jurnallivinghadis@gmail.com✉
http://ejournal.uin-suka.ac.id/ushuluddin/Living
p-ISSN / e-ISSN : 2528-7567 / 2548-4761

THE ALGORITHMIC LIVING HADITH: PROPHETIC TRADITIONS, DIGITAL AUTHORITY, AND MUSLIM YOUTH PIETY IN INDONESIA

DOI : 10.14421/livinghadis.2026.7745

Nur Annisa Istifarin dan Syamsudin
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Corresponding author: annisafarin30@gmail.com

Submission : 08 June 2026
Revised : 17 July 2026
Accepted : 06 August 2026

Abstract

Studies of living hadith have largely emphasized local rituals and community-based religious practice, leaving the role of platform algorithms, digital authority, and audience participation in shaping hadith transmission underexplored. This article addresses that gap by examining how hadith is lived through algorithmic mediation among young Indonesian Muslims. Using a qualitative approach based on netnography of hadith-based content on TikTok, Instagram Reels, and YouTube Shorts, the study investigates: (1) how the form and circulation of hadith transform within algorithmic media; (2) how religious authority is negotiated among digital preachers, da'wah influencers, and audiences; and (3) how young Muslims receive, negotiate, and practice hadith encountered on social media. Findings show hadith undergoing an epistemic shift into concise, visual, emotionally resonant content whose visibility algorithms shape more than chains of transmission do. Religious authority becomes increasingly distributed, negotiated through communicative closeness and engagement metrics, at times in tension with sanad-based legitimacy. This mediation shapes youth piety through improved worship, hijrah, and everyday moral conduct, while exposing hadith to the risk of decontextualization. The article proposes algorithmic living hadith as a framework that extends living hadith studies into the digital-algorithmic space, contributing to digital religion scholarship by positioning algorithms as active mediators of religious meaning.

Keywords: *Living Hadith; Algorithmic Living Hadith; Social Media; Digital Religious Authority; Muslim Youth Piety.*

Abstrak

Kajian living hadis umumnya menekankan ritual dan praktik keagamaan komunitas lokal, sehingga peran algoritma platform, otoritas digital, dan partisipasi audiens dalam membentuk transmisi hadis masih kurang tergarap. Artikel ini mengisi celah tersebut dengan mengkaji bagaimana hadis hidup melalui mediasi algoritmik di kalangan Muslim muda Indonesia. Melalui pendekatan kualitatif berbasis netnography atas konten berbasis hadis di TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts, penelitian ini mengkaji: (1) bagaimana bentuk dan sirkulasi hadis bertransformasi dalam media algoritmik; (2) bagaimana otoritas keagamaan dinegosiasikan di antara pendakwah digital, influencer dakwah, dan audiens; (3) bagaimana Muslim muda menerima, menegosiasikan, dan mempraktikkan hadis yang mereka temui di media sosial. Temuan menunjukkan hadis mengalami pergeseran epistemik menjadi konten yang ringkas, visual, dan emosional, dengan visibilitas lebih ditentukan algoritma ketimbang mata rantai periwayatan. Otoritas keagamaan menjadi semakin terdistribusi, dinegosiasikan melalui kedekatan komunikatif dan metrik keterlibatan, yang kerap bertegangan dengan legitimasi berbasis sanad. Mediasi ini membentuk kesalehan Muslim muda melalui perbaikan ibadah, hijrah, dan perilaku moral sehari-hari, sekaligus membuka risiko dekontekstualisasi hadis. Artikel ini mengajukan algorithmic living hadith sebagai kerangka yang memperluas kajian living hadis ke ruang digital-algoritmik, sekaligus memperkaya kajian digital religion dengan menempatkan algoritma sebagai mediator aktif makna keagamaan.

Kata Kunci: *Living Hadis; Algorithmic Living Hadith; Media Sosial; Otoritas Keagamaan Digital; Kesalehan Muslim Muda.*

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara umat Islam mengakses, memahami, menyebarkan, dan mempraktikkan ajaran keagamaan. Dalam konteks kontemporer, hadis Nabi tidak lagi hanya hadir melalui kitab-kitab hadis, halaqah, pesantren, majelis taklim, atau ceramah tatap muka, tetapi juga beredar secara masif dalam bentuk video pendek, kutipan visual, *caption* motivasi Islami, potongan ceramah, *podcast* dakwah, poster digital, dan konten keagamaan di berbagai *platform* digital seperti TikTok, Instagram, YouTube, Facebook, dan WhatsApp. (Hannan & Mursyidi, 2023; Mudin, 2019) Bahkan, DataReportal mencatat bahwa pada akhir 2025, terdapat sekitar 230 juta pengguna internet di Indonesia dengan tingkat penetrasi 80.5 persen, serta sekitar 180 juta identitas pengguna media sosial atau setara dengan 62.9 persen dari total populasi Indonesia. (Kemp, 2025) Akibatnya, media sosial tidak hanya berfungsi sekadar alat komunikasi dan hiburan, tetapi secara aktif menjadi ruang pembelajaran agama, pembentuk identitas Muslim, produksi otoritas keagamaan baru, dan distribusi teks keagamaan secara masif.

Dalam studi hadis, fenomena pergeseran ruang ekspresi keagamaan dapat dibaca melalui pendekatan living hadis yang menekankan bagaimana hadis Nabi diterima, diekspresikan, dan dipraktikkan dalam kehidupan masyarakat Muslim. (Haitami & Sastra, 2025; Qudsy & Dewi, 2018; Qudsy et al., 2023) Sayangnya, perhatian para peneliti kerap berfokus pada praktik keagamaan komunitas lokal, ritual masyarakat, tradisi pesantren, maupun ekspresi sosial-keagamaan yang terbatas pada ruang fisik. Realitas ini dibuktikan oleh penelitian seperti tradisi pembacaan barzanji, manaqib, mujahadah, dan sedekah, yang kerap menghiasi tema-tema penelitian living hadis. (Haq & Kirana, 2022; Musolin & Mukhtar, 2023; Marfu'ah, 2023; Amin et al., 2025) Sementara itu, penelitian yang berfokus pada konteks digital sebagai ruang baru dalam praktik keagamaan, meski sudah mulai mengarah pada perluasan kajian, namun masih cenderung minim dan terbatas, khususnya terkait perkembangan masyarakat digital yang secara masif dibentuk oleh algoritma, visualitas, viralitas, interaksi dan resepsi audiens, serta otoritas *influencer* justeru masih stagnan.

Sejumlah penelitian terdahulu, seperti adaptasi media dalam tradisi jama'ah tabligh, (Haitami & Sastra, 2025) narasi dakwah dan psikospiritual di ruang media sosial, (Hannan & Mursyidi, 2023) operasionalisasi hadis dalam konten ta'aruf digital, (Ihsan & Ashshiddieqi, 2024) hingga upaya pemetaan historiografi living hadis di Indonesia, (Muzakki, 2025) menjadi contoh kongkret atas perluasan dan transformasi kajian yang lebih kontekstual dan adaptif. Hanya saja, orientasi kajian yang masih bersifat kontekstual-deskriptif dan cenderung menempatkan media sebagai ruang yang bersifat netral menjadi kelemahan mendasar dari literatur tersebut. Sistem teknologi yang kompleks dan bergerak secara senyap,

tidak banyak mendapatkan ruang untuk dibahas, khususnya terkait pola kajian baru yang menjadi bagian dari perluasan kajian living hadis di media sosial. Akibatnya, kajian living hadis seolah terbatas hanya pada tradisi, praktik keagamaan, dan kearifan lokal yang berlangsung secara konvensional, khususnya di tengah struktur kehidupan masyarakat melalui pendekatan ilmu sosial-budaya.

