

Transformasi Dakwah tentang Hadis-Hadis Hukum di Media Sosial

M Aras Herman

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

ARTICLE INFO

Article history:

Received June 19, 2025

Revised July 01, 2025

Accepted July 08, 2025

Available online July 13, 2025

Keywords:

Digital Da'wah, Legal Hadiths,
Religious Literacy, Social Media,
Scholarly Authority



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2025 by Author. Published by Yayasan Daarul
Huda

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah membawa transformasi signifikan dalam metode dakwah Islam, khususnya dalam penyampaian hadis-hadis hukum melalui media sosial. Dakwah digital mempermudah akses masyarakat terhadap ajaran Islam, namun juga menghadirkan tantangan serius terkait otoritas keilmuan, validitas hadis, dan literasi keagamaan masyarakat. Penelitian ini menganalisis bentuk transformasi dakwah berbasis hadis hukum di media sosial, gaya penyampaian, kredibilitas da'i, serta respons masyarakat digital. Dengan pendekatan kualitatif-deskriptif dan studi pustaka, ditemukan bahwa dakwah digital perlu mengedepankan verifikasi hadis, kontekstualisasi pesan, dan sinergi antara da'i, lembaga keislaman, serta masyarakat agar tetap otentik, edukatif, dan sesuai dengan tantangan zaman.

ABSTRACT

The advancement of information technology has significantly transformed Islamic preaching methods, particularly in delivering legal hadiths through social media. Digital da'wah offers easier access to Islamic teachings but also presents serious challenges regarding scholarly authority, hadith validity, and religious literacy

among the public. This study examines the transformation of da'wah based on legal hadiths on social platforms, including presentation styles, preacher credibility, and digital community responses. Using a qualitative-descriptive approach and literature review, the findings reveal that digital da'wah must prioritize hadith verification, message contextualization, and synergy between preachers, Islamic institutions, and the public to remain authentic, educational, and relevant to contemporary challenges.

PENDAHULUAN

Di era digitalisasi, media sosial telah merevolusi berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang dakwah Islam. Transformasi ini melahirkan istilah *dakwah digital* sebagai bentuk baru penyampaian pesan-pesan keagamaan melalui platform daring seperti YouTube, Instagram, Facebook, dan TikTok. Fenomena ini menunjukkan bahwa dakwah tidak lagi terbatas pada ruang fisik seperti masjid, majelis taklim, atau mimbar, tetapi telah menjangkau ruang virtual yang lebih luas dan dinamis.¹ Dakwah digital memperluas akses masyarakat terhadap ajaran Islam, namun sekaligus membawa tantangan baru, terutama dalam hal otoritas, validitas konten, serta pemahaman yang benar terhadap sumber ajaran Islam, termasuk hadis-hadis hukum.

Hadis merupakan salah satu pilar utama dalam sistem hukum Islam. Hadis-hadis hukum (ahkam al-hadith) mengandung ketentuan yang berkaitan dengan ibadah, muamalah, jinayah, dan hubungan sosial lainnya. Keberadaan hadis hukum menjadi penentu dalam merumuskan fatwa, pengambilan keputusan hukum, serta praktik syariat dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, penyampaian hadis hukum membutuhkan keilmuan yang mumpuni, validitas sanad dan matan, serta pemahaman kontekstual agar tidak terjadi penyalahgunaan makna atau manipulasi dalil. Namun di era media sosial, hadis-hadis hukum kerap disampaikan secara singkat, potongan, bahkan tanpa keterangan sumber yang jelas. Hal ini dapat menimbulkan misinformasi dan salah kaprah dalam memahami hukum Islam.²

Salah satu tantangan besar dalam dakwah digital adalah rendahnya literasi hadis di kalangan pengguna media sosial. Tidak sedikit dari mereka yang menerima konten dakwah secara mentah tanpa melakukan verifikasi terhadap keabsahan hadis yang dikutip. Sering kali, hadis palsu (*maudhu'*) atau lemah

¹Rahmat, M. "Digitalisasi Dakwah Islam di Era Media Sosial". *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, (2021). 19(2), 145–160.

