfaatan Ensiklopedi Hadis Kitab 9 Imam sebagai Media dan Sumber Belajar Hadis.” *Muallimuna : Jurnal Madrasah Ibtidaiyah* 2, no. 2 (28 Mei 2017): 63–74.
<https://doi.org/10.31602/muallimuna.v2i2.769>.

- Dadah, Dadah, Casram Casram, dan Ecep Ismail. "Lidwa Pusaka Application in Learning Hadith." Dalam *Proceedings of the Proceedings of the 2nd International Conference on Quran and Hadith Studies Information Technology and Media in Conjunction with the 1st International Conference on Islam, Science and Technology, ICONQUHAS & ICONIST, Bandung, October 2-4, 2018, Indonesia.* Bandung, Indonesia: EAI, 2020. <https://doi.org/10.4108/eai.2-10-2018.2295443>.
- Dalimunthe, Reza Pahlevi. "Efektivitas Aplikasi Lidwa Pusaka Terhadap Pembelajaran Hadits Dan Ilmu Hadits Di Jurusan Ilmu Hadis." Monograph. Bandung: LP2M, Desember 2019. <https://etheses.uinsgd.ac.id/30162/>.
- Fikriyyah, Dliya Ul. "Telaah Aplikasi Hadis (Lidwa Pusaka)." *Jurnal Studi Ilmu-Ilmu Al-Qur'an Dan Hadis* 17, no. 2 (2016): 271–86. <https://doi.org/10.14421/qh.2016.1702-07>.
- "Hadith | Hadith library | Search hadith | ahadith.co.uk." Diakses 4 Desember 2024. <https://ahadith.co.uk/>.
- "Hadits-Hadits Shohih | Facebook." Diakses 4 Desember 2024. https://www.facebook.com/groups/394568780752226/about?local_e=id_ID.
- Hadits.Site. "Hadits.Site | Mencari Hadits Dan Derajatnya." Diakses 4 Desember 2024. <https://hadits.site/home>.
- Hafidhuddin, Hafidhuddin. "Kontestasi Hadis di Era Multimedia: Kajian Hadis di Youtube Mengenai Alat Musik." *Al-Bayan: Jurnal Ilmu al-Qur'an dan Hadist* 5, no. 1 (2022): 30–42. <https://doi.org/10.35132/albayan.v5i1.182>.
- Hepp, Andreas, Stig Hjarvard, dan Knut Lundby. "Mediatization: Theorizing the Interplay between Media, Culture and Society." *Media, Culture & Society* 37, no. 2 (Maret 2015): 314–24. <https://doi.org/10.1177/0163443715573835>.
- Hidayat, Taufik. *Lebih Dekat Dengan Facebook*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013.
- Hjarvard, Stig. "Mediatization and the Changing Authority of Religion." *Media, Culture & Society* 38, no. 1 (Januari 2016): 8–17. <https://doi.org/10.1177/0163443715615412>.
- . "The Logics of the Media and the Mediatized Conditions of Social Interaction," 63–84. *Transforming Communications – Studies in Cross-Media Research*. Cham: Springer International Publishing, 2018. https://doi.org/10.1007/978-3-319-65756-1_4.
- . "The Mediatisation of Religion: Theorising Religion, Media and Social Change." *Culture and Religion* 12, no. 2 (Juni 2011): 119–35. <https://doi.org/10.1080/14755610.2011.579719>.

