

RESEPSI HADIS TENTANG ISTIBTHA DALAM KONTEN REELS INSTAGRAM (TINJAUAN ATAS AKUN @khalidbasalamahofficial)

Risvan Rinaldi
UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta
risvanrinaldi@gmail.com

Abstract

This study analyzes the reception of hadiths conveyed through the Instagram Reels platform. The background of this research is driven by the rapid development of digital media, which influences the way religious messages, especially hadiths, are delivered and received. Instagram Reels, as a feature of Instagram, allows the presentation of short-duration video content that is more engaging to the younger generation and easier to absorb compared to longer videos. This study raises two research questions: first, the form of hadith reception and responses to the hadith content on the Reels Instagram account @khalidbasalamahofficial; and second, the functional reception analysis of the hadith content on the Reels Instagram account @khalidbasalamahofficial. This study employs a qualitative method with a field and library research approach. Primary data is obtained by identifying hadith content on the Reels Instagram account @khalidbasalamahofficial, while secondary data consists of relevant literature, both online and offline, as well as journals discussing hadiths. Data collection techniques are carried out through documentation study, which includes screenshots and an analysis of the comments on the uploaded videos. The results of this study show that, first, the shift of hadith texts from print format to visual media (video) makes the practice of hadith reception more flexible, allowing the messages to be more easily received by Instagram users. Second, it was found that positive responses demonstrate a more dominant functional reception compared to negative responses. This is reflected in the screenshots and analysis of comments on the uploaded videos, which indicate that the hadiths presented are well-received by the audience.

Keywords: Hadith, Reception, Media

Abstrak

Penelitian ini menganalisis resepsi hadis yang disampaikan melalui platform Reels Instagram. Latar belakang penelitian ini didorong oleh pesatnya perkembangan media digital yang memengaruhi cara penyampaian dan penerimaan pesan-pesan keagamaan, terutama hadis. Reels Instagram, sebagai fitur dari Instagram, memungkinkan penyajian konten video berdurasi singkat yang lebih menarik perhatian generasi muda dan lebih mudah diserap dibandingkan dengan video berdurasi panjang. Penelitian ini mengajukan dua rumusan masalah, yaitu pertama, bentuk resepsi hadis dan tanggapan terhadap hadis dalam konten Reels Instagram pada akun @khalidbasalamahofficial; kedua, analisis resepsi fungsional atas konten hadis di Reels Instagram pada akun @khalidbasalamahofficial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi lapangan dan kepustakaan. Data primer diperoleh dengan mengidentifikasi konten hadis di Reels Instagram pada akun @khalidbasalamahofficial, sementara data sekunder terdiri dari literatur yang relevan, baik daring maupun luring, serta jurnal-jurnal yang membahas hadis. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, yang mencakup tangkapan layar dan analisis komentar pada video yang diunggah. Hasil penelitian ini menunjukkan pertama, peralihan teks hadis dari format cetak ke media visual (video) menjadikan praktik resepsi hadis lebih fleksibel,

sehingga pesan yang disampaikan dapat lebih mudah diterima oleh pengguna Instagram. Kedua, ditemukan bahwa respon positif menunjukkan resepsi fungsional yang lebih dominan dibandingkan respon negatif. Hal ini tercermin dalam tangkapan layar dan analisis komentar pada video yang diunggah, yang menunjukkan bahwa hadis yang disampaikan diterima dengan baik oleh audiens.

Kata kunci : Hadis, Resepsi, Media

PENDAHULUAN

Seiring berjalannya perkembangan zaman, kemunculan media sosial berperan penting dalam memberi peluang mentransmisikan ajaran Islam yang kemudian dibungkus dalam bentuk film atau video yang edukatif. Hadirnya konten-konten yang memuat tentang edukasi ajaran Islam pada platform-platform media sosial seperti YouTube, Instagram, Facebook, dan lainnya menunjukkan bahwa fenomena dakwah di media sosial lebih diapresiasi dan dinikmati. Konten konten berisi edukasi ajaran Islam, entah dalam bentuk tertulis ataupun audiovisual yang diunggah di media sosial, membuat ajaran Islam mampu diserap dengan lebih cepat dan berpengaruh terhadap pemahaman khalayak umum.¹