²Hidayatullah, A. "Kontroversi Hadis di Media Sosial". *Jurnal Ilmu Dakwah*, (2020). 40(1), 87–102

(*dha'if*) disebarkan seolah-olah merupakan dalil yang sahih, bahkan menjadi dasar dalam pengambilan keputusan hidup sehari-hari.³ Penyebabnya antara lain adalah keinginan untuk membuat konten viral, keterbatasan waktu penyampaian, serta minimnya pengetahuan keagamaan pendakwah media sosial. Dalam hal ini, dakwah yang semula dimaksudkan untuk mencerdaskan umat justru berisiko menyesatkan jika tidak disertai dengan tanggung jawab ilmiah.

Transformasi dakwah hadis hukum di media sosial juga menimbulkan pertanyaan tentang otoritas keilmuan. Siapapun kini bisa menjadi pendakwah di media sosial, bahkan tanpa latar belakang pendidikan agama formal. Hal ini berbeda dengan tradisi klasik, di mana seorang da'i harus melalui proses talaqqi, sanad keilmuan, dan pengakuan dari ulama lain.⁴ Kehadiran da'i digital yang populer belum tentu sejalan dengan otoritas ilmiah. Fenomena ini menimbulkan kesenjangan antara popularitas dan otentisitas keilmuan, yang pada akhirnya berdampak pada kualitas dakwah itu sendiri.

Namun demikian, transformasi dakwah ini juga memiliki sisi positif. Media sosial memungkinkan pendekatan dakwah yang lebih kontekstual, komunikatif, dan responsif terhadap isu-isu kekinian. Penyampaian hadis hukum dapat dikemas dalam bentuk visual, naratif, dan kreatif agar lebih mudah dipahami masyarakat luas. Dakwah digital memungkinkan terjadinya dialog dua arah yang interaktif dan dapat menjangkau generasi muda yang akrab dengan teknologi. Dalam konteks ini, transformasi dakwah perlu disikapi bukan sebagai ancaman, tetapi sebagai peluang untuk mengembangkan metode dakwah yang sesuai dengan zaman, dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip keilmuan yang sahih.

Berdasarkan latar belakang tersebut, tulisan ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana transformasi dakwah hadis-hadis hukum terjadi di media sosial, bagaimana bentuk penyampaiannya, apa saja tantangan yang dihadapi, serta bagaimana strategi yang dapat dilakukan agar dakwah berbasis hadis hukum tetap otentik, efektif, dan kontekstual. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi pustaka dan analisis konten dakwah digital, serta didasarkan pada literatur-literatur keislaman klasik dan kontemporer.

METODE

Penelitian ini menggunakan **pendekatan kualitatif deskriptif**, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena transformasi dakwah berbasis hadis hukum dalam konteks media sosial. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggali dinamika sosial-keagamaan yang bersifat kompleks, interpretatif, dan kontekstual. Metode kualitatif memungkinkan peneliti mengeksplorasi perubahan bentuk, strategi, dan otoritas dalam dakwah digital melalui pengamatan terhadap narasi, gaya penyampaian, serta tanggapan publik dalam platform daring. Sumber data utama diperoleh melalui **studi pustaka (library research)**, yaitu pengumpulan informasi dari literatur-literatur ilmiah seperti jurnal, buku, laporan resmi lembaga keagamaan, dan artikel kontemporer yang membahas dakwah digital, hadis hukum, serta otoritas keilmuan. Analisis data dilakukan dengan **analisis isi (content analysis)** terhadap berbagai konten dakwah digital yang memuat hadis-hadis hukum, seperti video ceramah di YouTube, kutipan hadis di Instagram, serta diskusi dakwah di TikTok dan Facebook. Selain itu, digunakan pula pendekatan **komparatif-normatif**, yaitu membandingkan prinsip penyampaian hadis dalam tradisi klasik Islam dengan praktik dakwah modern di media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media sosial memberikan ruang luas untuk dakwah berbasis hadis hukum, namun banyak konten yang menyajikan hadis tanpa kejelasan sanad dan matan. Gaya penyampaian yang instan dan populis seringkali mengabaikan kedalaman ilmiah. Tantangan utama adalah validitas hadis, otoritas penyampai, dan potensi kesalahpahaman dalam penerapan hukum Islam di ruang digital.