Di sisi lain, fakta empiris justeru menegaskan bahwa media sosial bukan sekadar memindahkan dakwah dari ruang offline ke online, tetapi secara radikal-fundamental berkaitan dengan bagaimana hadis dipahami, agama dipraktikkan, identitas Muslim dibangun, dan kesalehan ditampilkan melalui berbagai praktik digital. (Luthfia & Yanuri, 2024; Muthohirin, 2025) Variasi paham keagamaan yang menjadi sistem kesadaran dan pengetahuan konten kreator membentuk variasi konten, pemahaman, dan penafsiran yang tidak bisa diabaikan begitu saja. Lebih dari itu, popularitas digital, kedekatan emosional, dan viralitas konten tidak ditempatkan sebagai bagian dari dinamika media digital semata, tetapi sering kali dianggap sebagai kebeneran yang jauh lebih otoritatif dibandingkan dengan ustaz dan tokoh yang belum viral, (Alfi et al., 2025; Fawzi et al., 2025) sehingga berpotensi melahirkan permasalahan seperti permasalahan seperti misinformasi, konflik kepentingan, hingga politisasi keagamaan.

Berdasarkan pemetaan tersebut, dapat ditegaskan bahwa kajian tentang hadis, media sosial, dan algoritma memang sudah mulai berkembang, namun belum ada penelitian yang secara komprehensif menghubungkan living hadis, algoritma media sosial, otoritas keagamaan digital, dan kesalehan Muslim muda Indonesia dalam satu kerangka analisis yang utuh. Di sinilah letak kebaruan penelitian ini, di mana konsep living hadis tidak hanya dibatasi melalui praktik sosial masyarakat Muslim secara konvensional, tetapi secara mendasar hadir melalui produksi dan visibilitas konten, sistem rekomendasi *platform*, dan otoritas influencer dakwah. Secara lebih eksplisit, penulis mengajukan tiga pertanyaan penelitian; *pertama*, bagaimana transformasi bentuk hadis dan sirkulasinya berjalan di tengah masyarakat digital?; *kedua*, bagaimana otoritas keagamaan terbentuk melalui ustaz digital, influencer dakwah, komentar audiens, dan logika engagement?; dan *ketiga*, bagaimana Muslim muda menerima, menegosiasikan, dan mempraktikkan hadis yang mereka temukan di media sosial?.

Ketiga pertanyaan tersebut kemudian dikaji melalui pendekatan kualitatif dengan metode *netnography* untuk menelaah sirkulasi hadis di Instagram Reels, YouTube Shorts, dan TikTok. Objek penelitian meliputi konten yang memuat atau merujuk pada hadis Nabi, seperti video dakwah, potongan ceramah, caption Islami, komentar audiens, serta interaksi pengguna. Data penelitian terdiri atas data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi digital dan dokumentasi konten, sedangkan data sekunder berasal dari literatur tentang

living hadith, *digital religion*, algoritma, media sosial, dan studi hadis secara umum. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan dokumentasi, dengan pemilihan data menggunakan *purposive sampling* dan *theoretical sampling* berdasarkan relevansi tema, seperti hijrah, sabar, rezeki, jodoh, akhlak, ibadah, perempuan, dan akhir zaman. Setelahnya, analisis data dilakukan melalui analisis tematik dengan tahapan pengodean, pengelompokan tema, dan interpretasi berjenjang berdasarkan kerangka *algorithmic living hadith*.

Secara eksplisit, analisis mencakup empat lapis: mediatisasi agama untuk menjelaskan transformasi hadis menjadi konten digital, (Hjarvard, 2008) teori algoritma untuk menganalisis sirkulasi dan visibilitas konten, (Bucher, 2017; Gillespie, 2014; Kitchin, 2017) kerangka otoritas *daring* Campbell untuk mengkaji pembentukan otoritas keagamaan, (Campbell, 2010) serta konsep pembentukan diri etis untuk memahami praktik kesalehan digital. (Mahmood, 2005) Konten yang dipilih secara acak akan didokumentasikan, ditelaah, dan dianalisis melalui empat kerangka tersebut, sehingga dinamika keberagamaan di media sosial yang menjadikan hadis sebagai dasar normatifnya menjadi semakin jelas.

Pada akhirnya, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan studi living hadis pada *platform* digital, membentuk kerangka *digital religion*, dan meneguhkan urgensi kajian kesalehan Muslim muda di Indonesia. Karena bagaimanapun juga, masyarakat Muslim dewasa ini sangat dekat dengan media digital, sehingga aktivitas bermedia turut berkontribusi terhadap pembentukan pemahaman dan pengamalan keagamaan. Sementara dalam kerangka kontribusi praktis, penelitian ini ditujukan untuk memberikan pemahaman atas dinamika keagamaan pada platform digital, sehingga setiap nilai yang didapatkan perlu ditelaah dan diverifikasi lebih lanjut sebelum menerimanya sebagai kebenaran atau menolaknya karena kontradiksi dengan basis keilmuan, khususnya mengenai hadis yang menjadi sumber keagamaan masyarakat Muslim.

B. Transformasi Bentuk dan Sirkulasi Algoritmik Hadis di Ruang Digital

Transformasi hadis dalam ruang digital menandakan pergeseran epistemik terhadap cara hadis dan tradisi kenabian direpresentasikan, dikonsumsi, dan dipraktikkan oleh masyarakat Muslim kontemporer. Salah satu bentuk utamanya tampak pada produksi konten keagamaan berbasis hadis melalui format video pendek TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts. Platform ini tidak hanya menjadi medium penyebaran pesan keagamaan secara pasif, tetapi juga arena kontestasi berbagai gagasan yang bersaing memperoleh perhatian pengguna dalam ekosistem *attention economy* yang dikendalikan algoritma. (van Dijck et al., 2018) Akibatnya, hadis kini tidak lagi hadir sebatas teks otoritatif dalam kitab, kajian pesantren, khutbah, maupun pengajian formal, melainkan bergerak ke arah

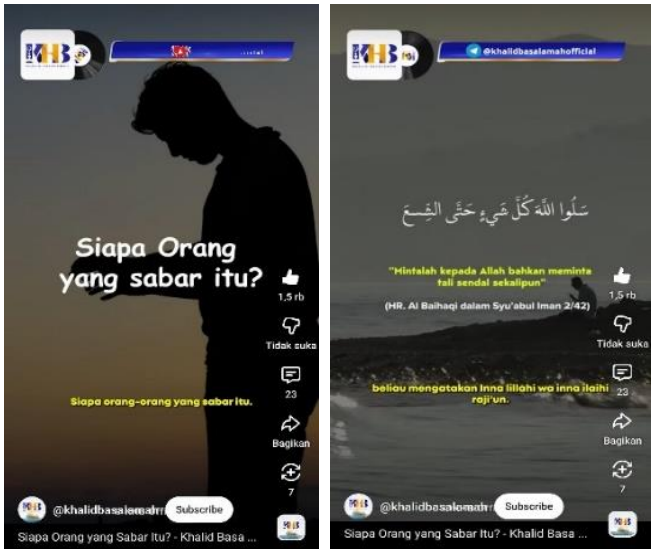
media digital yang ringkas, estetis, emosional, dan mudah dibagikan. (Haitami & Sastra, 2025; Istianah, 2020; Latib, 2025) Cukup wajar, jika hari ini, hadis banyak ditemui melalui potongan ceramah, nasihat *influencer*, dan video motivasi yang dibuka dengan diksi "rasulullah bersabda" sebagai legitimasi moral.

Fenomena tersebut, oleh Campbell disebut sebagai *networked religion*, sebuah hubungan interdependensi antara otoritas keagamaan, partisipasi pengguna, dan logika digital, (Campbell, n.d.) sehingga algoritma tidak hanya mendistribusikan konten, tetapi juga membentuk visibilitas dan otoritas narasi keagamaan. Hal ini turut diperkuat oleh pandangan Rob Kitchin yang menekankan peran sentral algoritma bukan sekadar prosedur teknis pengolah data, tetapi bagian dari sistem sosial-teknologis yang membentuk kehidupan digital. (Kitchin, 2017) Untuk itu, kreator dakwah terdorong untuk mengemas hadis secara ringkas, menarik, dan mudah dibagikan, agar memperoleh visibilitas sekaligus meningkatkan peluang direkomendasikan oleh algoritma. (Cotter, 2019) Oleh karenanya, transformasi hadis dalam berbagai variasinya bukan sekadar perubahan format penyampaian, melainkan hasil negosiasi antara otoritas keagamaan, strategi kreator, dan logika algoritmik yang membentuk produksi, sirkulasi, dan pemaknaan hadis di ruang digital.

