

Strategi Dakwah Digital Berbasis Hadis: Tinjauan Nilai-Nilai Adab Komunikasi dalam Media Sosial

A Zamzami Almufassir

UIN Walisongo Semarang

Email: zamzamasbholmoen@gmail.com

Syibromilisi

STIT Buntet Pesantren Cirebon

Email: syibro@stit-buntetpesantren.ac.id

Abstract

Perkembangan media sosial telah mengubah lanskap dakwah dari ruang fisik ke ruang digital, menuntut pendakwah untuk menyesuaikan strategi komunikasi dengan nilai-nilai Islam, khususnya adab dalam hadis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan nilai-nilai adab komunikasi dalam hadis Nabi Muhammad saw. dalam konten dakwah digital. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui studi pustaka dan analisis isi terhadap hadis-hadis terkait etika komunikasi serta konten dakwah di platform YouTube, TikTok, dan Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pendakwah telah menerapkan prinsip adab seperti berkata baik, bersikap santun, dan menyampaikan pesan dengan hikmah. Namun, ditemukan pula konten dakwah yang menyimpang dari nilai-nilai tersebut, seperti retorika provokatif dan ujaran kebencian. Ketidaksiesuaian ini umumnya dipicu oleh orientasi terhadap viralitas dan kurangnya pemahaman terhadap etika dakwah. Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa dakwah digital yang berlandaskan nilai-nilai hadis mampu menciptakan komunikasi keislaman yang lebih etis, edukatif, dan konstruktif. Diperlukan strategi dakwah digital yang lebih terarah serta pembinaan terhadap dai dan edukasi masyarakat agar komunikasi dakwah di ruang digital tetap sejalan dengan semangat Islam yang rahmatan lil 'alamin.

Kata kunci: dakwah digital, hadis, adab komunikasi, media sosial, etika Islam.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah menghadirkan perubahan signifikan dalam pola komunikasi masyarakat, termasuk dalam aktivitas dakwah. Platform media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan X menjadi ruang baru penyebaran pesan keagamaan secara cepat dan masif (Naufaldhi, 2024). Dakwah yang sebelumnya bersifat tatap muka kini mengalami transformasi ke ranah digital yang menjangkau audiens global. Fenomena ini menandai era baru dakwah digital, yang membutuhkan pendekatan komunikasi yang lebih kontekstual dan berbasis nilai-nilai Islam (Rani, 2023). Namun, realitasnya, tidak sedikit pelaku dakwah yang abai terhadap etika komunikasi Islam saat berdakwah di media sosial (Fadhilah, 2022).

Di tengah maraknya konten dakwah digital, ditemukan fakta sosial bahwa sebagian dai lebih menonjolkan sensasi dibanding substansi (Maulidna et al., 2025). Konten dakwah seringkali dibalut dengan narasi provokatif, ujaran kebencian, atau bahkan saling menyudutkan antar kelompok umat Islam. Hal ini menciptakan polarisasi dan memicu konflik wacana keagamaan di ruang publik digital. Realitas tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara nilai-nilai adab komunikasi Islam dengan praktik dakwah digital yang berkembang saat ini (Mubarak & Santoso, 2021).

Sementara itu, hadis sebagai sumber ajaran Islam kedua setelah Al-Qur'an, mengandung prinsip-prinsip penting dalam membangun komunikasi yang beradab, seperti kejujuran, kesantunan, menghindari ghibah dan fitnah, serta menyampaikan kebenaran dengan hikmah (Alber et al., 2025). Sayangnya, nilai-nilai ini belum sepenuhnya menjadi rujukan utama dalam strategi komunikasi dakwah digital, baik dari sisi konten, gaya bahasa, maupun cara penyampaian. Padahal, pengintegrasian nilai-nilai hadis dalam dakwah digital dapat menjadi landasan normatif sekaligus solusi atas berbagai distorsi komunikasi di media sosial (Asmuni, 2023).

Dengan demikian, terdapat celah antara teori normatif (adab komunikasi dalam hadis) dan praktik empirik (kekerasan simbolik dan ujaran kebencian dalam dakwah digital). Penelitian ini ingin menjembatani kesenjangan tersebut melalui analisis strategi dakwah digital berbasis hadis, dengan fokus pada internalisasi nilai-nilai adab komunikasi dalam praktik bermedia sosial.

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyoroti pentingnya dakwah digital di era teknologi informasi. Penelitian oleh (Haryanto, 2021) menegaskan bahwa media sosial memiliki potensi besar dalam menyebarkan pesan keislaman secara masif. Namun, fokus penelitian tersebut lebih menekankan pada aspek teknis penggunaan platform digital tanpa mengulas dimensi etika komunikasi Islam. Begitu juga studi oleh (Nasrullah, 2020) yang menjelaskan bagaimana pola komunikasi dakwah berubah akibat perkembangan media digital, namun belum secara spesifik menelaah nilai-nilai adab yang bersumber dari hadis.