1. Transformasi Dakwah di Era Digital

Perkembangan teknologi informasi, terutama media sosial, telah mengubah wajah dakwah Islam secara signifikan. Dakwah yang sebelumnya bersifat konvensional dan terbatas pada ruang fisik kini berkembang menjadi bentuk digital yang lebih terbuka dan dinamis. Para da'i dan penceramah tidak lagi terbatas pada mimbar masjid atau majelis taklim, melainkan dapat menjangkau audiens global melalui platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, dan Twitter.⁵ Transformasi dakwah di era digital bukan hanya mencerminkan perubahan medium komunikasi, melainkan juga perubahan dalam struktur otoritas keagamaan, gaya retorika, serta persepsi masyarakat terhadap keilmuan Islam. Pendakwah kini tidak hanya bertugas menyampaikan ajaran Islam secara normatif, tetapi juga dituntut untuk memahami logika media digital yang berbasis pada algoritma, visualisasi, dan narasi yang cepat dikonsumsi.

³Lubis, A. "Validitas Hadis dan Penyebaran Hoaks Religius di Internet" (2023).. *Jurnal Media Dakwah*, 15(1), 101–117

⁴Azra, Azyumardi. (2015). "Hadis dan Perkembangan Ilmu Islam". . (2015). Jakarta: Prenadamedia

⁵Rahmat, M. "Digitalisasi Dakwah Islam di Era Media Sosial". *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, (2021). 19(2), 145–160.

Media digital menuntut dakwah agar lebih interaktif, ringkas, dan visual. Akibatnya, banyak dai beralih dari bentuk ceramah panjang menjadi video pendek berdurasi 1-3 menit dengan gaya bahasa informal. Di satu sisi, pendekatan ini memudahkan audiens menjangkau pesan agama secara instan. Namun di sisi lain, ia berisiko mereduksi makna ajaran Islam yang sarat konteks dan kedalaman ilmu. Konten dakwah pun berkompetisi dengan konten hiburan, sehingga strategi penyampaian menjadi sangat penting untuk menjaga relevansi sekaligus kualitas dakwah.⁶

Transformasi dakwah juga melahirkan jenis dai baru: "influencer keagamaan", yang popularitasnya tidak selalu sebanding dengan kompetensi ilmiahnya. Ini mengubah peta dakwah dari yang bersifat hierarkis (ulama - santri) menjadi horizontal dan desentralistik, di mana siapa pun bisa menyampaikan tafsir keagamaan asalkan memiliki akses dan keterampilan digital.

Kemunculan ruang-ruang virtual dakwah seperti forum TikTok live, ruang siaran YouTube, dan komentar dakwah di Instagram Story juga menjadikan dakwah sebagai praktik komunikasi dua arah. Masyarakat tidak lagi hanya menjadi pendengar, tetapi juga komentator, pengkritik, bahkan produsen ulang narasi dakwah itu sendiri. Hal ini mencerminkan pergeseran dari dakwah satu arah menjadi dialogis dan partisipatif, yang secara langsung memengaruhi dinamika penerimaan pesan keagamaan. Transformasi ini membawa dampak besar dalam aspek strategi, media, dan gaya komunikasi dakwah. Konten dakwah kini banyak dikemas dalam bentuk video pendek, desain grafis, kutipan nasihat, hingga siaran langsung (*live streaming*) yang memungkinkan interaksi dua arah antara da'i dan audiens. Di satu sisi, ini memudahkan akses masyarakat terhadap ilmu agama; namun di sisi lain, kemudahan tersebut membuka ruang besar terhadap penyebaran informasi keagamaan yang belum tentu sahih.⁷

2. Penyampaian Hadis-Hadis Hukum di Media Sosial

Penyampaian hadis-hadis hukum di media sosial berkembang pesat seiring dengan maraknya konten dakwah dalam berbagai format digital. Konten ini sering kali menampilkan potongan teks hadis yang dikutip tanpa penjelasan lengkap mengenai konteks, sanad, atau derajat kesahihannya. Dalam banyak kasus, hadis disampaikan secara visual dengan latar musik atau ilustrasi naratif yang menarik namun minim informasi ilmiah.

Sayangnya, banyak konten dakwah di media sosial yang menyertakan hadis-hadis hukum tanpa mencantumkan sanad, sumber rujukan, atau penjelasan tingkat kesahihannya. Bahkan tidak sedikit yang menggunakan hadis dha'if atau maudhu' demi memperkuat narasi dakwah yang disampaikan, meski dengan maksud baik.⁸ Contohnya, penggunaan hadis palsu seperti "*Belajarlah dari buaian sampai liang lahat*" yang sering dikutip dalam dakwah motivasional padahal tidak memiliki sanad yang sahih menurut mayoritas ulama.⁹