- . *The Mediatization of Culture and Society*. New York: Routledge, 2013.
- . “Three Forms of Mediatized Religion: Changing the Public Face of Religion.” *State Religion and Church in Russia and Worldwide* 38, no. 2 (2020): 41–75.
- Hjavard. “The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change.” *Northern Lights* 6, no. 1 (2008).
<https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9/1>.
- Imron, Ali. *Metodologi Penelitian Hadis Nabi Dengan Software Gawami’ al-Kalim*. Sleman, Yogyakarta: Q-MEDIA, 2019.
- “Instagram.” Diakses 4 Januari 2025.
https://www.instagram.com/p/B_a_KF2Bk-z/.
- “Instagram.” Diakses 4 Januari 2025.
<https://www.instagram.com/p/CxrBXcLh0dI/>.
- Isbaria. “Mediatasi Hadis Pada Aplikasi Tiktok.” Masters, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2022.
https://doi.org/10.2/20205031045_BAB-II_sampai_SEBELUM-BAB-TERAKHIR.pdf.
- Isbaria, Isbaria. “Perkembangan Pemikiran Hadis Di Indonesia: Peran Dan Prospek Keilmuan Hadis Perguruan Tinggi.” *Tahdis: Jurnal Kajian Ilmu Al-Hadis* 13, no. 1 (27 Juli 2022): 37–53.
<https://doi.org/10.24252/tahdis.v13i1.26328>.
- “Ittibarasul | Manhaj Salaf (@ittibarasul1) • Instagram Photos and Videos,” 30 Juli 2020. <https://www.instagram.com/ittibarasul1/>.
- “Ittibarasul | Manhaj Salaf (@ittibarasul1) • Instagram Photos and Videos,” 20 Mei 2021. <https://www.instagram.com/ittibarasul1/reels/>.
- “Ittibarasul | Manhaj Salaf (@ittibarasul1) • Instagram Photos and Videos,” 5 Agustus 2021. <https://www.instagram.com/ittibarasul1/reels/>.
- “Ittibarasul | Manhaj Salaf (@ittibarasul1) • Instagram Photos and Videos,” 6 November 2021. <https://www.instagram.com/ittibarasul1/reels/>.
- “Ittibarasul | Manhaj Salaf (@ittibarasul1) • Instagram Photos and Videos,” 27 Januari 2022. <https://www.instagram.com/ittibarasul1/>.
- “Ittibarasul | Manhaj Salaf (@ittibarasul1) • Instagram Photos and Videos,” 27 Januari 2022. <https://www.instagram.com/ittibarasul1/reels/>.
- “Ittibarasul | Manhaj Salaf (@ittibarasul1) • Instagram Photos and Videos,” 25 Maret 2022. <https://www.instagram.com/ittibarasul1/reels/>.
- “Ittibarasul | Manhaj Salaf (@ittibarasul1) • Instagram Photos and Videos,” 2 Oktober 2022. <https://www.instagram.com/ittibarasul1/reels/>.
- “Ittibarasul | Manhaj Salaf (@ittibarasul1) • Instagram Photos and Videos,” 19 Desember 2022. <https://www.instagram.com/ittibarasul1/reels/>.

- “Ittibarasul | Manhaj Salaf (@ittibarasul1) • Instagram Photos and Videos,” 14 April 2023. <https://www.instagram.com/ittibarasul1/>.
- “Ittibarasul | Manhaj Salaf (@ittibarasul1) • Instagram Photos and Videos,” 17 Mei 2023. <https://www.instagram.com/ittibarasul1/>.
- “Ittibarasul | Manhaj Salaf (@ittibarasul1) • Instagram Photos and Videos,” 21 Februari 2024. <https://www.instagram.com/ittibarasul1/>.
- “ittibarasul | Manhaj Salaf (@ittibarasul1) • Instagram photos and videos.” Diakses 5 Juni 2024. <https://www.instagram.com/ittibarasul1/>.
- Kang Aswad. “Kang Aswad,” 10 April 2013. <https://fawaidakangaswad.id/>.
- Kindarto, Asdani. *Belajar Sendiri Youtube*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008.
- Krüger, Oliver. “The ‘Logic’ of Mediatization Theory in Religion:: A Critical Consideration of a New Paradigm.” *Marburg Journal of Religion* 20, no. 1 (8 Oktober 2018). <https://doi.org/10.17192/mjr.2018.20.7699>.
- Lubis, Yeni Amalia, dan Sawaluddin Siregar. “Mediatiasi Hadis di Instagram: Pemaknaan Hadis dalam Akun @Kprsyariah.co.id dan @Kreditrumahsyariah.info.” *Al FAWATIH:Jurnal Kajian Al Quran dan Hadis* 5, no. 1 (12 Juni 2024): 93–109. <https://doi.org/10.24952/alfawatih.v5i1.11125>.
- Lukman, Fadhli. “Tafsir Sosial Media Di Indonesia.” *Nun: Jurnal Studi Alquran Dan Tafsir Di Nusantara* 2, no. 2 (30 Oktober 2016): 117–39. <https://doi.org/10.32495/nun.v2i2.59>.
- Lundby, Knut. “1. Mediatization of Communication.” Dalam *Mediatization of Communication*, disunting oleh Knut Lundby, 3–38. DE GRUYTER, 2014. <https://doi.org/10.1515/9783110272215.3>.
- Maulana, Luthfi. “Peridesasi Perkembangan Studi Hadits (Dari Tradisi Lisan/Tulisan Hingga Berbasis Digital).” *ESENSIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 17, no. 1 (1 April 2016): 111–23. <https://doi.org/10.14421/esensia.v17i1.1282>.
- Mazzoleni, Gianpietro. “Mediatization of Politics.” Dalam *The International Encyclopedia of Communication*, disunting oleh Wolfgang Donsbach, 1 ed. Wiley, 2008. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecm062>.
- Media, Kompas Cyber. “Berita Terkini Harian Apa Itu Feed Instagram Terbaru Hari Ini.” KOMPAS.com. Diakses 18 Januari 2025. <https://www.kompas.com/tag/apa-itu-feed-instagram>.
- “Mengenal Apa Itu Instagram Reels, Fitur Baru yang Disebut-sebut Mirip TikTok Halaman all - Kompas.com.” Diakses 18 Januari 2025. <https://www.kompas.com/tren/read/2021/06/24/073100065/mengenal-apa-itu-instagram-reels-fitur-baru-yang-disebut-sebut-mirip-tiktok?page=all>.
- Miski, Miski. “Fenomena meme hadis celana cingkrang dalam media sosial.” *Harmoni* 16, no. 2 (2017): 291–306.