Ada banyak jenis media sosial yang bisa dijadikan alternatif pilihan, seperti Twitter, Facebook, Instagram, Whatsapp, Youtube, Telegram dan lainnya. Meskipun demikian, Facebook, Instagram dan Twitter merupakan media sosial yang paling populer digunakan masyarakat, utamanya generasi muda. Oleh karena itu, ketiganya merupakan media sosial yang paling strategis untuk digunakan dalam berdakwah.²

Menurut analisis yang dilakukan oleh *We Are Social*, Indonesia termasuk salah satu negara dengan tingkat aktivitas tinggi di platform media sosial Instagram, menduduki peringkat keempat dalam jumlah *reach* yang dapat dicapai. Secara keseluruhan, terdapat sekitar 63 juta pengguna Instagram di Indonesia. Peningkatan *reach* di Indonesia menunjukkan pertumbuhan sebesar lima persen dalam satu tahun terakhir, yang mengindikasikan adanya tambahan tiga juta pengguna baru yang dapat dijangkau.³ Sejalan dengan temuan *We Are Social*, data terkini

¹ Ridwan Rustandi, 'Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam', *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3.2 (2020), pp. 84–95, doi:10.23971/njppi.v3i2.1678.

² Faridhatun Nikmah, 'Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial', *Muāṣarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 2.1 (2020), p. 45, doi:10.18592/msr.v2i1.3666.

³ Umi Kulsum, 'DAKWAH ISLAM SALAFI PADA INSTAGRAM KHALID BASALAMAH OFFICIAL DALAM PERSPEKTIF NEW MEDIA', *Pharmacognosy Magazine*, 75.17 (2021), pp. 399–405.

dari NapoleonCat mencatat bahwa jumlah pengguna aktif Instagram di Indonesia telah mencapai 61 juta orang.⁴

Dakwah sejatinya bukan hanya ditujukan kepada orang islam saja tetapi adalah untuk seluruh umat manusia. Namun, dalam menyampaikan nya tentu memiliki banyak tantangan mulai dari media yang hendak digunakan serta cara menyampaikan pesan dakwah itu sendiri. Masih banyak para Da'i yang kurang baik dalam menyampaikan pesan-pesan dari dakwah, sehingga banyak ceramah-ceramah yang menimbulkan kontroversial.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif berbasis studi pustaka. Mengenai sumber didapatkannya data, peneliti mengelompokkannya menjadi dua bagian, yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer, yaitu sumber data utama yang digunakan untuk mendapatkan data-data pokok dari sebuah penelitian. Sementara itu sumber data sekunder yaitu sumber data lain yang digunakan untuk menemukan data-data lain yang mendukung penelitian.

Beberapa contoh sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini yaitu buku, artikel ilmiah, atau informasi yang didapat dari internet yang memiliki korelasi dengan kajian ini. Penggunaan data-data sekunder ditujukan untuk memperkaya data dan bahan analisis agar tujuan penelitian lebih mendalam. Dalam pengolahan data, peneliti akan menggunakan metode deskriptif-analitis. Pengolahan data tersebut dilakukan dengan mendeskripsikan data-data yang telah dihimpun dari sumber primer maupun sekunder, kemudian dianalisis hingga mencapai maksud dari penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

BIOGRAFI SINGKAT USTADZ KHALID BASALAMAH

Ustadz Khalid Basalamah, yang memiliki nama lengkap Khalid Zeed Abdullah Basalamah, lahir di Makassar pada 1 Mei 1975. Gelar "Basalamah" pada nama beliau berasal dari nama marga yang merujuk pada keluarga keturunan Arab Hadramaut. Marga Basalamah ini merupakan salah satu nama marga yang berasal dari wilayah Hadramaut, Yaman.⁵

⁴ Wahyunanda Kusuma Pertiwi, 'Sebanyak Inikah Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia', artikel diakses pada 20 Februari 2020 dari <https://tekno.kompas.com/read/2019/12/23/14020057/sebanyak-inikah-jumlah-pengguna-instagram-di-indonesia>.