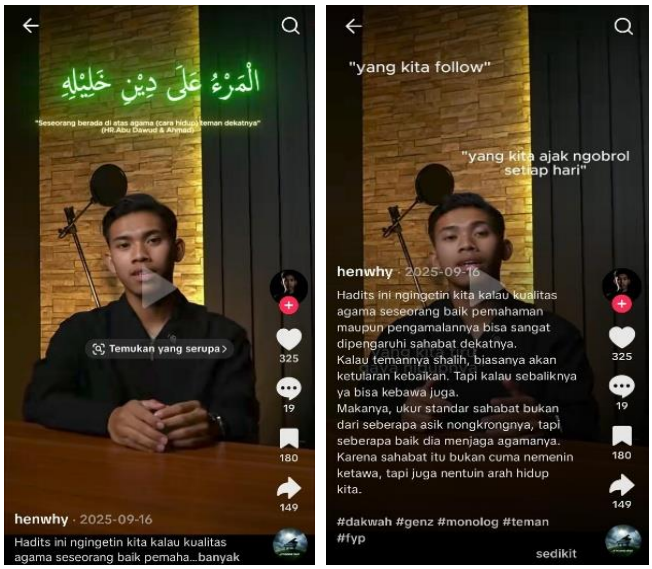
Sementara itu, melalui penekanan sosiologis, Tarleton Gillespie menegaskan bahwa relevansi sosial algoritma terletak pada kemampuan epistemiknya dalam menentukan informasi tertentu yang dianggap penting, relevan, dan layak dilihat pengguna. (Gillespie, 2014) Kekuatan algoritmik semacam ini bekerja melalui mekanisme kurasi yang mengikuti nilai seleksi tertentu, seperti keterlibatan sebelumnya, hubungan sosial, minat eksplisit pengguna, preferensi implisit, usia unggahan, hingga prioritas *platform*. (DeVito, 2017) Konsekuensi sosial dari kurasi ini menunjukkan bahwa struktur *platform*, interaksi pengguna, dan mekanisme distribusi informasi dapat berkontribusi pada terbentuknya *echo chamber,* yaitu situasi ketika pengguna lebih banyak terpapar informasi yang sesuai dengan preferensi atau keyakinan yang telah dimilikinya. (Cinelli et al., 2021) Sehingga, algoritma bisa dimaknai sebagai mekanisme sosio-teknologis yang mengatur visibilitas, distribusi, kurasi, penerimaan konten secara umum, serta mediator pembentuk pengalaman pengguna di ruang digital.

Contoh paling jelas tampak pada video pendek dakwah di YouTube Shorts, Instagram Reels dan TikTok. Video bertema sabar, misalnya, kerap menggunakan hadis tentang keteguhan hati dalam menghadapi musibah yang dikemas dalam bentuk narasi yang dekat dengan pengalaman emosional anak muda (gambar 1); dan penggunaan hadis tentang kemudahan dalam beragama yang disampaikan melalui potongan ceramah agar mudah dikonsumsi oleh audiens digital (gambar 2). Sedangkan dalam platform Instagram Reels, hadis tentang sabar (gambar 3) atau larangan marah (gambar 4) dikemas dalam teks visual, narasi reflektif, dan

ajakan moral yang diarahkan pada kehidupan sehari-hari pengguna media sosial. Selain itu, bentuk poster digital juga digunakan untuk menjelaskan estetisasi hadis (gambar 5) tentang aturan shaf shalat. Begitu pula di Tik Tok, (gambar 6) hadis tentang pentingnya memilih sahabat yang shalih, atau (gambar 7) tentang pekerjaan paling utama yang dikemas oleh para *influencer* dan hadis masuk surga dengan menuntut ilmu (gambar 8) dibentuk dalam animasi dakwah.

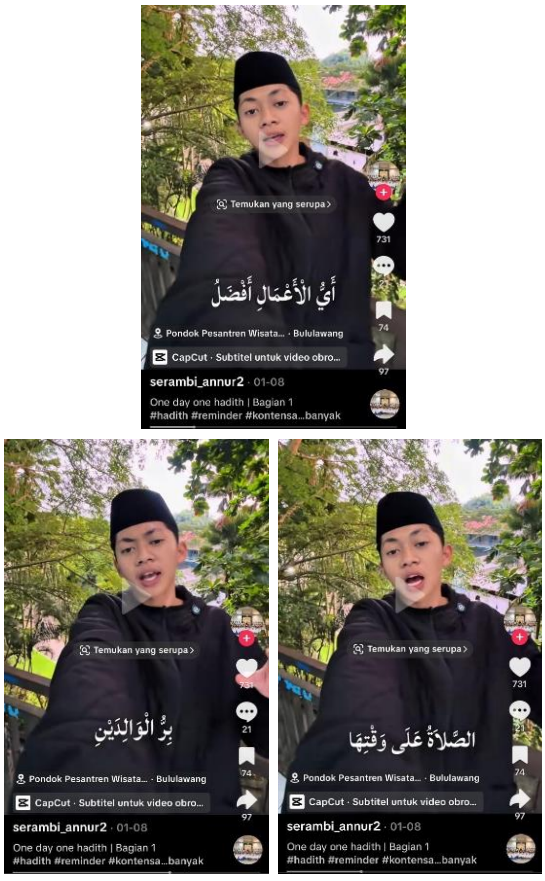
Gambar	Deskripsi dan link
	Gambar 1. Contoh hadis dalam video pendek YouTube Shorts Khalid Basalamah, "Siapa Orang yang Sabar Itu?" Link: https://www.youtube.com/shorts/Sh2Y82zBno4
	Gambar 2. Contoh hadis dalam video pendek YouTube Shorts Ustadz Dr. Arrazy Hasyim, "Dalam Hadist Nabi Agama Itu Mudah." Link: https://m.youtube.com/shorts/C2k7JqvjuWs

 	Gambar 3. Contoh hadis dalam Instagram Reels bertema sabar Instagram Reels, "Sabar Itu Kunci Keberkahan." Link: https://www.instagram.com/reel/DN5MrpXjX5c/
 	Gambar 4. Contoh hadis dalam Instagram Reels komunitas dakwah digital One Day One Juz, konten hadis "Jangan Marah" sebagai nasihat moral. Link: https://www.instagram.com/reel/DYD2h58zLI0/
 	Gambar 5. Contoh hadis dalam Postingan Feed Instagram bertema "Shaf Miniatur Umat". Link: https://www.instagram.com/p/DYgc1X5kWY_/?img_index=4&igsh=NWw2cnh6eHJnZWdt



Gambar 6. Contoh hadis dalam Postingan Tik Tok bertema "Pentingnya memilih sahabat yang shalih".

Link: https://vt.tiktok.com/ZSXrJnooV/



Gambar 7. Contoh hadis dalam Postingan Tik Tok bertema "Pekerjaan apa yang paling utama ya Rasulullah".

Link: https://vt.tiktok.com/ZSXrdShxG/



Gambar 8. Contoh hadis dalam Postingan Tik Tok bertema "Masuk Surga Dengan Menuntut Ilmu".

Link: https://vt.tiktok.com/ZSXreVA6w/

Di balik model penyajian yang beragam, kedelapan contoh tersebut bisa dipetakan ke dalam tiga pola transformasi yang saling terkait, di mana secara kolektif menunjukkan bagaimana hadis Nabi saw mengalami pemformatan ulang untuk logika media digital.