- Miski, Miski, dan Putri Ghoida' Habibillah. "Alteration of hadith functions in TikTok social media." *Jurnal Living Hadis* 7, no. 1 (18 September 2022): 97–120.
- Mizzi, Abū al-Hajjāj Yusuf al-. *Tahzīb al-Kamāl fī Asmā' al-Rijāl*. Beirut: Muassasah al-Risalah, 1983.
- Muhafizah, NIM : 20205031006. "Epistemologi Penafsiran Di Media Sosial (Studi Analisis Akun Instagram @quranreview)." Masters, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2022. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/53398/>.
- Muhammad Arman Al Jufri. "Mediatasi Al-Qur'an: Analisi Metafora Media Atas Visualisasi Pesan Al-Qur'an Dalam Film Ustad Milenial," 2023.
- Mundzir, Muhammad. "Gender Construction in Manhaj Salaf's Account: A Study of Hadith Content on the Existence of Women in Public Sphere." *DINIKA : Academic Journal of Islamic Studies* 6, no. 2 (30 Desember 2021): 235–62. <https://doi.org/10.22515/dinika.v6i2.4073>.
- Mustautina. "Resepsi Al-Qur'an Pada Konten Qur'ani Pada Aplikasi TikTok." Masters, UIN SUNAN KALIJAGA Yogyakarta, 2021.
- Pangestu, Perdana Putra. "Efektivitas Dakwah Hadis dalam Media Sosial: Analisis atas Teori Framing Robert N. Entman." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 6, no. 1 (24 Juni 2021): 67–82.
- PayPal.Me. "Pay Danns Bass Using PayPal.Me." Diakses 4 Desember 2024. https://www.paypal.com/paypalme/dannsbass?country.x=ID&locale.x=en_US.
- Prasas Ahmad Rifai. "Analisis Isi Pesan Dakwah Salafi Akun Ittibarasul Media Sosial Instagram," 2021.
- Putra, Hari. "Komodifikasi Hadis Hijrah fest (Studi Kasus Instagram Hijrah Fest)." Master's Thesis, Jakarta, Fakultas Ushuluddin, UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, t.t.
- Saefudin, Maulana Wahyu, Agus Suyadi Raharusun, dan Muhammad 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>.
- Shari, Mira Fitri. "Bentuk Mediatasi Hadis Berupa Video: Respon Netizen Terhadap Video Pendek Mengenai Hadis Di Aplikasi Tiktok." *Jurnal Moderasi* 1, no. 2 (27 Desember 2021): 169–84.
- Statista. "Biggest Social Media Platforms by Users 2024." Diakses 4 Desember 2024. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>.
- Stegner, Ben. "What Is WhatsApp, and Why Is It So Popular?" MUO, 21 November 2021. <https://www.makeuseof.com/what-is-whatsapp-why-is-it-so-popular/>.

- “Sunnah.com - Sayings and Teachings of Prophet Muhammad (صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ).” Diakses 3 Desember 2024. <https://sunnah.com/>.
- Suryadilaga, Muhammad Alfatih. “Kajian Hadis Di Era Global.” *ESENSIA* Vol.15, no. No. 2 (1 September 2014): 199–211.
- Syamsul Ma’arif Ilyas. “Mediatasi Pemaknaan Ayat-Ayat Keluarga Dalam Instagram @KELUARGAHAMZI.” Masters, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2023. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/63636/>.
- X (formerly Twitter). “Ittibarasul1 (@ittibarasul1) / X,” 29 Juli 2024. <https://x.com/ittibarasul1>.
- YouTube. “Manhaj Salaf TV.” Diakses 1 Desember 2024. https://www.youtube.com/channel/UCFR1n2-w_6FywurXU8OM8dQ.
- Žahabī, Muhammad Ibn Ahmad Ibn ’Ustamān al-. *Siyar A’lām al-Nubalā’*. Beirut: Muassasah al-Risālah, t.t.
- “تخریج حديث | Cari Hadis Online.” Diakses 4 Desember 2024. <https://carihadis.com/>.