

## PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP OTORITAS HADIS DI ERA TIKTOK DAN INSTAGRAM: STUDI SOSIO-RELIGIUS DIGITAL

Zahrotul Mufidah<sup>1</sup>, Nasrulloh<sup>2</sup>, Octa Syakila Salsabila<sup>3</sup>, Ully Shifa Chairani<sup>4</sup>  
<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia  
e-mail: [zahramufida24@gmail.com](mailto:zahramufida24@gmail.com)<sup>1</sup>, [nasrulloh@syariah.uin-malang.ac.id](mailto:nasrulloh@syariah.uin-malang.ac.id)<sup>2</sup>,  
[octasyakila06@gmail.com](mailto:octasyakila06@gmail.com)<sup>3</sup>, [250104320004@student.uin-malang.ac](mailto:250104320004@student.uin-malang.ac)<sup>4</sup>

<b>Received:</b> 03/04/2026	<b>Revised:</b> 20/05/2026	<b>Approved:</b> 30/06/2026
--------------------------------	-------------------------------	--------------------------------

DOI : ....



### Abstract

The rapid growth of social media has transformed how Generation Z accesses and understands religious information, including hadith. TikTok and Instagram have become popular platforms for consuming religious content due to their accessibility, interactivity, and practical format. This study aims to examine Generation Z's perceptions of hadith authority in the era of TikTok and Instagram and to identify the factors influencing their acceptance of hadith-related content on social media. Employing a qualitative descriptive-analytical approach, the research involved interviews with 24 undergraduate students of Hadith Studies who belong to Generation Z and actively use TikTok and Instagram. Data were analyzed using a digital socio-religious perspective to explore the relationship between digital culture and the interpretation of hadith. The findings reveal that social media has become one of the primary sources of religious learning for Generation Z. Most participants viewed hadith content on social media positively, considering it beneficial for expanding religious knowledge and providing daily spiritual motivation. However, many participants rarely verified the authenticity of the hadith they encountered online. Furthermore, the popularity of religious influencers and their communication styles significantly shaped perceptions of religious authority in digital spaces. The study also highlights the ambivalent impact of social media on hadith authority: while it facilitates the dissemination of hadith knowledge, it also increases the risk of spreading unverified information. Therefore, strengthening hadith literacy and digital religious literacy is essential to enable Generation Z to critically, responsibly, and effectively engage with hadith content in the digital age.

**Keywords:** *Generation Z, hadith authority, TikTok, Instagram, social media, digital religious literacy.*

### Abstrak

Perkembangan media sosial telah mengubah cara Generasi Z memperoleh dan memahami informasi keagamaan, termasuk hadis. TikTok dan Instagram menjadi platform yang banyak digunakan untuk mengakses konten dakwah dan hadis karena sifatnya yang praktis, interaktif, dan mudah dijangkau. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi Generasi Z terhadap otoritas hadis di era TikTok dan Instagram serta mengidentifikasi faktor-

faktor yang memengaruhi penerimaan mereka terhadap konten hadis di media sosial. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-analitik melalui wawancara terhadap 24 mahasiswa Program Studi Ilmu Hadis yang termasuk kategori Generasi Z dan aktif menggunakan TikTok serta Instagram. Data dianalisis menggunakan pendekatan sosio-religius digital untuk memahami hubungan antara budaya digital dan pemaknaan hadis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi salah satu sumber utama pembelajaran agama bagi Generasi Z. Mayoritas informan memandang konten hadis di media sosial secara positif karena mampu menambah wawasan keagamaan dan memberikan motivasi dalam kehidupan sehari-hari. Namun, sebagian besar informan belum memiliki kebiasaan melakukan verifikasi terhadap keaslian hadis yang mereka temukan. Selain itu, popularitas tokoh agama dan gaya penyampaian konten menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi otoritas keagamaan di ruang digital. Penelitian ini juga menemukan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang ambivalen terhadap otoritas hadis, yaitu dapat memperkuat penyebaran pengetahuan hadis sekaligus berpotensi melemahkannya melalui penyebaran informasi yang tidak terverifikasi. Oleh karena itu, penguatan literasi hadis dan literasi digital keagamaan menjadi kebutuhan penting agar Generasi Z mampu memahami, memverifikasi, dan memanfaatkan konten hadis secara kritis dan bertanggung jawab di era digital.

