

## TRANSFORMASI LIVING HADIS DALAM PLATFORM DIGITAL: STUDI KASUS UNGKAPAN *MASYĀ ALLĀH TABĀRAKALLĀH* DI KALANGAN *SELEGRAM* BANJARMASIN

Hanafi

[hanafirayyan92@uin-antasari.ac.id](mailto:hanafirayyan92@uin-antasari.ac.id)

UIN Antasari Banjarmasin

**Abstract:** This study aims to explore the transformation of living hadith in the context of digital platforms, with a particular focus on the use of the phrase "Masyā Allāh Tabārakallah" by influencers (Selegram) in Banjarmasin. Living hadith refers to the application of the teachings and values of the hadith of Prophet Muhammad SAW in everyday life. In the digital age, social media (especially instagram) has become a significant medium for the dissemination and adaptation of religious values.

The methodology used in this study is qualitative, involving content analysis of posts on Instagram, as well as in-depth interviews with selected influencers in Banjarmasin. This research identifies the motives, contexts, and impacts of using the phrase "Masyā Allāh Tabārakallah" in influencers' posts and how this reflects the transformation of hadith values in the digital environment.

The findings indicate that the use of "Masyā Allāh Tabārakallah" by influencers serves not only as a religious expression with spiritual significance and self-protection from the unseen but also as a strategy to build image and relationships with followers. This phrase functions as a form of acknowledgment of beauty or success considered a blessing from Allah and as protection from envy or "ain" (evil eye). The study suggests that living hadith undergoes significant adaptation in the social media environment, where influencers play a crucial role in disseminating and internalizing religious values to a broader audience.

This research contributes to understanding how religious values can transform and interact with digital culture, offering insights for further research on the role of social media in the development of Sunnah values in the digital age.

**Keywords:** *Living Hadith, Masyā Allah Tabārakallāh, Selegram, Society of Banjar*

### Pendahuluan

Dalam era digital yang semakin maju, keberadaan agama tidak lagi terbatas pada ruang fisik. Fenomena agama di internet telah menjadi topik yang menarik perhatian banyak peneliti, termasuk Heidi Campbell. Campbell, dalam artikelnya "*Understanding the Relationship*



*between Religion Online and Offline in a Networked Society*," memperkenalkan konsep "*networked religion*" untuk menjelaskan bagaimana agama berfungsi dalam lingkungan daring dan mencerminkan perubahan budaya yang lebih luas (Campbell, 2012, hlm. 64–66).

Heidi Campbell berargumen bahwa praktik keagamaan daring tidak mengubah agama secara fundamental, tetapi menyoroti perubahan yang sudah terjadi dalam budaya Barat. Ia mengidentifikasi lima ciri utama dari "*networked religion*": komunitas yang terhubung, identitas yang diceritakan, otoritas yang bergeser, praktik yang konvergen, dan realitas multi-lokasi. Komunitas keagamaan daring beroperasi sebagai jaringan longgar, memungkinkan anggota terhubung kapan saja dan di mana saja. Identitas keagamaan dibangun dan diekspresikan melalui sumber daya digital, sementara otoritas keagamaan tradisional ditantang oleh bentuk baru otoritas daring.

Praktik keagamaan daring menggabungkan elemen dari berbagai tradisi, menciptakan bentuk yang baru. Pengalaman keagamaan terjadi di berbagai tempat secara simultan, baik daring maupun luring, menciptakan realitas yang kompleks dan fleksibel. Melalui konsep "*networked religion*," Campbell menunjukkan bahwa studi agama di internet memberikan wawasan mendalam tentang karakteristik praktik keagamaan daring dan tren saat ini dalam interaksi sosial dalam masyarakat yang terhubung secara jaringan. Perubahan dalam komunitas, identitas, otoritas, praktik, dan realitas keagamaan mencerminkan adaptasi agama terhadap konteks digital yang terus berkembang.

Media sosial menjadi alat yang kuat dalam membentuk dan mempengaruhi gaya beragama masyarakat. Dengan visualisasi yang menarik dan narasi yang personal, media sosial membantu menciptakan tren dan standar baru dalam praktik keagamaan, serta mempromosikan komodifikasi elemen-elemen religius. Ini menunjukkan bagaimana teknologi dan platform digital dapat mengubah cara orang menjalani dan memahami keagamaan di era modern (Fauzia & Mojopahit, 2023, hlm. 272). Temuan Amelia ini secara lebih jauh mendeskripsikan bahwa perubahan gaya beragama yang dipengaruhi oleh media sosial, dari konservatif menjadi lebih modern, membawa dampak yang kompleks, baik positif maupun negatif. Di satu sisi, media sosial memfasilitasi peningkatan akses informasi keagamaan. Ini memungkinkan orang untuk dengan mudah mendapatkan panduan, tips, dan informasi dari berbagai sumber tentang agama, serta meningkatkan kesadaran dan pengetahuan religius masyarakat melalui dakwah digital. Selain itu, media sosial menciptakan komunitas *online* yang memperkuat kebersamaan, memberikan dukungan sosial, dan

menginspirasi serta memotivasi orang lain untuk meningkatkan kesalehan dan menjalani ibadah dengan lebih baik.