Pertama, fragmentasi matan dari sanad ke konteks periwayatan. Dalam hal ini, video pendek dari YouTube Shorts oleh Khalid Basalamah tentang kesabaran (gambar 1) dan Arrazy Hasyim tentang kemudahan beragama (gambar 2) secara mendasar memperlihatkan bagaimana hadis dilepaskan dari kerangka *syarah* dan sanad, yang kemudian disederhanakan melalui satu pesan tunggal yang dapat dikonsumsi dalam hitungan detik. Pola tersebut, meskipun cukup memudahkan bagi para netizen untuk menangkap makna dari hadis, namun di saat yang sama juga menunjukkan adanya pemutusan hadis dari mata rantai epistemik yang semula menjadi domain utama sekaligus penjamin otoritas periwayatan. Hanya saja, menurut pembacaan penulis, kreator digital memiliki kesadaran untuk ikut bertanggungjawab atas validitas dan mengarahkan pemahaman *audiens* menjadi lebih terarah, sehingga mereka menambahkan *caption* untuk membatasi maksud dan konteks video tersebut, baik secara emosional maupun ideologis. (Genette, 1997; Völcker, 2020)

Kedua, personalisasi afektif melalui narasi reflektif dan estetisasi visual sebagai penanda kesalehan. Bagian ini tampak pada Instagram Reels bertemakan sabar (gambar 3) dan larangan marah (gambar 4), di mana hadis ditempatkan sebagai jawaban langsung atas pengalaman emosional para pengguna. Kreator melihat bahwa permasalahan modern cukup kompleks, sehingga penggunaan hadis dalam konteks ini melampaui norma hukum secara kolektif, dengan pesan terapeutik yang disesuaikan dengan kegelisahan personal dan kebutuhan Muslim pengguna media. Pola semacam ini juga tampak pada hadis tentang shaf miniatur umat (gambar 5), di mana desain grafis, tipografi, dan simbolisme keagamaan digunakan untuk membentuk pengalaman keagamaan di ruang publik yang mampu dilihat, dirasakan, dan membentuk pemahaman secara lebih sederhana. (Morgan, 2023) Hal ini sejalan dengan kajian *digital religion* yang menekankan bahwa media digital bukan sekadar kanal komunikasi, melainkan lingkungan budaya yang membentuk ulang praktik, otoritas, dan pengalaman keagamaan. (Campbell, 2012; Campbell & Evolvi, 2020)

Ketiga, instrumentalisasi algoritmik melalui animasi dan narasi populer. Konten TikTok tentang memilih sahabat shalih (gambar 6), pekerjaan paling utama (gambar 7), dan keutamaan menuntut ilmu (gambar 8) memperlihatkan bagaimana hadis yang dikemas melalui bentuk animasi dan gaya bahasa yang menarik dapat menarik perhatian para audiens. Banyak pendakwah digital menggunakan bahasa sehari-hari, humor ringan, ekspresi emosional, serta contoh konkret yang dekat dengan pengalaman anak muda. Hadis tidak disampaikan dalam kerangka *syarah* panjang, tetapi melalui narasi yang bersifat aplikatif dan langsung menyentuh problem personal audiens. Pola ini dipilih agar memiliki kesesuaian dengan logika *watch time* dan *shareability platform* yang menjadikan hadis "menang" dalam pertarungan melawan konten hiburan, sehingga di saat yang sama juga lahir figur-figur keagamaan baru yang memperoleh pengaruh melalui gaya populer, daya tarik personal, dan keaktifan dalam kanal digital. (Hannan & Mursyidi, 2023)

Berdasarkan perspektif *mediatization of religion*, ketiga pola tersebut bisa dibaca sebagai fenomena di mana agama tidak hanya menggunakan media, tetapi juga menyesuaikan ekspresinya dengan logika media, (Hjarvard, 2008) sehingga berpotensi mengalami berbagai transformasi seiring dengan perkembangan *trend* media dan isu yang sedang hangat dibicarakan. Oleh karenanya, transformasi hadis dari teks keagamaan menjadi konten digital tidak dapat direduksi sebagai popularisasi semata, melainkan melibatkan perubahan bentuk, otoritas, afeksi, estetika, dan mekanisme distribusi yang tampil melalui video pendek, caption, ceramah TikTok, dan konten motivasi Islami. Proses yang lebih kompleks berupa perubahan cara hadis dihadirkan, dimaknai, dan dihidupkan Muslim muda perlu dihadirkan sebagai penjamin otoritas hadis dan sistem resepsi makna, sehingga

living hadis pada era digital juga terjadi dalam praktik menonton, menyimpan, membagikan, dan menegosiasikan makna keagamaan.

Melalui elaborasi antara konsep algoritma dan living hadis, tampak jelas bagaimana hadis tidak hanya hidup karena dibaca, diyakini, atau diamalkan oleh komunitas Muslim secara konvensional, tetapi juga karena direkomendasikan, diulang, dipersonalisasi, dan diperkuat oleh sistem media sosial. Ketika Muslim muda menonton konten tentang hijrah, sabar, jodoh, rezeki, kematian, atau akhir zaman, sistem *platform* membaca aktivitas tersebut sebagai sinyal ketertarikan, sehingga konten dengan tema, gaya visual, narasi, atau figur pendakwah yang serupa terus direkomendasikan. Pengguna, pada akhirnya, tidak hanya mencari hadis, tetapi di saat yang sama juga "dicarikan" konten hadis tertentu melalui kurasi algoritmik. Kondisi ini memungkinkan terjadinya sirkulasi yang terbentuk tidak lagi hanya bergantung pada jaringan pengajian, komunitas dakwah, atau otoritas ulama, tetapi juga pada sistem rekomendasi *platform* yang secara otomatis menjadi alasan di balik munculnya konten tertentu dalam beranda pengguna.

Logika *visibility game* turut membentuk cara hadis dikemas. Dalam hal ini, kreator menyusun judul, durasi, kalimat pembuka, desain visual, dan tagar agar layak tampil di sistem rekomendasi, (Cotter, 2019) sehingga hadis mengalami mediasi ganda di mana kreator sebagai penyusun narasi, sedangkan algoritma menjadi penentu jangkauan. Penonton konten hijrah, misalnya, mereka akan menerima aliran konten tentang larangan pacaran dan penikmat konten akhir zaman akan menerima narasi kematian dan kiamat. Sementara penyuka motivasi rezeki tidak akan mendapatkan dua konten sebelumnya, tetapi menerima konten sedekah dan berbagi. Pola pengelompokan preferensi semacam ini sejalan dengan mekanisme *echo chamber* pada platform digital secara umum, meskipun verifikasi langsung terhadap algoritma rekomendasi hadis di TikTok, Instagram, dan YouTube berada di luar jangkauan metode *netnografi* yang digunakan dalam penelitian ini. Alhasil, hadis berpotensi membentuk pemahaman selektif karena tema-tema yang sesuai memperoleh visibilitas tinggi, sedangkan tema di luarnya tersisih karena kurang sesuai logika viralitas.

Di sisi lain, mekanisme yang sama juga membuka peluang perluasan akses. Muslim muda yang tidak aktif dalam pengajian formal tetap dapat menjumpai pesan-pesan kenabian melalui media sosial, sehingga algoritma dapat berkorelasi dengan kajian digital Islam di mana media sosial memungkinkan aktor-aktor baru mereformulasi otoritas agama dan praktik Islam di kalangan Muslim muda. (Zaid et al., 2022) Kendati demikian, peluang ini perlu dibaca secara kritis dalam tradisi keilmuan hadis, khususnya menyangkut otoritas penting yang berkaitan dengan sanad, matan, kualitas periwayatan, dan penjelasan ulama. Sementara di media sosial ukuran otoritas kerap bergeser pada indikator popularitas, jumlah penonton, pengikut, likes, komentar, dan intensitas kemunculan di beranda.

Akibatnya, hadis yang sering muncul belum tentu hadis yang paling kuat secara kualitas periwayatan, namun memperoleh legitimasi sosial karena berulang kali dilihat, bukan karena telah melalui proses verifikasi ilmiah yang memadai.