**Kata kunci:** *Generasi Z, otoritas hadis, TikTok, Instagram, media sosial, literasi digital keagamaan.*

## **A. Pendahuluan**

Transformasi digital telah mengubah hampir seluruh aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam cara memahami dan mempelajari agama. Kehadiran media sosial tidak lagi hanya dipandang sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga menjadi ruang baru bagi penyebaran pengetahuan keislaman. Di tengah perkembangan tersebut, Generasi Z menjadi kelompok yang paling aktif berinteraksi dengan dunia digital karena sejak kecil telah tumbuh bersama internet, media sosial, dan teknologi komunikasi modern. Kedekatan mereka dengan ruang digital membentuk pola belajar yang cepat, visual, praktis, dan interaktif. Dalam konteks ini, platform seperti TikTok dan Instagram berkembang menjadi media populer untuk mengakses berbagai informasi keagamaan, termasuk hadis Nabi.

Teknologi merupakan salah satu proses yang meningkatkan nilai tambah, menggunakan atau menghasilkan suatu produk yang menjadi bagian integral dari suatu system (Puspitasari dkk., 2025). Dari zaman ke zaman, maka teknologi terus menerus semakin berkembang, Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital ini telah membawa transformasi yang sangat besar dalam berbagai aspek

kehidupan manusia, termasuk dalam hal penyampaian pesan keagamaan (Shilvia Maharani dkk., 2025).

Generasi Z adalah generasi yang lahir setelah tahun 2000. Generasi Z merupakan peralihan dari Generasi Y pada saat teknologi sedang berkembang pesat. Para da'i harus memiliki kreativitas dan inovasi yang bagus dalam mengemas konten-konten dakwah yang hendak disampaikan, karena para generasi Z lebih tertarik pada konten-konten yang dikemas secara inovatif. Pendekatan dakwah dengan digitalisasi ini berhasil merangkul Generasi Z dengan hidupnya yang tidak bisa lepas dari dunia digital (Nabila dkk., 2023)

Era digital secara fundamental mengubah cara generasi muda terlibat dengan ajaran agama (Kurniawan & Puspitasari, 2025). Generasi Z, yang dibesarkan di era kemajuan teknologi informasi, menjadikan TikTok dan Instagram sebagai platform utama untuk mencari hiburan sekaligus pemahaman religious. Platform-platform ini menyediakan konten dakwah yang langsung, menarik, dan mudah dipahami, sehingga mengubah cara belajar agama dari metode konvensional ke pengalaman digital yang lebih interaktif. Di tengah gelombang informasi ini, timbul pertanyaan fundamental mengenai bagaimana generasi ini melihat otoritas hadis sebagai sumber penting ajaran Islam

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan pola interaksi keagamaan masyarakat (Puspitasari & Rusmalinda, 2025). Sehingga berdampak pada spirit keagamaan yang saat ini tidak hanya berpusat di tempat ibadah, tetapi juga menjangkau ruang digital. Kehadiran media sosial seperti Youtube, Instagram, TikTok, membuka ruang baru bagi penyebaran dakwah dan ajaran agama. Kegiatan keagamaan seperti ngaji online serta dakwah menjadi sangat fleksibel dan bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun (Amrizal, 2022). Tradisi dakwah yang dulunya terpusat di pesantren, Masjid, Mushola, dan pengajian kini mulai beralih ke media digital, sejalan dengan temuan bahwa penggunaan YouTube sebagai sarana dakwah telah menjadi strategi penting di kalangan mahasiswa untuk menyampaikan pesan keagamaan secara interaktif dan menarik (Alwi dkk., 2024).