⁵ Mustafa and Ridzki Mangkarto, 'Analisis Gerakan Dakwah Khalid Basalamah Di Youtube', *Ahsan : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1.1 (2022), pp. 1–18.

Ustadz Khalid Basalamah adalah seorang pendakwah asal Indonesia yang aktif menyampaikan kajian-kajian sunnah di berbagai lokasi. Selain itu, beliau juga dikenal sebagai salah satu pendakwah yang konsisten mengunggah video dakwahnya melalui platform media sosial, seperti Instagram dan YouTube. Ustadz Khalid memahami dengan baik bahwa di era digital saat ini, media sosial memiliki peran strategis sebagai sarana dakwah yang efektif untuk menyebarkan syiar Islam secara luas ke berbagai penjuru dunia.

Ustadz Khalid Basalamah menghabiskan masa kecilnya di Makassar. Setelah menyelesaikan pendidikan hingga jenjang Sekolah Menengah Pertama (SMP), beliau melanjutkan pendidikannya di Arab Saudi pada awal tahun 1990-an, dengan menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di Madinah. Selama masa pendidikannya, beliau fokus mempelajari ilmu agama, termasuk ayat-ayat Al-Qur'an dan hadis Nabi. Aktivitas sehari-hari beliau meliputi belajar, beribadah di Masjid Nabawi, serta menjalin hubungan dengan komunitas masyarakat Indonesia yang bermukim di Madinah.

Ustadz Khalid Basalamah menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) di Universitas Madinah, Arab Saudi, sebelum kembali ke Makassar pada awal tahun 2000-an. Istri beliau, sebagaimana disebutkan dalam salah satu video di YouTube, adalah seorang mualaf. Dari pernikahannya, Ustadz Khalid Basalamah dikaruniai empat orang anak. Pendidikan tingkat magister (S2) dan doktor (S3) beliau diselesaikan di Universitas Muslim Indonesia, Makassar. Saat ini, beliau aktif sebagai penceramah dengan fokus menyampaikan kajian Islam di berbagai masjid. Dalam dakwahnya, Ustadz Khalid Basalamah senantiasa merujuk kepada Al-Qur'an, hadis, serta pemahaman para sahabat dan ulama.⁶

DAKWAH

Secara etimologi kata dakwah berasal dari bahasa arab دعا- يدعو- دعوة yang memiliki arti menyeru, mengajak, atau mengundang. Ali Mahfudh memberikan pengertian

الدعوة من الدعاء إلى الشيء بمعنى الحث على قصده

"Kata dakwah dalam bahasa arab berasal dari kata doa (meminta) kepada sesuatu, yang memiliki makna mendorong untuk mencapainya". Adapun secara terminologi pengertian dakwah apabila merujuk kepada pendapat Ali Mahfudh dalam bukunya Hidayatul Mursyidin, ia mengartikan dakwah sebagai

⁶ Ustadz Khalid Basalamah, Wawancara Pribadi, di Masjid Nurul Iman Blok M Square Jakarta Selatan, 13 Maret 2019. Pukul 17.45

حث الناس على الخير و الهدى و الأمر بالمعروف و النهي عن المنكر ليفوزوا بسعادة العاجل و الأجل

"Mendorong manusia kepada kebaikan dan petunjuk, serta memerintahkan kepada kebaikan dan mencegah kepada keburukan, agar mereka mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat".⁷

Adapun didalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dakwah memiliki 2 arti yaitu

1. Penyiaran; propaganda.
2. Penyiaran agama dan pengembangannya dikalangan masyarakat; seruan untuk memeluk, mempelajari, dan mengamalkan ajaran-ajaran agama.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa dakwah adalah suatu kegiatan untuk mengajak orang kepada kebaikan dan mencegah dari keburukan dengan mengetahui, mempelajari, serta mengamalkan ajaran-ajaran agama guna mendapat kebahagiaan baik didunia maupun diakhirat. Adapun subjek dari dakwah itu sendiri memiliki beberapa sebutan, ada yang disebut sebagi da'i, mubaligh, penceramah. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia terdapat perbedaan istilah antara kata dai, mubalig, dan penceramah, yaitu