Dalam konteks Indonesia, dinamika ini telah banyak dibahas dalam kajian dakwah digital. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa media sosial dapat memobilisasi sentimen keagamaan dan membentuk gerakan Islam baru melalui praktik digital seperti *One Day One Juz*; (Nisa, 2018) penggunaan media sosial, persuasi visual, dan strategi dakwah digital sebagai otoritas keagamaan populer di Indonesia; (Hew, 2018) serta sumber keagamaan generasi muda yang didapat dari media sosial dan internet, sehingga *platform* digital menjadi salah satu arena penting pembentukan kesalehan dan pemahaman agama. (Fauzi & Pribadi, 2024) Temuan-temuan ini memperkuat argumen bahwa hadis yang beredar di media sosial perlu dianalisis bukan hanya sebagai teks agama, tetapi sebagai konten yang hidup dalam sistem platform. Dengan demikian, konsep *algorithmic living hadith* menempatkan algoritma sebagai mediator penting dalam kehidupan sosial hadis titik temu antara teks kenabian, emosi audiens, strategi kreator dakwah, jaringan pengguna, dan logika algoritmik platform.

C. Otoritas Keagamaan Digital dan Negosiasi Pemahaman Hadis

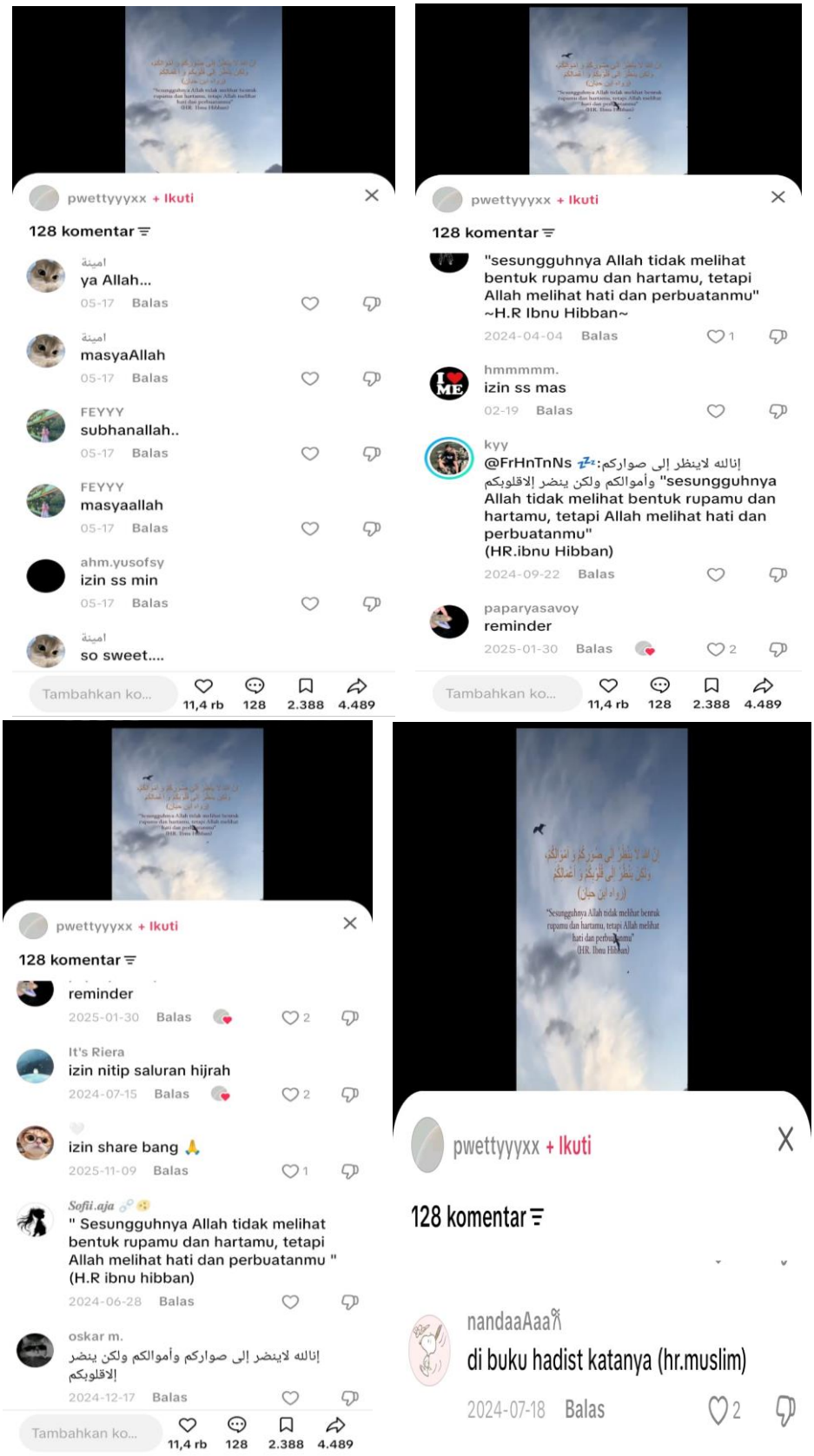
Otoritas keagamaan tidak boleh dipahami sebagai atribut tetap yang ada dan melekat pada individu atau lembaga tertentu, melainkan relasi pengakuan yang terus dinegosiasikan antara pihak penyampai dan *audiens* yang memberikan legitimasi melalui tradisi, kharisma personal, dan prosedur formal-institusional yang kini beroperasi dalam satu medan yang sama, yaitu *platform digital*, sehingga perlu dibaca secara relasional. (Campbell, 2007) Dalam studi hadis, persoalan representativitas menyangkut otoritas yang berwenang dalam menyampaikan dan menafsirkan hadis. Pada dimensi epistemik, legitimasi tetap bertumpu pada metodologi keilmuan hadis berupa verifikasi keabsahan melalui kesinambungan sanad (*ittiṣāl al-sanad*), integritas dan kapasitas periwayat (*'adālah* dan *ḍabṭ*), serta keselarasan matan dengan prinsip-prinsip utama kritik hadis. (al-Suyūṭī, 1994; Brown, 2007; 'Itr, 1979) Namun hari ini, secara sosiologis, representativitas justeru dibentuk oleh efektivitas komunikasi, kedekatan dengan *audiens*, dan visibilitas algoritmik, sehingga melahirkan pertanyaan terkait otoritas keagamaan.

Diskursus mengenai otoritas keagamaan memang tidak bisa dilepaskan dari tradisi keagamaan yang berkembang. Merujuk pada transformasi transmisi hadis dari tradisi lisan, tulis, hingga digital, tampak jelas bagaimana masing-masing fase memiliki karakter yang khas. Dalam tradisi lisan, misalnya, otoritas dibangun melalui relasi guru–murid dan verifikasi langsung. (Azami, 2020) Fase ini berjalan pada masa ulama' klasik, di mana metode *sima'* dan *qira'ah* mendominasi pola transmisi serta kehadiran sosok saksi sebagai sumber verifikasi. Sementara dalam

tradisi tulis, kodifikasi hadis menjadi bagian penting dari peralihan fase, yang berdampak pada perluasan cakupan periwayatan. (Assagaf, 2022) Pada fase ini, pola transmisi berkembang pada wilayah *ijazah*, *washiyyah*, *munawalah*, dan pola periwayatan lainnya, sehingga otoritas periwayatan masih terfokus pada sosok guru yang otoritatif. Dengan demikian, tradisi lisan maupun tulisan, keduanya dijaga ketat oleh sistem verifikasi sanad dan matan, otoritas guru, serta saksi yang menempati posisi sumber validasi.