Berdasarkan penjelasan tersebut, studi tentang pandangan Generasi Z terhadap otoritas hadis dalam era TikTok dan Instagram menjadi penting untuk dilaksanakan karena kemajuan media sosial telah mengubah cara generasi muda memahami, menerima, serta mempercayai informasi religious. Studi ini diperlukan untuk mengetahui seberapa jauh otoritas hadis masih dipahami berdasarkan keahlian dan kepercayaan sumber, atau lebih dipengaruhi oleh popularitas akun, penyajian konten, dan budaya viral di platform media sosial. Di samping itu, penelitian ini juga krusial untuk mengenali bagaimana budaya digital mempengaruhi pola keberagaman Generasi Z dalam konteks konsumsi hadis di dunia maya. Dengan pendekatan sosio-religius digital, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan akademik dalam pengembangan studi hadis modern serta menjadi landasan bagi peningkatan literasi hadis digital yang lebih kritis, kontekstual, dan sesuai dengan karakteristik generasi muda di zaman media sosial.

## **B. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-analitik untuk memahami bagaimana Generasi Z secara sadar menyerap, menyaring, dan memaknai konten hadis yang ada di TikTok dan Instagram dari sudut pandang mereka sendiri. Selain itu, Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pemahaman mendalam mengenai persepsi Generasi Z terhadap otoritas hadis di media sosial, khususnya pada platform TikTok dan Instagram. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman, cara pandang, serta pola interaksi digital generasi muda dalam menerima dan memahami konten hadis yang beredar di ruang media sosial.

Pada bagian deskriptif menyajikan gambaran persepsi Generasi Z beserta pola konsumsi konten hadis di media sosial. Sementara itu, bagian analitik mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi persepsi tersebut, seperti gaya penyampaian konten, dan pengaruh budaya digital terhadap pemahaman keagamaan. Pendekatan sosio-religius digital diterapkan untuk menghubungkan fenomena tersebut dengan konteks kehidupan beragama di era kontemporer (Rosfiani dkk., 2026).

## **Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Ilmu Hadis yang termasuk dalam kategori Generasi Z dan aktif menggunakan media sosial TikTok serta Instagram. Mahasiswa Program Studi Ilmu Hadis dipilih karena memiliki keterkaitan langsung dengan kajian hadis, baik secara teoritis maupun praktis. Mereka tidak hanya berperan sebagai pengguna media sosial, tetapi juga sebagai individu yang memiliki pemahaman dasar mengenai otoritas, validitas, dan pemaknaan hadis dalam kehidupan keagamaan. Pemilihan mahasiswa Program Studi Ilmu Hadis sebagai populasi penelitian juga didasarkan pada pertimbangan akademik. Mereka dianggap mampu memberikan pandangan yang lebih kritis terhadap fenomena hadis digital dibandingkan pengguna media sosial pada umumnya (Rahmawati dkk., 2025). Persepsi mereka penting untuk dikaji karena dapat menunjukkan bagaimana otoritas hadis dipahami, diterima, atau bahkan dipertanyakan di tengah budaya digital yang serba cepat dan populer. Selain itu, mahasiswa Program Studi Ilmu Hadis dinilai relevan sebagai representasi Generasi Z yang mengalami pergeseran pola belajar agama dari sumber konvensional menuju media digital. Fenomena ini menarik untuk diteliti karena memperlihatkan hubungan antara otoritas keilmuan hadis dengan algoritma media sosial yang sering kali membentuk cara seseorang menerima informasi keagamaan. Dengan latar belakang tersebut, mahasiswa Ilmu Hadis dipandang mampu memberikan penilaian yang lebih reflektif terhadap fenomena hadis di media sosial. Selain memiliki kapasitas akademik, mahasiswa Program Studi Ilmu Hadis juga merupakan bagian dari Generasi Z yang sangat dekat dengan teknologi digital. Mereka hidup dalam lingkungan media sosial yang memungkinkan informasi keagamaan tersebar secara cepat dan luas. Kondisi ini menjadikan mereka kelompok yang tepat untuk melihat bagaimana otoritas hadis mengalami perubahan, pergeseran, atau bahkan reproduksi di ruang digital.