1. Dai memiliki arti orang yang kerjanya berdakwah
2. Mubalig memiliki arti 2 yaitu;
 - Orang yang menyiarkan (menyampaikan) ajaran agama Islam
 - Orang yang mengumandangkan takbir dan tahmid (dalam shalat berjamaah) agar terdengar jelas oleh makmum
3. Adapun Penceramah artinya adalah, pemberi ceramah; pembicara.⁸

Di era globalisasi ini media sosial telah berkembang dengan sangat pesat, seiring dengan perkembangannya zaman, kini media sosial telah menjadi kebutuhan hidup umat manusia terutama di Indonesia. Hal ini tidak mengherankan apabila melihat jumlah pengguna media sosial diseluruh dunia sudah mencapai angka milyaran pengguna, di Indonesia sendiri menurut data dari we are social pada Januari 2024 sekitar 139 juta orang dari 278,7 juta populasi masyarakat Indonesia atau 49,9 persen orang yang menggunakan media sosial.⁹

⁷ 'Alī Maḥfūz, 'Hidāyah Al-Murshidīn Ilā Ṭuruq Al-Wa'zi Wa Al-Khiṭābah', 1952.

⁸ <https://kbbi.kemdikbud.go.id>.

⁹ <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

Berbagai macam fitur dan serta kemudahan akses yang ditawarkan oleh media sosial memberikan keuntungan tersendiri bagi umat manusia, dewasa ini didalam dakwah pun kemudahan-kemudahan yang ditawarkan media sosial memberikan peluang yang sangat besar didalam mentransmisikan ajaran agama atau pesan-pesan keagamaan.¹⁰ Pada era digital ini kegiatan dakwah tidak hanya dapat dilakukan secara tatap muka saja yaitu pertemuan langsung antara seorang dai dengan masyarakat, akan tetapi juga memungkinkan untuk ceramah seorang dai di satu tempat bisa diterima ditempat lain yang sangat jauh melalui perantara media sosial ini.¹¹

Hal ini juga sangat berkaitan dengan fenomena viralitas di media sosial yang juga memiliki dampak yang sangat luas baik dari segi pengaruh mau persepsi yang diterima oleh masyarakat kebanyakan. Seorang dai yang memiliki kemampuan berbicara yang baik, mampu menangkap perhatian audiens, dan dapat menghadirkan pesan dakwah dengan menarik dan menginspirasi akan lebih cenderung viral di media sosial.¹²

Salah satu pen-da'i yang viral di media sosial adalah Ustadz Das'ad Latif, hal ini tidak terlepas dari cara berdakwahnya yang khas dengan logat ke-daerahan yang banyak menarik masyarakat untug mendengarkannya baik secara langsung ataupun mendengarkan di platform media sosial seperti Youtube. Terdapat suatu penelitian yang dilakukan oleh Anugrah dan Fatwafahreza dengan judul "Strategi Dakwah Ustadz Das'ad Latif Di Media Sosial" pada penelitian tersebut dituliskan sekiranya ada 6 hal yang menjadi kunci dakwah Ustad Das'ad Latif, yaitu;

1. Harus memiliki tujuan yang jelas. Seorang pendakwah harus memiliki tujuan yang jelas, agar si pendakwah didalam memilih jalannya mudah dan ter-arrah kepada tujuan yang jelas tersebut.
2. Kebutuhan akan pengetahuan. Seorang pendakwah hendaknya senantiasa selalu menambahkan pengetahuannya, agar memiliki pemahaman yang komperhensif.
3. Komunikasi dan kerja sama. Komunikasi dan kerja sama sesama pendakwah diperlukan, agar mengisi ruang-ruang kosong yang terdapat dimasyarakat

¹⁰ Nikmah.

¹¹ <https://tirto.id/mengapa-para-dai-bisa-amat-populer-di-media-sosial-cCox>

¹² Badruddin and Rakhmat Rakhmat, 'Viralitas Dai Di Media Sosial.', *SAF: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2.2 (2023), pp. 1–10 <<https://ejournal.iaingorontalo.ac.id/index.php/saf/article/view/1329>>.