Penelitian oleh (Hidayat & Maulana, 2022) menyoroti pentingnya etika komunikasi Islam dalam dakwah digital, namun referensinya masih terbatas pada prinsip umum komunikasi dan belum menjadikan hadis sebagai landasan utama. Penelitian mereka lebih bersifat konseptual, belum menjangkau dimensi strategi dan aplikatif dalam pengelolaan konten dakwah digital. Di sisi lain, beberapa kajian menyoroti penggunaan bahasa kasar dan ujaran provokatif dalam konten-konten dakwah, namun belum secara mendalam menggali alternatif solusinya melalui pendekatan hadis (Amalia & Fauzi, 2023).

Kebaruan dari penelitian ini terletak pada pendekatan tematik terhadap hadis-hadis Nabi Muhammad saw. yang berkaitan dengan adab komunikasi, dan relevansinya dalam strategi dakwah digital. Penelitian ini tidak hanya mengkaji sisi normatif dari hadis, tetapi juga merumuskan strategi praktis yang dapat diterapkan oleh para dai digital. Dengan demikian, penelitian ini berupaya menyatukan dimensi teologis, etis, dan praktis dalam konteks dakwah kontemporer.

Selain itu, penelitian ini bersifat interdisipliner, memadukan studi hadis, komunikasi Islam, dan media digital. Hal ini menjadikannya relevan tidak hanya bagi akademisi di bidang studi Islam, tetapi juga praktisi komunikasi, dai, dan pengelola

konten keagamaan digital. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan dakwah digital yang lebih etis dan efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis nilai-nilai adab komunikasi dalam hadis yang relevan dengan konteks dakwah digital melalui media sosial. Fokus utama diarahkan pada eksplorasi prinsip-prinsip hadis terkait etika komunikasi dan bagaimana prinsip tersebut dapat diadaptasikan dalam strategi dakwah digital yang santun, mendidik, dan membangun dialog keagamaan yang sehat di ruang digital.

Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk merumuskan strategi dakwah digital berbasis hadis yang dapat menjadi pedoman praktis bagi para pendakwah dan kreator konten Islam. Strategi ini diharapkan mampu menghadirkan wajah Islam yang rahmatan lil 'alamin di ruang publik digital serta meminimalisir konten-konten dakwah yang bersifat provokatif dan memecah belah.

Penelitian ini berangkat dari argumen bahwa dakwah digital tidak cukup hanya berorientasi pada kuantitas penyebaran pesan, tetapi harus memperhatikan kualitas komunikasi yang sesuai dengan ajaran Islam, khususnya adab yang diajarkan dalam hadis. Adab dalam berdakwah merupakan fondasi moral yang tidak boleh diabaikan dalam bentuk dan medium apapun, termasuk dalam media sosial yang bersifat cepat dan terbuka.

Lebih lanjut, penelitian ini meyakini bahwa integrasi nilai-nilai hadis dalam strategi dakwah digital tidak hanya memperbaiki kualitas komunikasi keislaman di media sosial, tetapi juga memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap pesan dakwah itu sendiri. Strategi ini tidak sekadar normatif, tetapi memiliki potensi praktis untuk membentuk kultur komunikasi dakwah yang konstruktif di era digital.

Penelitian ini penting karena dakwah digital kini menjadi medan dakwah utama, terutama bagi generasi muda yang lebih akrab dengan dunia digital. Tanpa strategi komunikasi yang berbasis nilai dan adab, dakwah digital berisiko berubah menjadi alat propaganda yang kontraproduktif terhadap tujuan utama dakwah Islam. Oleh karena itu, pemetaan nilai-nilai adab dalam hadis menjadi sangat mendesak untuk dijadikan rujukan dalam merancang strategi dakwah kontemporer.

Lebih jauh, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan model dakwah Islam yang adaptif terhadap perkembangan teknologi namun tetap setia pada nilai-nilai ajaran Islam. Penelitian ini juga bisa menjadi referensi akademik dan praktis bagi lembaga dakwah, institusi pendidikan Islam, serta para dai digital dalam menata ulang cara mereka berdakwah di ruang digital.

Kajian Teori

1. Dakwah Digital Berbasis Hadis

Dakwah digital merupakan bentuk aktualisasi dari kewajiban menyampaikan ajaran Islam melalui media berbasis teknologi informasi (Effendi et al., 2022). Dalam konteks ini, dakwah tidak lagi terbatas pada ceramah langsung di masjid atau majelis taklim, melainkan meluas ke ranah daring seperti media sosial, blog, dan platform streaming (Raharjo et al., 2024). Hadis-hadis Nabi Muhammad saw. sebagai sumber ajaran Islam kedua setelah Al-Qur'an, menjadi rujukan penting dalam merumuskan

metode dan strategi dakwah yang bijak, sesuai dengan konteks zaman (Fauzan, 2022).

Pendekatan dakwah digital berbasis hadis menekankan pada nilai-nilai universal dalam hadis, seperti kelembutan dalam berbicara, penyampaian pesan secara hikmah, dan menjauhi bentuk-bentuk komunikasi yang memecah belah umat (Lutfiyah & Khuluq, 2024). Hadis riwayat Bukhari dan Muslim, misalnya, menyebutkan bahwa "Sesungguhnya kelembutan tidak ada pada sesuatu kecuali ia menghiasinya" (HR. Muslim). Prinsip ini penting sebagai pedoman dalam menghadirkan konten dakwah yang santun di ruang digital yang penuh dengan dinamika emosi dan opini.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa dakwah digital yang berpijak pada hadis cenderung lebih efektif dalam membangun kedekatan emosional dengan audiens. Hal ini karena konten dakwah yang dikemas dengan nuansa adab dan keteladanan Nabi mampu menyentuh dimensi afektif, bukan hanya kognitif (Irvan, 2024). Dai yang merujuk pada hadis tidak hanya menyampaikan kebenaran, tetapi juga menunjukkan cara penyampaian yang baik dan benar (Amin, 2023).