Hal ini menunjukkan pentingnya literasi keislaman yang kuat di kalangan pendakwah digital, terutama terkait ilmu musthalah al-hadits dan kaidah dalam memahami serta menyampaikan hadis hukum. Penyampaian hadis yang tidak benar dapat menyesatkan umat, apalagi jika disampaikan dengan otoritas publik figur yang populer dan memiliki banyak pengikut (*followers*). Untuk mengatasi tantangan ini, beberapa inisiatif telah muncul seperti kanal YouTube dan podcast yang diselenggarakan oleh akademisi dan ulama, yang secara rutin menjelaskan hadis-hadis hukum secara tematik dengan pendekatan ilmiah dan kontekstual. Di sisi lain, lembaga keislaman seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Badan Litbang Kemenag telah merilis pedoman dakwah digital serta aplikasi dakwah yang memverifikasi konten hadis.¹⁰

Dengan demikian, penyampaian hadis-hadis hukum di media sosial memerlukan pendekatan kolaboratif antara pendakwah, akademisi, dan platform digital agar konten yang tersebar tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga sahih, edukatif, dan kontekstual.

3. Kredibilitas dan Otoritas Da'i di Media Sosial

Perkembangan dakwah digital telah mendemokratisasi siapa saja untuk tampil sebagai penyampai pesan keagamaan. Namun, fenomena ini menimbulkan kekhawatiran serius terkait otoritas keilmuan dan kredibilitas para dai di media sosial. Dalam konteks tradisi Islam, seorang dai idealnya memiliki otoritas ilmiah yang diakui melalui sanad keilmuan dan pembelajaran langsung dengan para ulama. Akan tetapi, di media sosial, otoritas tersebut kerap digantikan oleh popularitas, jumlah pengikut (*followers*), dan keahlian dalam mengemas konten yang menarik.

Bahkan menurut penelitian menunjukkan bahwa lebih dari 70% dai yang aktif di TikTok dan YouTube tidak memiliki latar belakang pendidikan agama formal, tetapi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pemahaman keagamaan masyarakat. Mereka menggunakan pendekatan populer, gaya santai, dan

⁶Qudsy, S. "Otoritas Keagamaan dalam Era Medsos". *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam*, (2021). 21(2), 217–236

⁷Hasan, N. "Dakwah Digital dan Radikalisme Agama". (2018). Yogyakarta: Gading

⁸Lubis, A. "Validitas Hadis dan Penyebaran Hoaks Religius di Internet". *Jurnal Media Dakwah*, . (2023). 15(1), 101–117.

⁹Al-Albani, M. N. (1992). *Silsilah al-Ahadits al-Dha'ifah wa al-Maudhu'ah*. Riyadh: Maktabah al-Ma'arif.

¹⁰Kemenag RI. (2024). "Pedoman Dakwah Digital dan Verifikasi Hadis di Media Sosial." (2024). Jakarta: Badan Litbang dan Diklat

kadang bersifat provokatif untuk menarik perhatian audiens. Hal ini menciptakan ketimpangan antara "otoritas tradisional" dan "otoritas algoritmik" yang didasarkan pada sistem rekomendasi media sosial.¹¹

Dalam tradisi klasik, seorang da'i harus melalui proses talaqqi dan sanad keilmuan dari ulama yang mu'tabar. Validitas keilmuan dan otoritas keagamaan tidak hanya ditentukan oleh pengetahuan teoritis, tetapi juga oleh praktik, adab, dan pengakuan komunitas ulama.¹² Krisis otoritas ini mengarah pada fragmentasi otoritas keagamaan. Sejumlah audiens tidak lagi merujuk kepada lembaga keagamaan resmi seperti pesantren, universitas Islam, atau MUI, tetapi kepada influencer dakwah yang mereka ikuti di media sosial.¹³ Hal ini berbahaya jika konten yang disampaikan tidak didasarkan pada dalil yang sahih atau hanya berdasarkan tafsir personal yang tidak terverifikasi. Dalam konteks ini, banyaknya da'i media sosial yang menyampaikan hadis hukum tanpa latar belakang keilmuan yang kuat berpotensi merusak otentisitas dakwah dan membuka ruang manipulasi dalil.