4. Bernafas dalam-dalam. Artinya seorang pendakwah harus memiliki semangat, ketekunan, kesabaran, dan tidak mudah menyerah.
5. Perencanaan. Mengartikulisakan nilai membutuhkan pemahaman yang berbeda untuk lebih memahami peta sosial dan psikologis orang yang mengundang.¹³

RESEPSI HADIS ISTIBTHA DALAM KONTEN REELS INSTAGRAM (TINJAUAN ATAS AKUN @khalidbasalamahofficial)

Resepsi merupakan salah satu teori yang membahas mengenai sikap seseorang dalam menerima sesuatu. Secara etimologis, istilah "resepsi" berasal dari bahasa Latin, yaitu *recipere* dan *reception*, yang dalam bahasa Inggris diterjemahkan sebagai "penerimaan" atau "penyambutan pembaca." Dalam pengertian yang lebih luas, Nyoman Kutha mendeskripsikan resepsi sebagai suatu konsep yang mencakup berbagai metode pemberian makna, yang memungkinkan pembaca untuk merespons secara aktif terhadap apa yang diterimanya. Jadi, Resepsi hadis merupakan deskripsi tentang bagaimana seseorang menerima dan bereaksi terhadap hadis dengan cara menerima, memanfaatkan, merespon dan menggunakan hadis.¹⁴

Dalam dakwahnya, ustadz Khalid Basalamah mengatakan “istibtha menurut para ulama adalah Orang yang memaksakan diri untuk segera memiliki harta banyak tapi dengan cara yang haram, utang piutang dari pinjol misalnya atau judi, dan lain sebagainya. Tetapi tidak ada hubungannya dengan kalau orang misalnya dia punya semangat, dia punya keinginan untuk menjadi orang yang sukses, kemudian dia sudah punya sumber pendapatan bekerja misalnya lalu kemudian dia coba kembangkan lagi dengan buka unit-unit usaha atau dia sudah punya usaha dia kembangkan lagi untuk supaya punya pendapatan ekstra atau dia sudah S1 mengajar di sebuah kampus Dia lanjutkan S2 supaya lebih tinggi gajinya misalnya. Semua itu tidak termasuk dalam hadis yang dimaksud dengan istibtha ini, karena yang dimaksud adalah orang mengejar tambahan harta tetapi dengan cara yang haram, itu tidak boleh.”¹⁵

Adapun hadis yang digunakan ustad Khalid Basalamah dalam ceramahnya di reels instagram ini adalah “Wahai umat manusia, bertakwalah engkau kepada Allah, dan tempuhlah jalan yang baik dalam mencari rezeki, karena sesungguhnya tidaklah seorang hamba akan mati. Hingga ia benar-benar telah mengenyam seluruh rezekinya, walaupun terlambat datangnya.

¹³ Ralph Adolph, 'STRATEGI DAKWAH USTADZ DAS'AD LATIF DI MEDIA SOSIAL', 2.1 (2016), pp. 1–23.

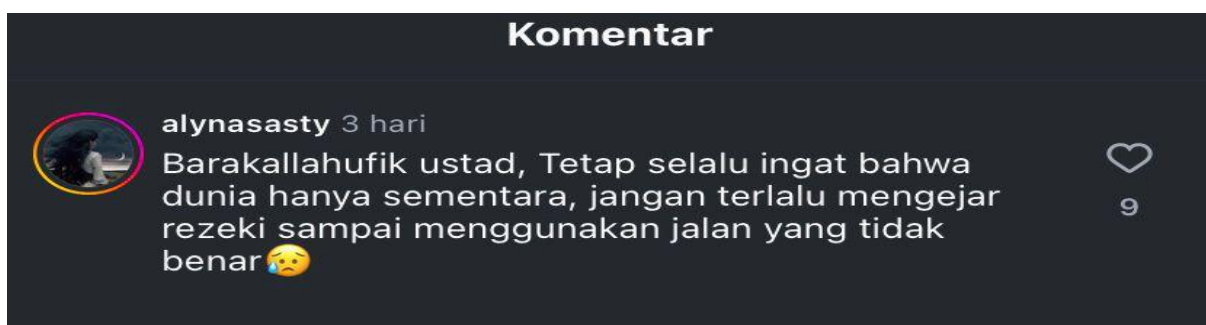
¹⁴ Risya Fadilha, 'Resepsi Hadis Di Media Sosial Studi Kasus Film Animasi Nussa Episode Adap Menguap', *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, 14.2 (2020), pp. 291–316.