## **2. Sampel**

Sampel dalam penelitian ini diambil dari mahasiswa Program Studi Ilmu Hadis yang memenuhi kriteria tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan dan karakteristik yang relevan dengan fokus penelitian. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini meliputi: mahasiswa aktif program studi Ilmu Hadis, termasuk dalam kategori generasi Z, aktif menggunakan TikTok dan Instagram dalam kehidupan sehari-hari, pernah mengakses, menonton atau mengikuti konten hadis dan dakwah di media sosial, bersedia menjadi responden atau informan penelitian.

Teknik purposive sampling digunakan karena penelitian ini membutuhkan informan yang benar-benar memiliki pengalaman dan keterlibatan dengan fenomena yang dikaji. Tidak semua mahasiswa memiliki intensitas penggunaan media sosial atau ketertarikan terhadap konten hadis digital yang sama. Oleh sebab itu, pemilihan sampel dilakukan secara selektif agar data yang diperoleh lebih mendalam dan sesuai dengan tujuan penelitian.

## **C. Hasil dan Pembahasan**

### **Hasil**

Penelitian ini melibatkan dua puluh empat informan Generasi Z dengan rentang usia 19–20 tahun yang berasal dari program studi Ilmu Hadis. Seluruh informan merupakan pengguna aktif media sosial, khususnya TikTok dan Instagram, serta pernah mengakses konten keagamaan melalui platform tersebut.

### **Paparan Konten Keagamaan di Media Sosial**

Hasil wawancara menunjukkan bahwa mayoritas informan mulai mengikuti konten keagamaan sejak usia sekolah. Hanya tiga informan yang mulai mengakses konten keagamaan secara intensif ketika memasuki masa kuliah. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian dari proses sosialisasi keagamaan Generasi Z sejak usia remaja.

Jenis konten yang paling sering diakses berupa podcast, kajian, pengajian, dan dakwah singkat. Tokoh agama yang paling banyak disebut oleh informan adalah

Ustaz Hanan Attaki, Gus Baha, dan Gus Iqdam. Popularitas tokoh-tokoh tersebut menunjukkan bahwa Generasi Z cenderung tertarik pada penyampaian materi keagamaan yang komunikatif, sederhana, dan dekat dengan kehidupan sehari-hari.

### **Persepsi terhadap Konten Hadis di TikTok dan Instagram**

Seluruh informan mengaku pernah menemukan konten yang membahas hadis di TikTok maupun Instagram. Kesan pertama yang muncul umumnya bersifat positif. Informan menyatakan bahwa konten hadis memberikan wawasan baru, menambah pengetahuan agama, menghadirkan pesan moral, serta memberikan motivasi dalam kehidupan sehari-hari.

Salah satu informan menyatakan bahwa konten hadis membuatnya merasa kagum karena mampu menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Informan lain menyebutkan bahwa konten hadis dapat menjadi sarana belajar agama yang praktis karena dapat diakses kapan saja melalui media sosial.

### **Verifikasi Keaslian Hadis**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan belum memiliki kebiasaan melakukan verifikasi terhadap keaslian hadis yang ditemukan di media sosial. Dari dua puluh empat informan, hanya tiga informan yang secara eksplisit menyebutkan penggunaan kitab hadis sebagai sumber pengecekan, yaitu Kutub al-Sittah. Sementara itu, beberapa informan mengaku tidak pernah melakukan pemeriksaan terhadap validitas hadis yang mereka lihat.

Meskipun demikian, para informan menunjukkan kesadaran bahwa tidak semua informasi keagamaan yang beredar di media sosial dapat dipercaya. Mereka menilai perlunya kehati-hatian sebelum menerima atau menyebarkan konten keagamaan.