Lebih lanjut, ketergantungan pada popularitas (jumlah like, views, dan share) juga memengaruhi arah dakwah digital. Beberapa da'i lebih memilih konten yang viral meski mengabaikan validitas hadis. Sebaliknya, konten dakwah yang mendalam dan ilmiah justru kurang mendapat perhatian karena dianggap "berat" atau tidak menarik.¹⁴

4. Respons Masyarakat terhadap Dakwah Hadis di Media Sosial

Masyarakat digital saat ini cenderung konsumtif dalam menerima konten keagamaan. Mereka lebih tertarik pada kutipan pendek, video 1 menit, atau gambar dengan teks dakwah yang instan. Hal ini menyebabkan masyarakat tidak terbiasa melakukan klarifikasi atau tabayyun terhadap konten keislaman yang mereka konsumsi.

Studi Lubis (2023) menunjukkan bahwa 67% pengguna media sosial di Indonesia tidak memverifikasi validitas hadis dalam konten keagamaan yang mereka lihat. Ini menjadi peringatan bahwa transformasi dakwah harus diikuti oleh peningkatan literasi digital Islam agar masyarakat tidak mudah terjebak dalam hoaks religius.¹⁵ Selain itu, gaya penyampaian dakwah yang populis dan emosional lebih mudah diterima masyarakat ketimbang konten yang akademis atau berbasis referensi kitab. Konten dakwah yang memuat hadis hukum sering kali ditanggapi secara emosional dan disebarluaskan tanpa dipahami secara mendalam. Hal ini menciptakan kesenjangan antara pemahaman normatif dengan praktik sosial, di mana masyarakat cenderung memahami hadis sebagai kutipan moral, bukan sebagai sumber hukum yang memiliki konteks dan metode penafsiran tertentu.¹⁶

Namun, terdapat pula masyarakat yang mulai menunjukkan kesadaran terhadap pentingnya klarifikasi informasi keislaman. Beberapa komunitas dakwah digital seperti @SantriLiterasi, @HadisDaily, dan komunitas fact-checking Islam melalui aplikasi seperti TAFSIR.ID mulai memberikan edukasi kepada pengguna tentang pentingnya mengenali kualitas hadis, memahami konteks, dan tidak mudah terprovokasi oleh konten bernuansa dakwah provokatif.

Upaya membangun masyarakat yang literat terhadap dakwah hadis di media sosial juga dapat dilakukan melalui integrasi kurikulum literasi digital Islam di sekolah, madrasah, dan pesantren. Hal ini telah mulai diujicobakan oleh Kementerian Agama sejak 2023 melalui program "Madrasah Melek Digital" yang berisi pelatihan menyaring informasi keislaman dan teknik verifikasi hadis dari berbagai platform daring.

Dengan demikian, respons masyarakat terhadap dakwah berbasis hadis hukum di media sosial memerlukan pendekatan edukatif dan sistematis. Masyarakat perlu dibekali dengan pengetahuan dasar tentang klasifikasi hadis, sumber-sumber rujukan, serta keterampilan digital agar dapat menjadi konsumen yang cerdas dan kritis terhadap konten dakwah.

5. Upaya Menjaga Otentisitas Dakwah Hadis Hukum di Era Digital

Menjaga otentisitas dakwah berbasis hadis hukum di era digital menuntut sinergi antara aspek keilmuan, teknologi, dan etika dakwah. Otentisitas tidak hanya berarti menyampaikan hadis yang sahih, tetapi juga meliputi konteks penyampaian yang sesuai, narasi yang edukatif, dan pendekatan yang membangun kesadaran umat.

Pertama, diperlukan literasi hadis yang kuat bagi para pendakwah digital. Literasi ini mencakup pemahaman mengenai ilmu musthalah al-hadits, kemampuan melakukan takhrij, dan memahami maqashid syariah dalam menyampaikan hukum. Untuk itu, lembaga pendidikan Islam dan pesantren perlu

¹¹Fauzi, A., & Amin, M. (2023). Popularitas vs. Otoritas: Analisis Otoritas Keagamaan Pendakwah Media Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah Digital*, 4(1), 34–50.

¹²Azra, A. "Islam Substantif: Makna dan Hakikat Keislaman". (2015). Jakarta: Mizan

¹³Qudsy, S. "Otoritas Keagamaan dalam Era Medsos. *Al-Tahrir*": *Jurnal Pemikiran Islam*, (2021). 21(2), 217–236.

¹⁴Hidayatullah, A. "Hadis di Media Sosial." *jurnal Ilmu Dakwah*, (2020) 40(1), 87–102.