Namun demikian, implementasi dakwah digital berbasis hadis belum sepenuhnya optimal. Masih banyak konten keagamaan yang mengabaikan prinsip-prinsip hadis, seperti mengedepankan provokasi, takfiri, atau menyebarkan kebencian. Oleh karena itu, diperlukan penguatan literasi keislaman berbasis hadis di kalangan dai digital agar konten dakwah yang disampaikan tidak hanya benar secara substansi, tetapi juga tepat dalam penyampaian.

2. Tinjauan Nilai-Nilai Adab Komunikasi (Etika Komunikasi Menurut Hadis)

Etika komunikasi dalam Islam tidak bisa dilepaskan dari ajaran hadis yang memuat prinsip-prinsip dasar dalam berinteraksi sosial (Saggaf et al., 2021). Adab dalam berbicara, menyampaikan pesan, hingga dalam menyanggah pendapat orang lain diatur dalam banyak hadis Nabi. Nilai-nilai seperti kejujuran (*ṣidq*), kesantunan (*ḥilm*), tidak menyakiti dengan kata-kata (*lā yu'dhī*), serta menjaga amanah informasi adalah fondasi utama dalam membentuk komunikasi yang etis (Qodri, 2020).

Salah satu hadis yang sering dijadikan landasan adalah sabda Nabi: "Barang siapa beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaklah ia berkata baik atau diam" (HR. Bukhari dan Muslim). Hadis ini menegaskan pentingnya memilih kata yang baik dan menghindari ujaran yang tidak bermanfaat atau bahkan merusak. Dalam konteks digital, prinsip ini sangat relevan mengingat kecenderungan pengguna media sosial untuk mudah terpancing emosi dan menyebarkan hoaks atau ujaran kebencian (Nisa, 2024).

Selain itu, hadis juga menekankan pada pentingnya menyampaikan kebenaran dengan cara yang tidak menyakiti. Rasulullah dikenal sebagai komunikator ulung yang mampu menyampaikan kritik dengan penuh kelembutan (Kurniawan, 2022). Dalam berdakwah, beliau tidak hanya fokus pada isi pesan, tetapi juga memperhatikan kondisi psikologis audiens. Etika ini seharusnya menjadi teladan bagi para dai digital yang berkarya di dunia maya (Yuliana, 2021).

Etika komunikasi menurut hadis juga mencakup keharusan untuk menghindari fitnah, ghibah, dan tajassus (mengintip aib orang lain), sebagaimana disebutkan dalam Surah Al-Hujurat ayat 12 yang dijelaskan oleh berbagai hadis shahih (Parid, 2021). Ini menjadi penting ketika dai atau konten dakwah secara tidak sadar

menjatuhkan pihak lain atau membongkar aib demi mendapatkan simpati. Dakwah yang demikian justru bertentangan dengan semangat adab dalam Islam.

3. Penggunaan Media Sosial sebagai Alat Dakwah di Era Digital

Media sosial saat ini telah menjadi arena baru bagi penyebaran nilai-nilai keagamaan. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi medium utama generasi muda dalam mengakses informasi, termasuk informasi keislaman (Faizah, 2024). Fenomena ini menjadikan media sosial sebagai ladang dakwah potensial yang mampu menjangkau audiens dalam jumlah besar dan lintas geografis (Nasrullah, 2021). Namun, efektivitas dakwah sangat bergantung pada cara dan konten yang digunakan.

Dalam prakteknya, penggunaan media sosial sebagai alat dakwah menghadirkan berbagai dinamika. Di satu sisi, media sosial memudahkan distribusi pesan dakwah secara cepat, tetapi di sisi lain, media ini rawan terhadap penyalahgunaan, seperti penyebaran konten berbau intoleransi atau ujaran kebencian yang dibungkus dalam narasi keagamaan (Ulfa, 2024). Hal ini menjadi tantangan serius bagi para dai digital untuk tetap menjaga kualitas dakwah sesuai dengan prinsip Islam (Kusnadi & Astuti, 2023).

Penelitian lain menunjukkan bahwa para pendakwah yang mampu memanfaatkan media sosial secara kreatif dan edukatif mendapatkan respons positif dari audiens. Konten dakwah dalam bentuk video pendek, infografis, dan podcast menjadi pilihan populer yang lebih mudah diterima, terutama oleh generasi Z (Hasanah, 2024). Namun demikian, tidak semua dai memiliki kecakapan digital dan pemahaman etika komunikasi yang baik (Salim, 2022).

Maka dari itu, penting bagi para pendakwah digital untuk memahami karakteristik platform media sosial yang digunakan, serta menyesuaikan metode dakwah dengan nilai-nilai adab Islam. Pemahaman terhadap algoritma, desain pesan, serta etika bermedia menjadi kompetensi penting yang harus dimiliki agar dakwah tidak hanya sampai, tetapi juga diterima dan membawa perubahan yang positif.