¹⁵ <https://www.instagram.com/reel/DDIn1WFv1FI/?igsh=MWpia2VyNmJmcjAyYg==>

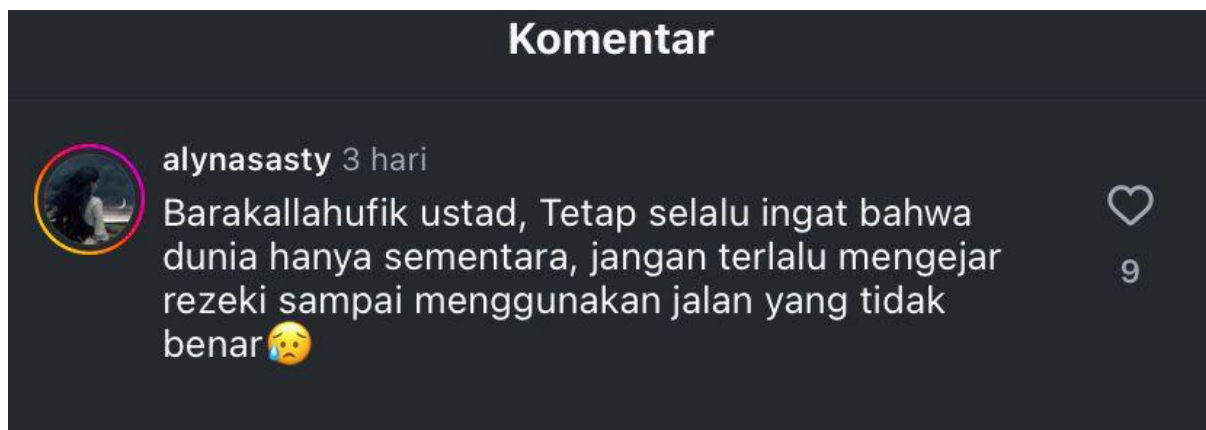
Maka bertakwalah kepada Allah, dan tempuhlah jalan yang baik dalam mencari rezeki. Tempuhlah jalan-jalan mencari rezeki yang halal dan tinggalkan yang haram.” HR. Ibnu Majah no. 2144, dikatakan shahih oleh Syaikh Al Albani.¹⁶

Untuk melihat resepsi penonton, peneliti melihat komentar-komentar yang ada di konten reels instagram akun @khalidbasalamahofficial, berikut beberapa resepsi terhadap hadis tentang istibtha ; komentar dari alynasasty :

“Barakallahufik ustad, tetap selalu ingat bahwa dunia hanya sementara, jangan terlalu mengejar rezeki sampai menggunakan jalan yang tidak benar”¹⁷



Berikutnya komentar eva.mardiana02 “Alhamdulillah berarti keinginanku untuk lulus S2 secepatnya, dan harapan anak-anak semua minimal S1 tidak termasuk istibtha” kemudian balasan dari hendrainst_ dengan maksud memperjelas “iya kak, tapi dengan cara yang benar. Kalau cepat lulus tapi misalkan dengan joki kan tidak benar juga”¹⁸.



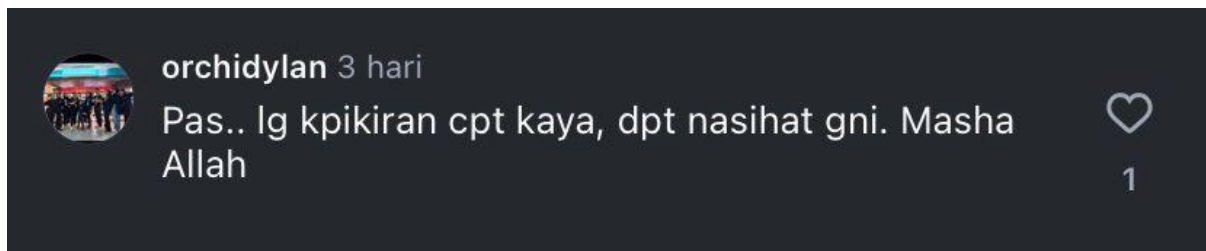
Selanjutnya komentar dari orchidylan “pas. Lagi kepikiran cepat kaya, dapat nasihat gini.