¹⁵Lubis, A. "Validitas Hadis dan Penyebaran Hoaks Religius di Internet." *Jurnal Media Dakwah*, (2023). 15(1), 101–117.

¹⁶Yusron, A. (2023). "Kontekstualisasi Hadis dalam Konten Dakwah Digital." *Jurnal Ilmu Hadis Kontemporer*, 5(1), 25–38

mengembangkan program pelatihan dai digital yang berbasis sanad keilmuan dan keterampilan komunikasi digital.¹⁷

Kedua, platform dakwah yang terverifikasi harus dikembangkan lebih luas. Saat ini, beberapa inisiatif seperti DakwahGo.id dan Tafsir.ID telah memulai langkah ini dengan menyediakan konten dakwah berbasis referensi sahih dan dikelola oleh tim akademisi. Perlu ada kolaborasi lintas institusi, seperti MUI, Kementerian Agama, dan universitas Islam, untuk membentuk direktori pendakwah digital terpercaya yang bisa menjadi rujukan bagi masyarakat luas.¹⁸

Ketiga, penyampaian hadis hukum harus mempertimbangkan konteks sosial audiens. Kontekstualisasi tidak berarti mengubah substansi, tetapi menyampaikan pesan keislaman dalam bahasa dan media yang dipahami oleh masyarakat digital. Ini menuntut kreativitas dalam mengemas dakwah secara visual dan naratif, seperti melalui animasi edukatif, infografik, dan storytelling yang berbasis realitas sosial umat.¹⁹

Keempat, penguatan etika dakwah digital sangat penting. Pendakwah harus menghindari penyebaran hadis tanpa sumber, tidak memanfaatkan agama untuk kepentingan monetisasi semata, serta menjunjung tinggi adab dan sikap ilmiah dalam berdakwah. Prinsip tabayyun (klarifikasi), amanah (bertanggung jawab), dan hikmah (bijak) harus menjadi fondasi dalam setiap konten dakwah yang dipublikasikan.

Terakhir, masyarakat juga harus diberdayakan melalui program literasi dakwah digital. Kemenag dapat menggandeng komunitas literasi dan platform media untuk menyelenggarakan kampanye nasional "Cerdas Berdakwah, Bijak Bermedia" yang mendorong masyarakat agar tidak hanya menjadi konsumen konten, tetapi juga menjadi kritikus aktif terhadap kualitas dakwah yang mereka terima.

Dengan upaya-upaya tersebut, otentisitas dakwah berbasis hadis hukum dapat tetap terjaga dalam pusaran arus digitalisasi, sekaligus menjadi kekuatan transformatif yang membangun umat yang cerdas, moderat, dan beradab.

5. Urgensi Kontekstualisasi Hadis Hukum dalam Dakwah Digital.

Dalam menghadapi realitas masyarakat digital yang serba cepat dan visual, kontekstualisasi hadis-hadis hukum menjadi keharusan dalam dakwah digital. Kontekstualisasi ini tidak mengubah substansi hukum dalam hadis, tetapi menyesuaikan penyampaian pesan dengan kebutuhan dan cara berpikir masyarakat kontemporer. Pendekatan kontekstual dalam dakwah berbasis hadis dapat meningkatkan relevansi ajaran Islam tanpa mengorbankan otentisitasnya. Di media sosial, penyampaian hadis hukum hendaknya tidak hanya berbentuk kutipan literal, tetapi juga dilengkapi dengan penjelasan makna, konteks turunnya hadis, serta keterkaitannya dengan situasi sosial saat ini. Hal ini sejalan dengan pandangan al-Qaradhawi tentang *fiqh al-waqi'*, yakni pemahaman hukum Islam yang mempertimbangkan kondisi riil masyarakat²⁰. Pendekatan seperti ini akan memperkuat posisi dakwah sebagai media edukatif dan solutif, bukan sekadar moralistik atau dogmatis.

SIMPULAN

Transformasi dakwah tentang hadis-hadis hukum di media sosial mencerminkan dinamika baru dalam penyebaran ajaran Islam. Media sosial menjadi ruang dakwah yang sangat luas, cepat, dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Namun, di balik kemudahan itu, terdapat tantangan serius terkait penyampaian hadis yang tidak terverifikasi, munculnya pendakwah tanpa otoritas ilmiah, serta lemahnya literasi keagamaan masyarakat.