Ketiga kajian di atas menunjukkan bahwa dakwah digital merupakan keniscayaan di era teknologi, namun kualitas dan dampaknya sangat ditentukan oleh pendekatan etis dan substansi ajaran yang digunakan. Pendekatan dakwah berbasis hadis memberikan fondasi normatif yang kuat dalam membangun komunikasi dakwah yang beradab dan produktif. Nilai-nilai adab dalam hadis seperti berkata baik, tidak menyakiti, serta menyampaikan dengan hikmah menjadi pedoman penting dalam menyusun strategi dakwah digital.

Penggunaan media sosial sebagai alat dakwah membuka peluang besar dalam menjangkau masyarakat, tetapi juga menuntut tanggung jawab etis yang tinggi. Oleh karena itu, integrasi antara pemahaman hadis dan pemanfaatan teknologi menjadi kebutuhan strategis dalam membentuk dakwah digital yang relevan, santun, dan berdampak positif. Penelitian dan literatur yang menghubungkan ketiganya masih terbatas, sehingga penelitian ini hadir untuk menjembatani ruang tersebut dengan pendekatan interdisipliner.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi pustaka (*library research*) dan analisis isi (*content analysis*). Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggali makna, memahami konteks sosial, dan menafsirkan nilai-nilai normatif dari teks keislaman, khususnya hadis, dalam fenomena dakwah digital. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengkaji nilai-nilai adab komunikasi yang terkandung dalam hadis serta bagaimana penerapannya dalam strategi dakwah di media sosial. Dengan demikian, pendekatan ini bersifat eksploratif dan interpretatif, fokus pada makna dan konteks daripada pengukuran angka (Moleong, 2019).

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif normatif, yang berorientasi pada penelaahan teks dan prinsip-prinsip normatif dalam hadis Nabi Muhammad saw, yang berkaitan dengan komunikasi dan adab dalam berdakwah. Penelitian ini berusaha mengaitkan nilai-nilai moral dan etika dalam hadis dengan praktik dakwah kontemporer di media digital. Kajian ini juga berfungsi untuk menjelaskan bagaimana prinsip-prinsip etika dalam hadis dapat dijadikan pedoman dalam strategi komunikasi dakwah yang lebih bijak dan relevan di era media sosial (Zed, 2004).

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari kumpulan hadis yang berhubungan dengan adab berbicara, kejujuran, kelembutan dalam menyampaikan pesan, serta larangan terhadap fitnah, ghibah, dan ujaran kebencian. Hadis-hadis ini dikutip dari kitab-kitab utama seperti Shahih Bukhari, Shahih Muslim, Sunan Abu Daud, dan Riyadhus Shalihin. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari artikel jurnal ilmiah, buku-buku referensi hadis dan komunikasi Islam, serta dokumentasi konten dakwah digital yang diunggah di platform media sosial seperti YouTube, TikTok, dan Instagram. Konten yang dikaji dipilih berdasarkan relevansi tematik dan popularitas akun pendakwah digital, dengan fokus pada gaya penyampaian, narasi dakwah, dan kesesuaiannya dengan nilai-nilai adab dalam hadis.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi tematik. Analisis ini dilakukan dengan mereduksi data hadis dan konten dakwah digital menjadi tema-tema nilai komunikasi yang etis, seperti kejujuran (*ṣidq*), kesantunan (*ḥilm*), serta penyampaian dengan hikmah (*bi al-ḥikmah*). Selanjutnya, data dikategorikan ke dalam tema-tema etika komunikasi tersebut untuk melihat sejauh mana kesesuaian atau ketidaksesuaian antara prinsip hadis dan praktik dakwah digital. Terakhir, peneliti melakukan interpretasi dan menarik kesimpulan untuk merumuskan strategi dakwah digital yang ideal berbasis nilai-nilai adab hadis. Validitas data diperkuat dengan triangulasi teori, yakni membandingkan dan mengaitkan teori-teori komunikasi Islam, kajian hadis, dan studi media digital secara terpadu (Patton, 2002).

Penelitian ini dilaksanakan secara daring selama bulan Juli 2025. Lokasi penelitian tidak terbatas secara geografis, melainkan berbasis ruang digital (*digital space*), karena seluruh data dan konten yang dianalisis berasal dari media sosial yang dapat diakses secara online. Dengan metode ini, peneliti dapat menjangkau ragam konten dakwah dan menilai sejauh mana nilai-nilai hadis diimplementasikan dalam komunikasi dakwah digital secara aktual

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menggali dan menganalisis bagaimana nilai-nilai adab komunikasi dalam hadis Nabi Muhammad saw. diimplementasikan dalam konten dakwah digital di media sosial. Berdasarkan pendekatan studi pustaka dan analisis isi terhadap hadis-hadis serta konten dakwah di platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram, ditemukan sejumlah temuan yang mencerminkan adanya hubungan yang erat antara prinsip normatif dalam Islam dan praktik dakwah kontemporer di ruang digital.