¹⁶ <https://www.instagram.com/reel/DDln1WFv1FI/?igsh=MWpia2VyNmJmcjAyYg==>

¹⁷ Observasi di Reels Instagram akun @khalidbasalamahofficial
<https://www.instagram.com/reel/DDln1WFv1FI/?igsh=MWpia2VyNmJmcjAyYg==>

¹⁸ Observasi di Reels Instagram akun @khalidbasalamahofficial
<https://www.instagram.com/reel/DDln1WFv1FI/?igsh=MWpia2VyNmJmcjAyYg==>

MashaAllah”¹⁹.



Dari beberapa komentar diatas, dapat dilihat bahwa resepsi dari hadis istibtha yang disampaikan ustad khalid basalamah diterima dengan baik oleh para netizen.

RESEPSI FUNGSIONAL HADIS ISTIBTHA DALAM KONTEN REELS INSTAGRAM (TINJAUAN ATAS AKUN @khalidbasalamahofficial)

Menurut Ahmad Rafiq, bentuk resepsi ada tiga, salah satunya yaitu resepsi fungsional. Resepsi fungsional berkenaan dengan bagaimana masyarakat mengimplementasikan suatu teks dengan tujuan praktikal dan manfaat yang diperoleh. Resepsi fungsional mencakup aspek informatif dan performatif. Fungsi informatif merupakan pendekatan interpretatif untuk memahami apa yang tersurat dalam teks (Al-Qur'an atau hadis). sedangkan fungsi performatif merupakan sesuatu yang dilakukan oleh khalayak terhadap teks (Al-Qur'an atau hadis).²⁰

Fungsi Informatif pada hadis Istibtha ini memberikan informasi kepada netizen tentang dilarang memaksakan diri untuk segera memiliki harta banyak tapi dengan cara yang haram, dalam reels ini ustad Khalid Basalamah menjelaskan tentang orang yang melakukan perbuatan istibtha dan bukan yang termasuk perbuatan istibtha. Adapun fungsi Performatif hadis ini dapat dilihat melalui komentar-komentar yang diberikan oleh netizen. Sebagian netizen menerapkan larangan istibtha dalam menggapai rezeki dikehidupan sehari-hari.

KESIMPULAN

resepsi hadis yang berfokus pada cara seseorang menerima, merespons, dan memanfaatkan hadis, dapat dianalisis melalui konsep resepsi fungsional. Dalam konteks ceramah Ustadz Khalid Basalamah di reels Instagram mengenai *istibtha*, beliau mengutip hadis yang mengingatkan umat agar tidak memaksakan diri untuk segera memiliki harta banyak tapi dengan cara yang haram, dan menekankan pentingnya mencari rezeki dengan cara yang halal.

¹⁹ Observasi di Reels Instagram akun @khalidbasalamahofficial
<https://www.instagram.com/reel/DDln1WFv1FI/?igsh=MWpia2VyNmJmcjAyYg==>

²⁰ Saifuddin Zuhri dan Subkhani Kusuma Dewi, 'Living Hadis; Praktik, Resepsi, Teks, Dan Transmisi', Yogyakarta, 2018, pp. 1–158.

Dalam kerangka resepsi fungsional, hadis ini memiliki dua fungsi: informatif dan performatif. Fungsi informatif menjelaskan larangan melakukan *istibtha* dengan cara yang haram, sementara fungsi performatif tercermin dalam respon netizen, yang menerapkan larangan tersebut dalam kehidupan mereka, seperti tercermin dalam komentar-komentar di reels instagram tersebut. Dengan demikian, resepsi terhadap hadis ini tidak hanya terbatas pada pemahaman teoretis, tetapi juga pada penerapannya dalam praktik sehari-hari, yang menunjukkan bagaimana masyarakat dapat memanfaatkan teks hadis untuk mendapatkan manfaat praktis.