### **Persepsi terhadap Otoritas Hadis di Era Media Sosial**

Mayoritas informan berpendapat bahwa media sosial dapat memperkuat otoritas hadis karena memudahkan masyarakat memperoleh pengetahuan agama. Media sosial dianggap mampu memperluas jangkauan dakwah dan memperkenalkan hadis kepada kalangan yang lebih luas, khususnya generasi muda.

Namun demikian, beberapa informan juga mengingatkan bahwa media sosial berpotensi melemahkan otoritas hadis apabila digunakan tanpa kontrol yang memadai. Mereka menyoroti banyaknya konten yang tidak jelas sumbernya serta kemungkinan munculnya penafsiran yang kurang tepat terhadap hadis. Dengan demikian, para informan memandang bahwa pengaruh media sosial terhadap otoritas hadis bersifat ambivalen, yaitu dapat memperkuat sekaligus melemahkan tergantung pada kualitas konten dan tingkat literasi penggunaannya.

### **Sikap Kritis Generasi Z terhadap Informasi Keagamaan**

Seluruh informan menekankan pentingnya sikap kritis dalam menerima informasi keagamaan di media sosial. Beberapa langkah yang dianggap penting antara lain memeriksa kebenaran informasi, meningkatkan literasi keagamaan, memperkuat fondasi keimanan, serta melakukan pengecekan terhadap sumber yang digunakan oleh kreator konten.

Temuan ini menunjukkan bahwa Generasi Z menyadari adanya tantangan informasi keagamaan di ruang digital dan memandang literasi digital keagamaan sebagai kebutuhan yang penting.

## **Pembahasan**

### **Media Sosial sebagai Ruang Baru Otoritas Hadis**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok dan Instagram telah menjadi salah satu sumber utama pembelajaran agama bagi Generasi Z. Seluruh informan mengaku pernah mengakses konten hadis melalui kedua platform tersebut. Mereka menilai bahwa media sosial memudahkan akses terhadap informasi keagamaan karena dapat diperoleh secara cepat, praktis, dan sesuai dengan karakteristik generasi digital.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Abdusshomad, 2024) yang menjelaskan bahwa media digital telah menjadi sarana dakwah yang efektif dalam meningkatkan pemahaman keagamaan Generasi Z karena mampu menghadirkan materi keagamaan secara fleksibel dan mudah diakses kapan saja. Fenomena tersebut menunjukkan adanya transformasi pola transmisi pengetahuan hadis. Jika sebelumnya otoritas hadis banyak diperoleh melalui lembaga pendidikan, pesantren, dan majelis taklim,

maka saat ini media sosial turut berperan sebagai ruang baru dalam proses pembentukan pengetahuan keagamaan. Dengan kata lain, terjadi perluasan ruang otoritas keagamaan dari ruang fisik menuju ruang digital.

### **Pergeseran Otoritas dari Keilmuan Menuju Popularitas Digital**

Data wawancara menunjukkan bahwa informan cenderung mengikuti tokoh agama yang populer di media sosial seperti Hanan Attaki, Gus Baha, dan Gus Iqdam. Ketertarikan mereka bukan hanya didasarkan pada kedalaman materi, tetapi juga cara penyampaian yang komunikatif, santai, dan mudah dipahami. Temuan ini memperkuat argumentasi (Islam dkk., 2026) yang menyatakan bahwa indikator digital seperti jumlah pengikut, like, share, dan engagement secara tidak langsung berperan dalam membentuk legitimasi otoritas keagamaan di ruang digital. Popularitas sering kali menjadi penanda kredibilitas bagi pengguna media sosial, khususnya Generasi Z.

Hal yang sama juga ditemukan oleh (Rizkiyah Hasanah & Zohaib Hassan Sain Baharun, 2025) yang menjelaskan bahwa kemunculan fenomena *faithfluencer* telah melahirkan bentuk baru otoritas keagamaan yang lebih interaktif dan berbasis media sosial. Otoritas tidak lagi hanya bersumber dari institusi keagamaan formal, tetapi juga dibentuk melalui interaksi digital dan kedekatan dengan audiens. Dalam konteks penelitian ini, Generasi Z tampak lebih mudah menerima informasi hadis dari figur yang dianggap dekat dengan kehidupan mereka dibandingkan figur keagamaan yang hadir melalui media konvensional.