Bukti Hadis sebagai Landasan Normatif

Sebagai landasan normatif, penelitian ini merujuk pada beberapa hadis yang secara eksplisit memuat ajaran adab dalam berkomunikasi. Di antaranya adalah hadis yang menyatakan, “Barangsiapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, maka hendaklah ia berkata yang baik atau diam” (HR. Bukhari dan Muslim), serta hadis yang menegaskan bahwa seorang Muslim adalah orang yang kaum Muslimin selamat dari lisan dan tangannya (HR. Bukhari dan Muslim). Selain itu, terdapat pula hadis yang menekankan pentingnya kelembutan dalam berdakwah, yaitu “Sesungguhnya kelembutan tidaklah ada pada sesuatu melainkan akan menghiasinya, dan tidaklah dicabut dari sesuatu melainkan akan membuatnya buruk” (HR. Muslim). Hadis-hadis tersebut menjadi tolok ukur dalam menilai kesesuaian konten dakwah digital dengan nilai-nilai adab Islam, khususnya dalam aspek komunikasi.

Konten Dakwah Digital

Dalam pengamatan terhadap beberapa konten dakwah digital, ditemukan bahwa sebagian besar pendakwah yang aktif di media sosial telah menunjukkan upaya untuk menginternalisasi nilai-nilai tersebut dalam penyampaian dakwah mereka. Misalnya, pada kanal YouTube milik Ustaz Hanan Attaki, gaya penyampaiannya cenderung santai, sejuk, dan menyentuh sisi emosional anak muda, sebagaimana tampak dalam videonya berjudul “Taat Tapi Tetap Santai”. Dakwahnya menghindari gaya konfrontatif dan lebih memilih pendekatan naratif yang bersahabat. Hal serupa juga terlihat pada potongan dakwah Ustaz Adi Hidayat di TikTok, yang banyak dibagikan ulang karena pesan-pesannya yang penuh nasihat, terutama terkait adab terhadap orang tua dan pentingnya menjaga lisan. Di Instagram, akun-akun seperti @pemudahijrah dan @muslimahindonesiaid menyebarkan konten dakwah dalam bentuk infografis yang ringkas dan menarik, dengan pesan-pesan moral seperti larangan gibah dan anjuran untuk menebar kebaikan.

Namun demikian, tidak semua konten dakwah digital sepenuhnya mencerminkan nilai-nilai adab yang diajarkan dalam hadis. Ditemukan pula beberapa konten yang menyimpang dari prinsip-prinsip tersebut. Beberapa video viral menggunakan retorika keras dan menyudutkan kelompok tertentu, bahkan tidak jarang menyebarkan ujaran kebencian. Fenomena ini diperparah oleh komentar-komentar dari para pengikut yang fanatik, yang terkadang justru mencaci maki orang yang berbeda pandangan. Hal ini jelas bertentangan dengan ajaran Islam yang melarang menyakiti orang lain baik dengan lisan maupun tindakan, sebagaimana termaktub dalam hadis-hadis yang telah dijelaskan sebelumnya.

Analisis Kesesuaian antara Konten dan Nilai Adab dalam Hadis

Untuk memperkuat analisis, penelitian ini juga merujuk pada literatur dan pandangan para ulama. Al-Ghazali dalam *Ihya Ulumuddin* menegaskan bahwa menjaga lisan adalah bagian dari kesempurnaan iman dan bahwa komunikasi dakwah yang tidak didasari adab akan kehilangan keberkahan serta bisa menimbulkan fitnah. Quraish Shihab dalam *Wawasan Al-Qur'an* menyatakan bahwa dakwah harus disampaikan dengan hikmah, yaitu kebijaksanaan yang mempertimbangkan situasi dan kondisi audiens. Beliau menegaskan bahwa dakwah yang memicu konflik sosial lebih banyak membawa mudarat daripada manfaat. Sementara itu, Azra mengingatkan bahwa tantangan dakwah digital adalah menjaga substansi pesan agar tidak terkontaminasi budaya populer yang mengedepankan sensasi dan viralitas. Khalid Al-Walid dan Anwar Abbas menambahkan bahwa media sosial bukan hanya sekadar sarana teknis, melainkan ruang moral yang menuntut tanggung jawab etik dari para dai.

Tabel 1

Aspek	Temuan Penelitian	Sumber Data
Nilai Hadis tentang Adab Komunikasi	Hadis menekankan pentingnya berkata baik, tidak menyakiti, dan bersikap lembut dalam berdakwah. Prinsip utama: <i>ṣidq</i> (jujur), <i>ḥilm</i> (santun), dan <i>ḥikmah</i> (bijak).	HR. Bukhari & Muslim; HR. Muslim No. 2594
Konten Dakwah yang Sesuai Hadis	Pendakwah digital menyampaikan dakwah dengan pendekatan naratif, lembut, dan tidak konfrontatif. Pesan moral disampaikan dengan gaya kekinian.	YouTube: Ustaz Hanan Attaki; TikTok: Ustaz Adi Hidayat; Instagram: @pemudahijrah, @muslimahindonesiaid
Konten Dakwah yang Menyimpang	Beberapa konten menggunakan narasi keras, menyudutkan kelompok lain, bahkan mengandung ujaran kebencian. Komentar pengikut juga menunjukkan sikap fanatik dan mencaci.	Video viral bertema provokatif dan komentar-komentar kasar pada media sosial
Relevansi Pandangan Ulama	Ulama klasik dan kontemporer menegaskan pentingnya menjaga adab dalam komunikasi dakwah serta menolak pendekatan kekerasan atau konflik sosial dalam berdakwah.	Al-Ghazali (<i>Ihya Ulumuddin</i>), Quraish Shihab (<i>Wawasan Al-Qur'an</i>), Azra (2012), Khalid Al-Walid & Anwar Abbas (2020)
	Sebagian besar konten mencerminkan nilai adab,	Perbandingan isi ceramah,