Adapun transmisi digital, meskipun sirkulasi hadis dan perluasan jangkauan terhadap *audiens* menjadi lebih luas, namun tidak secara *inheren* menyediakan mekanisme verifikasi berbasis epistemologi keilmuan hadis. Akibatnya, dalam ekosistem *platform digital*, visibilitas konten berbasis hadis justeru lebih banyak ditentukan oleh logika algoritmik yang mengoptimalkan keterlibatan pengguna daripada validitas ilmiah. (Anderson & Dale F., 2003) Legitimasi hadis, pada akhirnya, dinegosiasikan melalui interaksi antara kreator konten, algoritma platform, dan audiens yang didorong oleh terbukanya akses produksi konten keagamaan, serta keterlibatan pengguna dan peran audiens. Merespon fenomena ini, Campbell mengajukan gagasan menarik. Menurutnya, perubahan otoritas digital perlu dibaca melalui peran (aktor penyampai hadis), struktur (posisi dan visibilitas), ideologi (kesesuaian narasi dengan orientasi keagamaan), dan teks (cara hadis dikemas dan disirkulasikan), sehingga aktor keagamaan membangun legitimasi personal sebagai kurator pengetahuan di tengah lanskap digital yang terfragmentasi. (Campbell, 2010; Cheong et al., 2011)

Fenomena "cool ustadz" maupun "ustaz digital" yang dikenali melalui gaya bahasa populer, kemampuan menyederhanakan tema keagamaan, kedekatan dengan persoalan anak muda, serta konsistensi produksi konten menjadi *trend* yang terus berkembang. (Akmaliah, 2020) Bahkan, kehadiran mereka mampu menggeser otoritas kiai, ustaz, dan tokoh agama yang selama ini menjadi jangkar pengetahuan agama melalui institusi formal seperti pesantren. Pergeseran basis kepercayaan dari kedalaman sanad keilmuan menuju kedekatan komunikatif dan konsistensi produksi konten ini menjadi masif, namun tetap mendapatkan respon kritis dari para netizen melalui kolom komentar. Kehadirannya cukup sentral, menjadi elemen penting dalam negosiasi otoritas hadis di media sosial dan ruang pembentukan makna. Hal ini dibuktikan melalui komentar afirmatif seperti "masya Allah", "izin share", atau "benar sekali, ustadz"; begitu juga komentar menantang otoritas konten dengan pertanyaan seperti "hadis ini riwayat siapa?", "apakah hadis ini sahih?", atau "tolong cantumkan sumbernya".



Contoh komentar dalam Postingan Motivasi berupa Hadis di Tik Tok
Sumber : https://vt.tiktok.com/ZS4mXhQMm/

Komentar-komentar *audiens*, pada akhirnya menghadirkan pola verifikasi secara partisipatif, meskipun kualitas verifikasi tersebut sangat beragam. Pada satu sisi, komentar menjadi ruang koreksi publik di mana masyarakat *digital* mampu menyampaikan kritik dan sanggahan atas setiap konten yang menjadikan hadis sebagai basisnya. Hal ini menjadi sistem penting dalam studi hadis, karena setiap informasi yang disandarkan pada nabi (hadis) harus melalui verifikasi mendalam terkait autentisitasnya, sehingga komentar netizen bisa menjadi representasi konkret atas sistem tersebut. Namun di sisi lain, komentar yang disampaikan tanpa dasar keilmuan memadai juga dapat memperkuat legitimasi kolektif. Hal ini menjadi konsekwensi logis ketika informasi keagamaan berada di ruang publik, di mana sistem verifikasinya tidak bersifat homogen, namun secara mendasar dipengaruhi oleh masyarakat digital. Benturan atas dua realitas tersebut akan membentuk diskusi panjang antar netizen, sehingga masing-masing individu perlu secara kritis membacanya sebagai bagian dari pola keberagamaan idel.

Otoritas penyampai hadis di media sosial, oleh karenanya, perlu dipahami sebagai otoritas yang terdistribusi. Otoritas tidak hanya berada pada ulama atau teks, tetapi juga pada kreator konten, akun dakwah, algoritma, komentar audiens, serta metrik popularitas. Kondisi ini tidak berarti otoritas tradisional sepenuhnya hilang. Sebaliknya, otoritas tradisional mengalami mediasi ulang. Ustaz yang memiliki latar pendidikan agama tetap dapat memperoleh legitimasi kuat, tetapi legitimasi tersebut semakin efektif apabila mampu menyesuaikan diri dengan logika komunikasi digital. Sementara itu, kreator non-ulama dapat memperoleh pengaruh besar apabila mampu mengemas hadis secara emosional dan populer, meskipun legitimasi keilmuannya lebih problematis. Untuk itu, *algorithmic living hadith* merujuk pada peran algoritma dalam merekonfigurasi otoritas penyampai hadis melalui logika visibilitas yang menghubungkan legitimasi keagamaan, performativitas digital, dan pengakuan audiens, sehingga representativitas penyampai hadis tidak lagi ditentukan oleh satu sumber otoritas, melainkan oleh interaksi antara legitimasi epistemik dan pengakuan sosial.

D. Living Hadith, Kesalehan Digital, dan Praktik Keagamaan Muslim Muda

Kehadiran hadis melalui video pendek, poster dakwah, caption motivasi, atau ceramah TikTok tidak berhenti sebagai informasi keagamaan, tetapi meluas sebagai sumber orientasi moral, penggerak perubahan perilaku, dan perangkat pembentukan identitas kesalehan. Dalam kerangka pembacaan etik, fenomena produksi konten berbasis hadis bisa diatribusikan pada kesadaran kreator untuk senantiasa menyampaikan nilai-nilai yang terkandung dalam hadis secara luas, atau dalam bahasa sederhana disebut dengan dakwah. (Qudsy et al., 2023; Rizkiy, 2025) Sebagai contoh, produksi konten-konten berbasis hadis yang menekankan

keutamaan salat, zikir, sedekah, membaca al-Qur'an, menjaga adab, dan menjauhi maksiat, ditujukan untuk menjadi pemantik refleksi personal *audiens* di tengah hiruk pikuk kehidupan modern. Kondisi menegaskan dimensi resepsi fungsional performatif yang tidak berhenti pada estetika konten (resepsi estetis) maupun pemaknaan tekstual (resepsi eksegesis) melalui *caption*, melainkan bentuk nyata dari transformasi matan menjadi penerimaan emosional yang mampu melahirkan kesadaran dan tindakan aktif dari para *audiens*. (Qudsy & Dewi, 2018; Rafiq, 2021)

Berbagai komentar seperti "masya Allah", "Subhanallah", "izin ss mas", dan "izin share bang", menjadi bukti empiris yang menunjukkan bagaimana *audiens* memahami dan meresepsi nilai-nilai fundamental yang terkandung dalam konten hadis. Bahkan di dalam penelitian Anna Nurfitroh, dkk., dijelaskan secara lebih detail bagaimana ujaran direktif, ekspresif, perasaan emosional, hingga do'a dan pujian memenuhi kolom komentar yang menunjukkan partisipasi aktif sebagai bagian dari fungsi afektif-terapeutik. (Nurfitroh et al., 2025) Alhasil, perluasan kajian living hadis, khususnya dengan pola resepsi, ke dalam ruang digital menjadi semakin nyata. Apalagi dengan pola konsumsi informasi Muslim muda yang menjadikan konten keagamaan sebagai pengingat moral (meski sering kali hadir secara spontan di beranda media sosial), sehingga membentuk disposisi batin yang mampu melahirkan kesalehan.

Kesalehan digital tidak boleh dibaca secara romantis sebagai peningkatan religiusitas tanpa masalah, sebab media sosial hampir selalu menempatkannya dalam ketegangan antara penghayatan spiritual dan performativitas publik. Berbagi hadis tentang sabar, menutup aurat, menjaga pandangan, atau menjauhi dosa dapat menjadi internalisasi nilai keagamaan sekaligus latihan asketis, namun tindakan yang sama juga dapat menjadi bagian dari penciptaan citra diri religius di hadapan audiens digital, karena dakwah digital bersifat kreatif sekaligus terhubung dengan ekonomi perhatian dan budaya visual. (Mahmood, 2005; Nisa, 2018) Di sisi lain, hadis di media sosial juga berfungsi sebagai motivasi hidup, dikemas sebagai respons atas keresahan anak muda seperti kecemasan masa depan, kegagalan, tekanan ekonomi, luka relasi, atau pencarian makna hidup. Hadis tentang sabar, tawakal, rezeki, dan kasih sayang Allah menjadi bahasa spiritual untuk mengelola emosi, menenangkan hati, dan mengatur harapan, sehingga living hadis digital beroperasi sekaligus sebagai praktik moral dan praktik emosional yang bekerja pada level normatif maupun afektif.