### **Rendahnya Verifikasi Hadis di Kalangan Generasi Z**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan belum memiliki kebiasaan melakukan verifikasi terhadap hadis yang ditemukan di media sosial. Hanya tiga informan yang secara eksplisit menyebutkan penggunaan kitab hadis sebagai rujukan pengecekan sumber. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kemudahan akses informasi dan kemampuan memverifikasi informasi tersebut. Informan umumnya menerima hadis berdasarkan kepercayaan terhadap penyampai konten tanpa melakukan penelusuran lebih lanjut terhadap kualitas sanad maupun sumber hadis yang digunakan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Nadia Afifah & Septi Kuntari, 2025) yang menegaskan bahwa tingginya intensitas penggunaan media digital oleh Generasi Z juga meningkatkan risiko paparan disinformasi keagamaan apabila tidak dibarengi dengan kemampuan literasi digital yang memadai. Kemampuan memverifikasi sumber menjadi aspek penting dalam menghadapi derasnya arus informasi keagamaan di media sosial. Selain itu, (Muhammad Alfito Deanoza H dkk., 2025) menyatakan bahwa salah satu tantangan utama keberagaman Generasi Z di era digital adalah derasnya arus informasi yang sering kali tidak disertai mekanisme penyaringan yang memadai. Akibatnya, pengguna media sosial rentan menerima informasi keagamaan tanpa proses verifikasi yang cukup.

### **Ambivalensi Pengaruh Media Sosial terhadap Otoritas Hadis**

Mayoritas informan berpendapat bahwa media sosial dapat memperkuat otoritas hadis karena mempermudah masyarakat dalam memperoleh pengetahuan agama. Akan tetapi, mereka juga mengakui bahwa media sosial dapat menjadi sarana penyebaran hadis yang tidak jelas sumbernya. Temuan ini menunjukkan adanya karakter ambivalen media sosial. Di satu sisi, media sosial berfungsi sebagai sarana edukasi keagamaan yang efektif. Di sisi lain, media sosial juga membuka ruang bagi munculnya berbagai bentuk otoritas alternatif yang belum tentu memiliki kompetensi keilmuan yang memadai.

Sirun (Sirun & Surawan, 2025) menjelaskan bahwa ruang digital berperan penting dalam meningkatkan literasi agama Generasi Z, tetapi pada saat yang sama memunculkan tantangan berupa penyebaran informasi yang tidak terverifikasi dan munculnya otoritas keagamaan baru yang belum tentu memiliki legitimasi keilmuan yang kuat. Oleh karena itu, otoritas hadis di era digital tidak hanya ditentukan oleh kualitas keilmuan seseorang, tetapi juga dipengaruhi oleh algoritma media sosial, visibilitas konten, dan tingkat interaksi pengguna.

### **Pentingnya Literasi Hadis dan Literasi Digital Keagamaan**

Seluruh informan menekankan pentingnya sikap kritis dalam menerima informasi keagamaan yang beredar di TikTok dan Instagram. Mereka menganggap bahwa pengguna media sosial harus memeriksa sumber informasi, meningkatkan pemahaman agama, dan tidak mudah mempercayai setiap konten yang muncul di

beranda media sosial. Temuan ini menguatkan hasil penelitian (Tamia dkk., 2026) yang menyebutkan bahwa literasi keagamaan merupakan instrumen penting bagi Generasi Z dalam menghadapi keberagaman informasi yang beredar di ruang digital. Literasi keagamaan memungkinkan seseorang untuk memahami, mengevaluasi, dan memverifikasi informasi keagamaan secara lebih kritis.