<p>Kesesuaian Nilai Hadis & Konten Digital</p>	<p>namun tidak semua. Kesesuaian tergantung pada pemahaman pendakwah dan kontrol terhadap interaksi audiens.</p>	<p>infografis, dan komentar dengan tema adab komunikasi dalam hadis</p>
<p>Tantangan Dakwah Digital</p>	<p>Terjadi pergeseran fokus dari substansi ke sensasi atau viralitas. Adab komunikasi sering dikorbankan demi popularitas atau polarisasi sosial.</p>	<p>Analisis konten dakwah viral dan fenomena ujaran kebencian digital</p>
<p>Rekomendasi Strategis</p>	<p>Perlu pembinaan dai digital agar memahami nilai adab dalam berdakwah. Strategi dakwah harus lebih edukatif, santun, dan berbasis etika Islam.</p>	<p>Kesimpulan penelitian; interpretasi dari kesesuaian nilai hadis dengan realitas digital</p>

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai adab dalam hadis, seperti berkata baik, tidak menyakiti, dan bersikap lembut, merupakan prinsip dasar komunikasi dakwah yang perlu ditegakkan di era media sosial. Sebagian besar konten dakwah digital sudah menunjukkan penerapan prinsip-prinsip ini, khususnya dari pendakwah yang memiliki pemahaman mendalam dan pendekatan yang ramah. Akan tetapi, masih terdapat konten dan komentar yang menyimpang dari nilai-nilai tersebut, disebabkan oleh dorongan untuk viral, polarisasi sosial, serta kurangnya pemahaman terhadap etika komunikasi Islam. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi dakwah digital yang lebih terarah, yang menekankan pentingnya adab, edukasi kepada masyarakat digital, dan pembinaan terhadap para dai agar mereka tidak hanya berfokus pada popularitas, tetapi juga menjaga kualitas dan keberkahan dalam menyampaikan pesan dakwah.

Pembahasan

Fenomena dakwah digital di era media sosial mengalami transformasi baik dari segi medium, gaya penyampaian, hingga audiens sasaran. Perubahan ini membawa tantangan tersendiri dalam menjaga keselarasan dakwah dengan nilai-nilai adab sebagaimana termaktub dalam hadis Nabi Muhammad saw. Adab sebagai elemen normatif dalam Islam memiliki peran vital dalam menjaga etika komunikasi dakwah agar tetap berlandaskan nilai kebaikan, kejujuran, dan kelembutan.

Hadis sebagai Pedoman Etika Komunikasi Dakwah

Hadis Nabi Muhammad saw. yang berbunyi: *“Barangsiapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir, hendaklah ia berkata baik atau diam”* (HR. Bukhari dan Muslim), serta *“Seorang Muslim adalah orang yang kaum Muslimin selamat dari lisan dan tangannya”* (HR. Bukhari dan Muslim), menjadi dasar teologis penting dalam membingkai dakwah sebagai aktivitas komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga transformatif. Dalam konteks komunikasi Islam, hadis-hadis ini tidak hanya

berfungsi sebagai pedoman moral, tetapi juga sebagai acuan praktis dalam berinteraksi di ruang publik, termasuk ruang digital.

Nilai-nilai yang dikandung hadis tersebut mencerminkan prinsip dasar etika komunikasi dalam Islam, yaitu *ṣiḍq* (kejujuran), *ḥilm* (kesantunan), dan *ḥikmah* (kebijaksanaan). Sejalan dengan itu, berbicara dengan hikmah adalah bagian dari dakwah yang tidak hanya menyampaikan isi, melainkan juga mempertimbangkan cara dan suasana penyampaiannya agar tidak menyakiti (Pramesti, 2023). Dakwah yang sesuai dengan hadis tersebut akan menghindari ujaran provokatif dan lebih mengutamakan kelembutan hati serta empati terhadap audiens.

Dakwah Digital dan Representasi Nilai Adab

Dalam praktik dakwah digital, ditemukan beragam bentuk konten yang mencerminkan nilai-nilai adab komunikasi. Beberapa pendakwah seperti Ustaz Hanan Attaki dan Ustaz Adi Hidayat secara konsisten menggunakan pendekatan retorik yang lembut, akrab, dan mudah dipahami. Konten-konten mereka, baik dalam bentuk video YouTube, potongan dakwah di TikTok, maupun infografis Instagram, banyak mengedepankan pesan moral dengan gaya yang tidak menggurui. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi alat penyebar pesan, tetapi juga ruang aktualisasi nilai-nilai adab Islam (Nurdin, 2020).