DAFTAR PUSTAKA

- Adolph, Ralph, 'STRATEGI DAKWAH USTADZ DAS'AD LATIF DI MEDIA SOSIAL', 2.1 (2016), pp. 1–23
- Badruddin, and Rakhmat Rakhmat, 'Viralitas Dai Di Media Sosial.', *SAF: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2.2 (2023), pp. 1–10
<<https://ejournal.iaingorontalo.ac.id/index.php/saf/article/view/1329>>
- Fadilha, Risyah, 'Resepsi Hadis Di Media Sosial Studi Kasus Film Animasi Nussa Episode Adap Menguap', *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, 14.2 (2020), pp. 291–316
- Kulsum, Umi, 'DAKWAH ISLAM SALAFI PADA INSTAGRAM KHALID BASALAMAH OFFICIAL DALAM PERSPEKTIF NEW MEDIA', *Pharmacognosy Magazine*, 75.17 (2021), pp. 399–405
- Mahfuz, 'Ali, 'Hidayah Al-Murshidin Ilā Turuq Al-Wa'zi Wa Al-Khiṭābah', 1952
- Mustafa, and Ridzki Mangkarto, 'Analisis Gerakan Dakwah Khalid Basalamah Di Youtube', *Ahsan : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1.1 (2022), pp. 1–18
- Nikmah, Faridhatun, 'Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial', *Muḍārah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 2.1 (2020), p. 45, doi:10.18592/msr.v2i1.3666
- Rustandi, Ridwan, 'Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam', *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3.2 (2020), pp. 84–95, doi:10.23971/njppi.v3i2.1678
- Saifuddin Zuhri dan, and Subkhani Kusuma Dewi, 'Living Hadis; Praktik, Resepsi, Teks, Dan Transmisi', *Yogyakarta*, 2018, pp. 1–158
- Adolph, Ralph, 'STRATEGI DAKWAH USTADZ DAS'AD LATIF DI MEDIA SOSIAL', 2.1

(2016), pp. 1–23

Badruddin, and Rakhmat Rakhmat, 'Viralitas Dai Di Media Sosial.', *SAF: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2.2 (2023), pp. 1–10

<<https://ejournal.iaingorontalo.ac.id/index.php/saf/article/view/1329>>

Fadilha, Risya, 'Resepsi Hadis Di Media Sosial Studi Kasus Film Animasi Nussa Episode Adap Menguap', *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, 14.2 (2020), pp. 291–316

Kulsum, Umi, 'DAKWAH ISLAM SALAFI PADA INSTAGRAM KHALID BASALAMAH OFFICIAL DALAM PERSPEKTIF NEW MEDIA', *Pharmacognosy Magazine*, 75.17 (2021), pp. 399–405

Maḥfūz, 'Alī, 'Hidāyah Al-Murshidīn Ilā Ṭuruq Al-Wa'zī Wa Al-Khiṭābah', 1952

Mustafa, and Ridzki Mangkarto, 'Analisis Gerakan Dakwah Khalid Basalamah Di Youtube', *Ahsan : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 1.1 (2022), pp. 1–18

Nikmah, Faridhatun, 'Digitalisasi Dan Tantangan Dakwah Di Era Milenial', *Muāṣarah: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 2.1 (2020), p. 45, doi:10.18592/msr.v2i1.3666

Rustandi, Ridwan, 'Cyberdakwah: Internet Sebagai Media Baru Dalam Sistem Komunikasi Dakwah Islam', *NALAR: Jurnal Peradaban Dan Pemikiran Islam*, 3.2 (2020), pp. 84–95, doi:10.23971/njppi.v3i2.1678

Saifuddin Zuhri dan, and Subkhani Kusuma Dewi, 'Living Hadis; Praktik, Resepsi, Teks, Dan Transmisi', *Yogyakarta*, 2018, pp. 1–158