Dalam konteks studi hadis, literasi digital perlu diintegrasikan dengan literasi hadis sehingga Generasi Z tidak hanya mampu mengakses hadis secara cepat, tetapi juga memahami kualitas sumber, konteks periwayatan, dan validitas hadis yang digunakan. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi sarana penguatan otoritas hadis, bukan justru menjadi sumber distorsi pemahaman keagamaan.

#### **D. Kesimpulan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok dan Instagram telah menjadi ruang penting bagi Generasi Z dalam mengakses dan mempelajari hadis. Seluruh informan mengaku pernah menemukan serta mengonsumsi konten hadis melalui media sosial, yang dinilai mampu menghadirkan pengetahuan agama secara cepat, praktis, dan mudah dipahami. Kondisi ini menandakan adanya pergeseran pola transmisi pengetahuan keagamaan dari ruang-ruang konvensional menuju ruang digital yang lebih interaktif dan sesuai dengan karakteristik Generasi Z.

Temuan penelitian juga memperlihatkan bahwa persepsi Generasi Z terhadap otoritas hadis di era digital bersifat dinamis. Di satu sisi, media sosial dipandang mampu memperkuat otoritas hadis melalui perluasan akses dakwah dan penyebaran pengetahuan keagamaan kepada khalayak yang lebih luas. Namun di sisi lain, otoritas hadis juga menghadapi tantangan akibat maraknya konten yang tidak mencantumkan sumber secara jelas, munculnya penafsiran yang kurang tepat, serta kecenderungan pengguna untuk lebih mempercayai popularitas figur keagamaan dibandingkan validitas sumber hadis yang disampaikan.

Penelitian ini menemukan bahwa sebagian besar informan belum memiliki kebiasaan yang kuat dalam melakukan verifikasi terhadap keaslian hadis yang beredar di media sosial. Meskipun mereka menyadari pentingnya kehati-hatian dalam menerima informasi keagamaan, hanya sebagian kecil yang secara aktif

melakukan pengecekan terhadap sumber hadis menggunakan kitab-kitab hadis yang otoritatif. Temuan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kemudahan akses informasi keagamaan dengan kemampuan literasi hadis dan literasi digital yang dimiliki pengguna.

Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan bahwa penguatan literasi hadis dan literasi digital keagamaan menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi Generasi Z. Kemampuan untuk memeriksa sumber, memahami validitas hadis, serta bersikap kritis terhadap konten yang beredar di media sosial perlu terus dikembangkan agar media sosial tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi keagamaan, tetapi juga menjadi ruang yang mendukung penguatan otoritas hadis secara ilmiah, kritis, dan bertanggung jawab. Dengan demikian, otoritas hadis di era TikTok dan Instagram akan tetap terjaga di tengah arus informasi digital yang semakin cepat dan kompleks.

#### E. Daftar Pustaka

- Abdusshomad, A. (2024). Efektivitas Dakwah Ustaz Influencer Di Media Sosial Dalam Meningkatkan Religiusitas Generasi Z Di Indonesia. *Journal Islamic Studies E-ISSN*, 15(5), 63–75.
- Alwi, A., Rizki, J. W. S., & Siregar, N. M. (2024). Penggunaan Media Sosial Youtube sebagai Sarana Dakwah di Kalangan Mahasiswa Prodi KPI Angkatan 2020-2021. *Interaksi Peradaban: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(2), 125–138. <https://doi.org/https://doi.org/10.15408/interaksi.v4i2.37882>
- Amrizal, A. (2022). The Effect of Comic Strip as Instructional Method in Enhancing Students' Writing Skills. *Journal of Education and Teaching (JET)*, 3(2), 192–202. <https://doi.org/10.51454/jet.v3i2.182>
- Islam, P., Syekh, U. I. N., Hasan, A., & Addary, A. (2026). Like , Share , Follow dan Otoritas Keagamaan Digital: Tinjauan Konseptual Tentang Mediatisasi Agama di Kalangan Generasi Z. 10, 3457–3466.
- Kurniawan, M. A., & Puspitasari, E. (2025). METAMORFOSISI SANTRI DIGITAL: TRANSFORMASI PEMBELAJARAN KITAB KUNING MELALUI PODCAST INTERAKTIF PESANTREN MODERN. *Indonesian Society and Religion Research*, 2(2). <https://doi.org/10.61798/isah.v2i2.249>
- Muhammad Alfito Deanoza H, Nindya Alya Ramiza U, Nasywa Annisi Lillah, & Abdul Fadhil. (2025). Peran Dakwah Digital dalam Menanamkan Kesadaran Beragama bagi Remaja Generasi Z. *Jurnal Miftahul Ilmi: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 2(1), 01–12. <https://doi.org/10.59841/miftahulilmi.v2i1.31>