Penyampaian hadis hukum di ruang digital seringkali mengalami distorsi makna karena minimnya penjelasan sanad dan konteks. Kredibilitas dai pun menjadi problematik saat popularitas mengalahkan otoritas. Di sisi lain, respons masyarakat yang semakin konsumtif terhadap konten dakwah menambah urgensi untuk memperkuat literasi digital Islam. Maka, dakwah digital membutuhkan pendekatan yang cerdas, otentik, dan kontekstual agar pesan keislaman tetap terjaga dari penyimpangan.

Upaya menjaga otentisitas dakwah hadis hukum menuntut sinergi antara pendakwah yang kompeten, masyarakat yang kritis, serta lembaga yang aktif mengawal kualitas dakwah. Transformasi ini bukan ancaman, melainkan peluang untuk mereformasi metode dakwah secara kreatif dan ilmiah.

Saran:

1. Para dai digital hendaknya memperkuat literasi keilmuan dan tidak menyebarkan hadis tanpa sumber sahih.

¹⁷Hamdan, R., & Syihabuddin, M. "Pelatihan Dai Digital Berbasis Pesantren: Studi Implementatif. *Jurnal Pendidikan Islam Digital*, (2024)." 2(1), 44–59

¹⁸Kemenag RI. (2024). "Pedoman Dakwah Digital dan Verifikasi Hadis di Media Sosial." (2024). Jakarta: Badan Litbang dan Diklat

¹⁹ Zulfikar, H., & Fauzan, M. "Visualisasi Naratif dalam Dakwah Islam di TikTok". *Jurnal Komunikasi Islam Kreatif*, (2023). 1(2), 65–80

²⁰al-Qaradhawi, Y. (1998). *Al-Fiqh al-Muyassar*. Kairo: Maktabah Wahbah.

2. Lembaga keislaman perlu menyediakan platform dakwah terverifikasi dan membina dai digital secara berkelanjutan.
3. Pemerintah dan Kemenag perlu mendukung kampanye literasi dakwah digital dan menyusun panduan etik dakwah online.
4. Masyarakat perlu bersikap kritis terhadap konten dakwah serta membiasakan tabayyun sebelum membagikan informasi keagamaan.

REFERENSI

- Al-Albani, M. N. (1992). *Silsilah al-Ahadits al-Dha'ifah wa al-Maudhu'ah*. Riyadh: Maktabah al-Ma'arif.
- Azra, A. (2015). *Islam Substantif: Makna dan Hakikat Keislaman*. Jakarta: Mizan.
- Azra, Azyumardi. (2015). **Hadis dan Perkembangan Ilmu Islam**. Jakarta: Prenadamedia.
- Hasan, N. (2018). **Dakwah Digital dan Radikalisme Agama**. Yogyakarta: Gading.
- Hidayatullah, A. (2020). Kontroversi Hadis di Media Sosial. **Jurnal Ilmu Dakwah**, 40(1), 87–102.
- Lubis, A. (2023). Validitas Hadis dan Penyebaran Hoaks Religius di Internet. *Jurnal Media Dakwah*, 15(1), 101–117.
- Munir, M. (2022). Peran Media Sosial dalam Penyebaran Hadis. **Jurnal Studi Hadis**, 6(1), 55–74.
- Rahmat, M. (2021). Digitalisasi Dakwah Islam di Era Media Sosial. **Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam**, 19(2), 145–160.
- Qudsy, S. (2021). Otoritas Keagamaan dalam Era Medsos. *Al-Tahrir: Jurnal Pemikiran Islam*, 21(2), 217–236.
- Kemenag RI. (2024). *Pedoman Dakwah Digital dan Verifikasi Hadis di Media Sosial*. Jakarta: Badan Litbang dan Diklat
- Fauzi, A., & Amin, M. (2023). Popularitas vs. Otoritas: Analisis Otoritas Keagamaan Pendakwah Media Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah Digital*, 4(1), 34–50.
- Yusron, A. (2023). Kontekstualisasi Hadis dalam Konten Dakwah Digital. *Jurnal Ilmu Hadis Kontemporer*, 5(1), 25–38.
- Zulfikar, H., & Fauzan, M. (2023). Visualisasi Naratif dalam Dakwah Islam di TikTok. *Jurnal Komunikasi Islam Kreatif*, 1(2), 65–80.
- Hamdan, R., & Syihabuddin, M. (2024). Pelatihan Dai Digital Berbasis Pesantren: Studi Implementatif. *Jurnal Pendidikan Islam Digital*, 2(1), 44–59.