Meski demikian, pengaruh hadis media sosial juga mengandung risiko penyempitan makna. Hadis yang beredar secara viral sering kali dipilih karena sesuai kebutuhan emosional, identitas kelompok, atau logika popularitas, sehingga dapat direduksi menjadi kutipan motivasional yang terlepas dari konteks *syarah*, kualitas periwayatan, dan kompleksitas hukum. Dakwah media sosial bekerja melalui persuasi visual dan strategi komunikasi yang kuat, di mana

kekuatan persuasi mampu mempercepat proses pembentukan diri, tetapi tidak dengan sendirinya menjamin kedalaman pemahaman yang menyertainya, (Hew, 2018) sehingga ruang kritik berpotensi melemah ketika audiens lebih terpesona oleh gaya penyampaian daripada substansi keilmuan. Oleh karena itu, living hadis digital perlu dibaca dalam dua sisi sekaligus, yaitu sebagai perluasan akses terhadap tradisi kenabian yang mendekatkan hadis pada keseharian Muslim muda, sekaligus sebagai ruang yang rentan terhadap simplifikasi agama ketika viralitas menggantikan otoritas keilmuan sebagai penentu kebenaran.

Dengan demikian, jelas bahwa media sosial telah memperluas medan living hadis sekaligus mengubah bentuk pembiasaan etis penopangnya; dari disiplin komunitas fisik menuju pembentukan diri lewat aktivitas menonton, menyimpan, membagikan, dan mengamalkan konten digital. Perbaikan ibadah, tren hijrah, perubahan gaya berpakaian, pengaturan pergaulan, pembagian hadis melalui *story*, dan penggunaan hadis sebagai motivasi hidup, menunjukkan bahwa hadis media sosial memiliki pengaruh nyata terhadap pembentukan kesalehan melalui mekanisme askesis. Namun, kesalehan tersebut terbentuk melalui ekosistem yang kompleks, yakni perpaduan antara teks hadis, emosi audiens, figur dakwah, komunitas digital, metrik popularitas, dan algoritma *platform*. Sehingga, dalam kerangka *algorithmic living hadith*, hadis hidup bukan hanya karena diamalkan, tetapi juga karena terus muncul, dibagikan, didiskusikan, dan dijadikan rujukan moral dalam kehidupan digital Muslim muda Indonesia.

E. Simpulan

Kajian ini menunjukkan bahwa hadis Nabi dalam ekosistem media sosial Indonesia tidak lagi hidup semata melalui praktik sosial masyarakat sebagaimana dikonsepsikan dalam kajian living hadis konvensional, melainkan melalui mediasi algoritma, visualitas, otoritas digital, dan partisipasi audiens yang saling berkelindan. Hadis mengalami pergeseran epistemik dari teks keagamaan otoritatif menjadi konten digital yang ringkas, visual, emosional, dan mudah dibagikan, sebagaimana tampak pada video pendek, caption Instagram, ceramah TikTok, poster dakwah, dan konten motivasi Islami, sehingga memperluas akses terhadap tradisi kenabian. Hal ini, secara mendasar, dipengaruhi oleh algoritma *platform* sebagai aktor teknis yang menentukan visibilitas, sirkulasi, dan viralitas konten hadis, sementara otoritas keagamaan digital terbentuk melalui negosiasi berlapis antara ustaz digital, influencer dakwah, akun dakwah kolektif, dan komentar audiens, di mana legitimasi berbasis sanad berpotensi bergeser menjadi legitimasi berbasis kedekatan komunikatif dan metrik popularitas.

Meskipun hadis digital secara nyata dapat membentuk kesalehan Muslim muda melalui mekanisme asketis, di mana konten hadis mampu menyentuh kesdaran masyarakat digital untuk melakukan perbaikan ibadah, munculnya tren

hijrah, pengaturan pergaulan, hingga penggunaan hadis sebagai motivasi hidup, namun di saat yang bersamaan juga berada dalam ketegangan epistemik antara penghayatan spiritual dan performativitas publik. Oleh karena itu, secara teoretis, temuan ini menegaskan bahwa relevansi konsep *algorithmic living hadith* sebagai perluasan studi living hadis ke ruang digital-algoritmik, sekaligus memperkaya kajian digital religion dengan menempatkan hadis sebagai objek analisis utama. Hal ini turut melengkapi kekosongan pada penelitian terdahulu yang cenderung membahas isu tersebut secara terpisah. Sedangkan secara praktis, temuan ini mengisyaratkan perlunya literasi hadis digital di kalangan Muslim muda agar konsumsi hadis di media sosial tidak berhenti pada level afektif dan viral, tetapi juga disertai kesadaran kritis terhadap validitas dan konteks periwayatan.

F. Daftar Pustaka

Akmaliah, W. (2020). 13 The Rise of Cool Ustadz: Preaching, Subcultures and the Pemuda Hijrah Movement. In *The New Santri* (pp. 239–257). ISEAS Publishing. https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.1355/9789814881487-015/html?lang=en

al-Suyūṭī, J. al-Dīn. (1994). *Tadrib al-Rāwī fī Syarḥ Taqrīb al-Nawāwī*. Maktabah al-Kauṡar.

Alfi, I., Basit, A., Halwati, U., & Malik, A. (2025). The Transformation Of Religious Practices Of Digital Ummah In The Age Of Algorithms. *Al-Qalam : Journal of Religious and Sociocultural*, *31*(2), 331–345. https://doi.org/10.31969/alq.v31i2.1702

Amin, Z. S., Erawati, D., & Wahid, M. I. (2025). Tradisi Barzanji dan Manakib Sebagai Basis Solidaritas Sosial: Studi Etnografi Migran Demak di Kecamatan Kurun, Kalimantan Tengah. *Journal of Islamic Studies and Humanities*, *10*(1). https://doi.org/https://doi.org/10.21580/jish.v10i1.28880

Anderson, J. W., & Dale F., E. (2003). *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere*.

Assagaf, J. (2022). Historiografi Hadis: Analis Embrio, Pemetaan, dan Perkembangannya. *Substantia: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, *24*(1).

Azami, M. M. (2020). *Hadis Nabawi dan Sejarah Kodifikasinya* (A. M. Ya'qub, Trans.). Pustaka Firdaus.

Brown, J. A. C. (2007). *Hadith: Muhammad's Legacy in the Medieval and Modern World*. Oneworld Academic. https://turan-

edu.uz/media/books/2024/05/27/Brown_Jonathan_A_C_Hadith_Muhammads_Lega.pdf

Bucher, T. (2017). The algorithmic imaginary: Exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. *Information, Communication & Society*, *20*(1), 30–44. https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1154086

Campbell, H. (2007). Who's Got the Power? Religious Authority and the Internet. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *12*(3), 1043–1062. https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00362.x

Campbell, H. A. (n.d.). *Digital Creatives and the Rethinking of Religious Authority*. Routledge & CRC Press. Retrieved July 10, 2026, from https://www.routledge.com/Digital-Creatives-and-the-Rethinking-of-Religious-Authority/Campbell/p/book/9781138370975

Campbell, H. A. (2010). Religious Authority and the Blogosphere. *Journal of Computer-Mediated Communication*, *15*(2), 251–276. https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2010.01519.x

Campbell, H. A. (Ed.). (2012). *Digital Religion: Understanding Religious Practice in New Media Worlds*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203084861

Campbell, H. A., & Evolvi, G. (2020). Contextualizing current digital religion research on emerging technologies. *Human Behavior and Emerging Technologies*, *2*(1), 5–17. https://doi.org/10.1002/hbe2.149

Cheong, P. H., Huang, S., & Poon, J. P. H. (2011). Religious Communication and Epistemic Authority of Leaders in Wired Faith Organizations. *Journal of Communication*, *61*(5), 938–958. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01579.x

Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *118*(9), 1–8. https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118

Cotter, K. (2019). Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram. *New Media & Society*, *21*(4), 895–913. https://doi.org/10.1177/1461444818815684