Di sisi lain, penelitian ini juga menemukan adanya konten dakwah yang menyimpang dari nilai-nilai adab hadis. Beberapa video viral justru menonjolkan narasi kebencian, menyudutkan kelompok tertentu, serta memicu polarisasi sosial di kalangan umat. Hal ini menandakan bahwa ruang digital belum sepenuhnya aman dari distorsi nilai dakwah, sebagaimana dikemukakan oleh (Heryanto, 2021) yang menyatakan bahwa fenomena "dakwah keras" di media sosial seringkali mengejar sensasi dibandingkan substansi. Situasi ini sejalan dengan konsep noise dalam komunikasi, yaitu gangguan dalam penyampaian pesan yang dapat merusak makna sebenarnya (Sofiannisa et al., 2025).

Kesesuaian Konten dengan Nilai Adab dalam Hadis

Analisis terhadap konten dakwah digital menunjukkan adanya variasi dalam tingkat kesesuaian dengan nilai-nilai hadis. Konten yang disampaikan dengan nada lembut, narasi inklusif, dan pendekatan hikmah umumnya lebih dekat dengan ajaran Nabi. Sementara itu, konten yang keras, ofensif, dan mengandung ujaran kebencian tidak hanya menyimpang dari nilai adab, tetapi juga berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap citra Islam dan keutuhan masyarakat.

Keselarasan konten dakwah dengan adab berbicara menjadi krusial mengingat komunikasi dakwah bukan sekadar proses transfer informasi, melainkan juga transformasi nilai. Dalam kajian komunikasi Islam, hal ini disebut sebagai komunikasi bil *ḥāl*, yaitu dakwah yang memancarkan nilai melalui tindakan dan gaya komunikasi yang menyejukkan (Muflikhatul, 2020).

Pandangan Ulama dan Teori Pendukung

Pandangan para ulama dan ahli komunikasi menegaskan pentingnya membangun dakwah berbasis adab. Al-Ghazali dalam *Ihya Ulumuddin* mengklasifikasikan menjaga lisan sebagai salah satu rukun penting dalam perjalanan spiritual seorang Muslim. Beliau menekankan bahwa lisan adalah pintu utama menuju keselamatan maupun kehancuran. Pendapat ini sejalan dengan teori

komunikasi yang menyatakan bahwa komunikasi yang etis tidak hanya mempertimbangkan efek pesan, tetapi juga niat dan nilai moral dalam penyampaiannya (Azzahra, 2025).

Dalam konteks digital, pendapat (Angga & Rikardus, 2023). sangat relevan. Mereka menyatakan bahwa media sosial harus dipandang sebagai ruang moral, bukan sekadar alat teknis. Oleh karena itu, setiap pesan dakwah yang disebarluaskan secara publik harus dipertanggungjawabkan secara etik dan spiritual.

Selain itu, hasil penelitian (Gusti & Palenti, 2025) menunjukkan bahwa dai milenial yang aktif di media sosial cenderung lebih diterima publik jika mereka menggunakan pendekatan komunikasi yang tidak menghakimi dan menekankan keautentikan spiritual. Hal ini menunjukkan bahwa strategi dakwah yang mengedepankan adab tidak hanya normatif secara agama, tetapi juga efektif secara komunikasi.

Implikasi Strategis Dakwah

Berdasarkan temuan dan teori-teori di atas, dapat disimpulkan bahwa dakwah digital yang berlandaskan hadis tidak hanya menjadi tuntutan teologis, tetapi juga kebutuhan praktis dalam membangun peradaban digital yang sehat. Strategi dakwah yang efektif di era media sosial harus mempertimbangkan aspek kesantunan, kejujuran, dan kebijaksanaan sebagai landasan utama. Dai digital perlu mendapatkan pembinaan dan literasi media agar mampu menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang bijak dan kontekstual. Selain itu, penting pula untuk mengedukasi masyarakat agar tidak hanya melihat isi pesan, tetapi juga cara penyampaiannya apakah sesuai dengan adab Islam atau tidak.

Kesimpulan

Transformasi dakwah dari ruang fisik ke ranah digital menuntut penyesuaian strategi komunikasi dengan tetap berlandaskan nilai-nilai adab yang bersumber dari hadis Nabi Muhammad saw. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa nilai-nilai seperti berkata baik, bersikap lembut, serta menghindari ghibah dan ujaran kebencian merupakan prinsip penting yang harus diinternalisasi dalam konten dakwah digital. Beberapa pendakwah, seperti Ustaz Hanan Attaki dan Ustaz Adi Hidayat, telah menunjukkan upaya serius dalam menyampaikan pesan dakwah dengan pendekatan naratif yang santun, empatik, dan menyentuh sisi emosional audiens, khususnya generasi muda. Ini membuktikan bahwa nilai-nilai adab dalam hadis dapat dikontekstualisasikan secara efektif di era media sosial.