- Nabila, W. M., Fadhilatunnisa, S., Alamsyah, M. I., & Suryandari, M. (2023). Pengaruh Konten Dakwah Terhadap Gen Z dan Milenial (Generasi Muda). *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 1(1), 9–21.
- Nadia Afifah, & Septi Kuntari. (2025). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Gen Z Di Aplikasi TikTok dan Instagram. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 4(3), 4409–4415. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i3.8367>
- Psupitasari, E., & Rusmalinda, R. (2025). *Digital Literacy And Learning Motivation: A Qualitative Exploration Of Their Impact On Writing Abilities*. 2(1), 146–157.
- Puspitasari, E., Anwar, M., Umam, L. H., Asih, S. W., Khoiri, K., Kawijaya, J., Hadijah, & Mu'awanah, N. (2025). Pemberdayaan Anak di Sanggar Pusaka Bantul Melalui Game-Based Learning dalam Meningkatkan Penguasaan Kosakata Bahasa Inggris. *DEDIKASI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 81–94. <https://doi.org/10.32332/d1d3q688>
- Rahmawati, Y., Nafa Lutfiah, Y., Muzharifah, A., Pahlawan Km, J., & Kajen Kab Pekalongan, R. (2025). Persepsi Siswa Generasi Z terhadap Pengaruh Media Sosial dalam Perilaku Akademik dan Konsentrasi Belajar Siswa di Jenjang Sekolah Dasar (SD). *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam*, 3(4), 226–240.
- Rizkiyah Hasanah, & Zohaib Hassan Sain Baharun. (2025). Faithfluencers and Digital Piety: Redefining Religious Authority Among Generation Z. *Indonesian Journal of Islamic Religious Education*, 3(2), 125–136. <https://doi.org/10.63243/injire.v3i2.01>
- Rosfiani, O., Aulia, V., Fadhillah, M. R., A'zizah, H. N., Maulana, R., Islami, M. R. Al, & Zamany, A. Z. (2026). PERSEPSI GENERASI Z TERHADAP NILA-NILAI MODERASI BERAGAMA DARI DAKWAH MEDIA SOSIAL TIKTOK. *EDUCATIONAL: Jurnal Inovasi Pendidikan & Pengajaran*, 6(1), 175–185. <https://doi.org/10.51878/educational.v6i1.8861>
- Shilvia Maharani, Ina Sitiyani, & Adhi Kusuma. (2025). Analisis Pengaruh Media Sosial terhadap Penyebaran Pesan Dakwah. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Komunikasi*, 5(1), 194–202. <https://doi.org/10.55606/juitik.v5i1.1211>
- Sirun, A. K., & Surawan, S. (2025). Konsumsi Konten Dakwah Digital Dan Kesejahteraan Spiritual Mahasiswa: Kajian Empiris Di Kalangan Generasi Z. *Indonesian Journal of Islamic Studies (IJIS)*, 1(2), 220–226. <https://doi.org/10.62567/ijis.v1i2.905>
- Tamia, F., Rahmi Syahriza, & Tonang Lubis. (2026). Pemanfaatan Hadis Sebagai Konten Media Sosial Guna Memperkuat Strategi Komunikasi Dakwah. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 7(1), 124–150. <https://doi.org/10.51339/ittishol.v7i1.4676>