DeVito, M. A. (2017). From Editors to Algorithms: A values-based approach to understanding story selection in the Facebook news feed. *Digital Journalism*, *5*(6), 753–773. https://doi.org/10.1080/21670811.2016.1178592

Fauzi, M. L., & Pribadi, Y. (2024). Muslim Youth Between Pragmatism, Islamic Concern, And Social Piety: *Ulumuna*, *28*(2), 798–824. https://doi.org/10.20414/ujis.v28i2.877

Fawzi, M., Ross, B., & Magdy, W. (2025). *Fabricating Holiness: Characterizing Religious Misinformation Circulators on Arabic Social Media* (arXiv:2508.07845). arXiv. https://doi.org/10.48550/arXiv.2508.07845

Genette, G. (with Internet Archive). (1997). *Paratexts: Thresholds of interpretation*. Cambridge ; New York, NY, USA : Cambridge University Press. http://archive.org/details/paratextsthresho0000gene

Gillespie, T. (2014). The Relevance of Algorithms. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Eds.), *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society* (p. 0). The MIT Press. https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262525374.003.0009

Haitami, A. A., & Sastra, H. M. (2025). Living Hadis di Era Digital: Konsistensi Keberagamaan dan Adaptasi Media dalam Praktik Tradisi Kenabian Jama'ah Tabligh. *Journal of Hadith Studies*, *8*(2), 150–165. https://doi.org/10.32506/johs.v8i2-05

Hannan, A., & Mursyidi, A. F. (2023). Social Media and the Fragmentation of Religious Authority among Muslims in Contemporary Indonesia. *Digital Muslim Review*, *1*(2), 84–104. https://doi.org/10.32678/dmr.v1i2.10

Haq, D. D., & Kirana, Z. C. (2022). Pembentukan Karakter Religius Santri di Pondok Pesantren Fathul Ulum Kwagean Kediri melalui Kegiatan Mujahadah. *Jurnal Kependidikan Islam*, *12*(2).

Hew, W. W. (2018). The Art Of Dakwah: Social Media, Visual Persuasion and The Islamist Propagation of Felix Siauw. *Indonesia and the Malay World*, *46*(134), 61–79. https://doi.org/10.1080/13639811.2018.1416757

Hjarvard, S. (2008). The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Nordic Journal of Media Studies*, *6*, 9–26. https://doi.org/10.1386/nl.6.1.9_1

Ihsan, M. F., & Ashshiddieqi, M. N. (2024). Historiografi Kajian Living Hadis di Indonesia. *Journal of Hadith Studies*, *7*(1). https://doi.org/10.32506/johs.v7i1-04

Istianah. (2020). Era Disrupsi dan Pengaruhnya terhadap Perkembangan Hadis di Media Sosial. *Riwayah: Jurnal Studi Hadis*, *6*(1).

'Itr, N. al-Dīn. (1979). *Manhaj al-Naqd fī 'Ūlūm al-Ḥadīṡ*. Dār al-Fikr.

Kemp, S. (2025, November 5). *Digital 2026: Indonesia* [Global Digital Insights]. DataReportal. https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia

Kitchin, R. (2017). Thinking critically about and researching algorithms. *Information, Communication & Society*, *20*(1), 14–29. https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1154087

Latib, M. S. A. (2025). Digital Transformation in Hadith Studies (A Comparative Analysis of Hadith Databases and Classical Transmission Methods). *TAMMAT (Journal Of Critical Hadith Studies)*, *3*(1). https://ejournal.uinsgd.ac.id/index.php/tammat/article/view/1847

Luthfia, A. D., & Yanuri, Y. R. (2024). Nurturing Piety: The Interplay of New Media, Youth Muslim and Commodification: (Hanan Attaki's Sharing Time Study Case). *Islam Realitas: Journal of Islamic and Social Studies*, *10*(2), 213–225. https://doi.org/10.30983/islam_realitas.v10i2.8618

Mahmood, S. (2005). *Politics of piety: The Islamic revival and the feminist subject* (Paperback reissue). Princeton University Press.

Marfu'ah, A. F. (2023). *Studi Living Hadis Tradisi Sedekah Bumi sebagai Tanda Rasa Syukur di Desa Genengmulyo*. IAIN Kudus.

Morgan, D. (2023). CHAPTER ONE THE PRACTICE OF VISUAL PIETY. In D. Morgan (Ed.), *Visual Piety: A History and Theory of Popular Religious Images* (pp. 21–58). University of California Press. https://www.degruyterbrill.com/document/doi/10.1525/9780520923133-005/html?lang=en

Mudin, M. (2019). *Islam virtual: Diskursus Hadis, Otoritas, dan Dinamika Keberislaman di Media Sosial* (N. Afifah, Ed.). Bildung Nusantara.

Musolin, M., & Mukhtar, N. (2023). Living Hadis Berjama'ah Shalat Empat Puluh Hari pada Masyarakat Desa Salam Kecamatan Gebang Kabupaten Purworejo. *Al-Bayan: Jurnal Ilmu al-Qur'an Dan Hadist*, *6*(1).

Muthohirin, N. (2025). Faith in the Digital Age: The Rise of Islamic Fundamentalism and the Plurality of Young Muslims' Piety on Social Media. *Islamica: Jurnal Studi Keislaman*, *19*(2), 199–233. https://doi.org/10.15642/islamica.2025.19.2.199-233

Muzakki, M. A. (2025). Operationalizing Hadith in Digital Ta'aruf: A Living Hadith Study of TikTok @taarufmenikah | Ishlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab dan Dakwah. *Ishlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin*, *7*(2), 351–366.

Nisa, E. F. (2018a). Creative and Lucrative Daʿwa: The Visual Culture of Instagram amongst Female Muslim Youth in Indonesia. *Asiascape: Digital Asia*, *5*(1–2), 68–99. https://doi.org/10.1163/22142312-12340085

Nisa, E. F. (2018b). Social media and the birth of an Islamic social movement: ODOJ (One Day One Juz) in contemporary Indonesia. *Indonesia and the Malay World*, *46*(134), 24–43. https://doi.org/10.1080/13639811.2017.1416758

Nurfitroh, A., Murtini, N. B., & Abdullah, A. F. L. (2025). The Digital Religious Narratives: Psychological Analysis of al-Najā'ib (Heavenly Conveyances) Hadith in @Alqariomarali Instagram Account. *Jurnal Living Hadis*, *10*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.14421/livinghadis.2025.6993

Qudsy, S. Z., Abdullah, I., Jubba, H., Prasojo, Z. H., & Tanadi Taufik, E. (2023). The making of living ḥadīth: A new direction of ḥadīth studies in Indonesia. *Culture and Religion an Interdisiplinary Journal*, *23*(4), 353–372. https://doi.org/10.1080/14755610.2024.2336461

Qudsy, S. Z., & Dewi, S. K. (2018). *Living Hadis: Praktik, Resepsi, Teks, dan Transmisi*. Q Media.

Rafiq, A. (2021). The Living Qur'an: Its Text and Practice in the Function of the Scripture. *Jurnal Studi Ilmu-Ilmu Al-Qur'an Dan Hadis*, *22*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.14421/qh.2021.2202-10

Rizkiy, M. I. (2025). Bridging the Methodological Gap: Emic and Etic Paradigms in Evolving the Living Hadith Studies. *Jurnal Living Hadis*, *10*(2), 139–160. https://doi.org/10.14421/livinghadis.2025.6578

van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The Platform Society*. Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001

Völcker, M. (2020). Paratexts on a social network site and their relevance in the production of meaning—Results of a qualitative investigation of Twitter-Feeds. *PLoS ONE*, *15*(9), e0238765. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0238765

Zaid, B., Fedtke, J., Shin, D. D., El Kadoussi, A., & Ibahrine, M. (2022). Digital Islam and Muslim Millennials: How Social Media Influencers Reimagine Religious Authority and Islamic Practices. *Religions*, *13*(4), 335. https://doi.org/10.3390/rel13040335