Namun demikian, tidak semua konten dakwah digital mencerminkan semangat adab Islam. Masih ditemukan konten-konten yang bersifat provokatif, menyudutkan kelompok tertentu, dan bahkan menyebarkan ujaran kebencian. Situasi ini mencerminkan adanya penyimpangan dari etika komunikasi Islam sebagaimana termuat dalam hadis, serta menjadi bukti bahwa dakwah yang hanya berfokus pada viralitas dapat berujung pada polarisasi dan distorsi makna dakwah itu sendiri. Dalam perspektif teori komunikasi Islam, fenomena ini termasuk dalam kategori gangguan pesan (noise) yang dapat merusak makna dan niat utama dari dakwah, yakni menyebarkan kebenaran dengan hikmah dan kasih sayang.

Oleh karena itu, strategi dakwah digital ke depan harus dirancang secara lebih etis dan kontekstual, dengan menjadikan hadis sebagai fondasi normatif sekaligus pedoman praktis. Pembinaan terhadap para dai digital sangat diperlukan agar

mereka memahami pentingnya menjaga lisan, memilih narasi yang menyejukkan, dan menyesuaikan pesan dengan karakteristik audiens di media sosial. Selain itu, masyarakat digital juga perlu diedukasi agar tidak hanya menilai isi pesan, tetapi juga kualitas penyampaiannya. Dengan demikian, dakwah digital bukan hanya menjadi sarana penyebaran ajaran Islam, tetapi juga menjadi cerminan dari adab Islam yang rahmatan lil 'alamin.

Referensi

- Alber, M. J. A., Yanto, M. N. F., & Abdillah, M. (2025). Etika komunikasi didalam Islam. *ALMUSTOFA: Journal of Islamic Studies and Research*, 2(01), 393–407.
- Amalia, D., & Fauzi, A. (2023). Kontroversi dai digital: Studi konten dakwah bernuansa kekerasan simbolik. *Jurnal Media dan Dakwah*, 15(1), 33–48. <https://doi.org/10.21043/jmd.v15i1.11988>
- Amin, M. (2023). Model dakwah digital berbasis nilai-nilai sunnah Nabi. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 11(1), 55–68. <https://doi.org/10.24853/dakkom.11.1.55>
- Asmuni. (2023). Integrasi nilai-nilai hadis dalam komunikasi keagamaan di era digital. *Jurnal Studi Hadis Indonesia*, 5(1), 44–59. <https://doi.org/10.21043/jshi.v5i1.17209>
- Fadhilah, N. (2022). Etika komunikasi dalam dakwah digital: Kajian perspektif komunikasi Islam. *Jurnal Komunika*, 16(2), 130–145. <https://doi.org/10.24090/komunika.v16i2.6489>
- Fauzan, A. (2022). Strategi dakwah digital dan tantangannya di era 5.0. *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(2), 100–115. <https://doi.org/10.24090/jki.v9i2.8765>
- Haryanto, A. (2021). Pemanfaatan media sosial dalam strategi dakwah Islam. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(1), 88–102. <https://doi.org/10.15642/jki.2021.11.1.88-102>
- Hidayat, A., & Maulana, R. (2022). Etika dakwah di era digital: Analisis komunikasi dalam perspektif Islam. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 6(2), 155–170. <https://doi.org/10.1234/jdk.v6i2.9876>
- Kusnadi, T., & Astuti, R. (2023). Media sosial dan radikalisme: Studi penggunaan konten agama di TikTok. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 14(1), 71–85. <https://doi.org/10.31219/osf.io/jdh35>
- Maulidna, F., Ulfi, K., Mulia, A., Ramadhan, A. Z., & Saleh, M. (2025). Etika dakwah di media digital: Tantangan dan solusi. *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam*, 3(2), 315–336.
- Mubarok, H., & Santoso, M. I. (2021). Problematika dakwah di media sosial dan tantangannya. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(1), 55–70. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v41i1.10038>
- Nasrullah, R. (2020). Komunikasi media sosial: Perspektif dan strategi dakwah kontemporer. *Jurnal Ilmu Komunikasi UII*, 12(3), 77–91. <https://doi.org/10.20885/jikom.vol12.iss3.art5>

- Nasrullah, R. (2021). Media sosial dan dakwah Islam: Studi strategi komunikasi dai muda. *Jurnal Komunikasi UIN*, 13(1), 91–105. <https://doi.org/10.20885/jkom.vol13.iss1.art7>
- Naufaldhi, M. R. (2024). *Strategi kreatif komunikasi dakwah di media sosial untuk Generasi Z: Studi kasus Realmasjid 2.0* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Qodri, M. (2020). Etika komunikasi dalam hadis dan implikasinya terhadap dakwah kontemporer. *Jurnal Al-Munzir*, 13(1), 77–92. <https://doi.org/10.29240/jam.v13i1.1404>
- Rani, S. (2023). Transformasi komunikasi dakwah dalam era digital: Peluang dan tantangan dalam pendidikan Islam kontemporer. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 4(1), 207–216.
- Salim, N. (2022). Efektivitas konten dakwah digital terhadap perilaku religius remaja Muslim. *Jurnal Komunikasi dan Dakwah Digital*, 4(2), 60–73. <https://doi.org/10.31002/jkdd.v4i2.1231>
- Yuliana, R. (2021). Adab komunikasi dalam perspektif hadis Nabi dan relevansinya di era digital. *Jurnal Studi Islam Kontemporer*, 8(1), 22–37. <https://doi.org/10.21043/jsik.v8i1.15438>