Media sosial juga memungkinkan individu untuk mengekspresikan identitas religius mereka secara terbuka dan bangga, memperkuat identitas komunitas. Dakwah melalui media sosial menjadi lebih efektif dengan jangkauan yang luas dan kemampuan untuk interaksi langsung antara pendakwah dan pengikut, menciptakan ruang untuk diskusi yang dinamis.

Namun, media sosial juga memiliki tantangan. Temuan dari Amelia tentang komodifikasi religiusitas mengubah pengalaman dan praktik keagamaan menjadi komoditas yang dipasarkan, mengurangi makna spiritual dan mempromosikan konsumerisme. Pengguna media sosial mungkin merasa tertekan untuk menyesuaikan diri dengan standar gaya hidup religius yang dipamerkan oleh selebriti dan influencer, menciptakan citra yang tidak realistis dan ekspektasi yang sulit dicapai.

Selain itu, ada risiko bahwa praktik keagamaan menjadi superfisial dan dilakukan hanya untuk pengakuan sosial, mengurangi keaslian dan kesungguhan ibadah. Media sosial juga dapat menyebabkan polarisasi dalam komunitas religius, memperuncing perbedaan pendapat dan menimbulkan konflik nilai antara gaya beragama modern dan tradisional.

Temuan Amelia tersebut mengkonfirmasi peneliti sebelumnya, Eva F. Nisa yang menemukan bahwa peran Instagram dalam dakwah di kalangan pemudi Muslim Indonesia sangat kuat. Hal ini dilihat dari tiga hal. Pertama, Instagram menjadi platform signifikan yang digunakan oleh pemudi Muslim untuk membangun identitas religius mereka melalui konten visual yang kreatif dan ringan (*soft da'wa*). Kedua, meskipun para pembuat konten dakwah ini tidak memiliki latar belakang pendidikan agama yang mendalam, mereka mampu menarik pengikut dengan menggabungkan perjalanan hijrah yang inspiratif dan pengetahuan dasar agama yang mereka miliki. Ketiga, dakwah melalui Instagram tidak hanya berfungsi untuk menyebarkan pesan-pesan religius tetapi juga mendukung bisnis online yang memenuhi kebutuhan konsumen Muslim muda. Terakhir, dakwah yang disampaikan melalui Instagram menunjukkan bagaimana pemudi Muslim Indonesia menjadi agen aktif dalam mengeksplorasi agama, identitas, dan tujuan hidup mereka di tengah dunia yang semakin dimediasi oleh teknologi (Nisa, 2018, hlm. 68–99).

Penelitian Eva dan Amelia ini memberikan ruang yang begitu luas kepada peneliti selanjutnya untuk melihat bagaimana proses transmisi nilai-nilai keagamaan di media sosial yang dilakukan para *influencer* kepada para pengikutnya. Selain tema dakwah, dan komodifikasi

agama, nilai yang disebarkan secara masif adalah ucapan *Masyâ Allâh Tabâarakallâh* dalam setiap unggahan mereka. Baik yang diucapkan secara langsung dalam bentuk video, atau dalam bentuk kalimat yang dituliskan dalam keterangan unggahannya. Dalam konteks ini, [mereka menilai](#) bahwa ucapan yang merupakan dzikir yang berfungsi sebagai pelindung agar terhindari dari penyakit ‘ain, sebuah penyakit yang dikabarkan oleh Nabi saw dalam sebuah sabdanya.

Transmisi hadis tentang penyakit ‘ain ini kemudian bertransformasi ke dalam bentuk media sosial. Tampilan-tampilan visual yang indah, berpotensi menghadirkan pandangan yang iri dan dengki dari para pengikutnya. Oleh sebabnya, perlu sebuah media perlindungan yang berupa doa dan dzikir. Doa dan dzikir tersebut diamalkan oleh para *influencer muslim* guna menghindari hal-hal jahat tidak terjadi kepada diri mereka. Satu di antara komunitas *influencer muslim* lokal yang mengamalkan hal tersebut adalah mereka yang dikategorikan sebagai *Selebgram* di kalangan generasi muda masyarakat Banjar. Satu di antara penelitian sebelumnya yang pernah membahas tema sejenis adalah riset yang dilakukan oleh Naila Rahmah Maulidiyah pada tahun 2023. Ia mengeksplorasi penggunaan ayat-ayat Al-Quran yang digunakan *Selebgram* Banjar untuk melindungi dari penyakit ‘ain. Dengan pendekatan kajian living quran, Maulidiyah menemukan Ayat-ayat Al-Quran yang yang digunakan beragam, berdasarkan referensi keislaman masing-masing (Maulidiyah, 2023, hlm. 129–130).

Dengan pendekatan living hadis, penelitian ini membahas bagaimana proses transmisi dan transformasi hadis tentang perlindungan diri dari penyakit ‘ain tersebut di kalangan *Selebgram* Banjar, sehingga bisa menjadi sebuah fenomena di masyarakat digital bahwa setiap mengunggah sesuatu harus ada ungkapan *Masyâ Allâh Tabâarakallâh*.

## **Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah Pendekatan Kualitatif dengan fokus pada Etnografi Digital. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami fenomena keagamaan yang terjadi di media sosial, khususnya bagaimana *Selebgram* Banjar mengintegrasikan nilai-nilai religius dalam konten mereka. Adapun kriteria yang digunakan untuk memilih informan tersebut adalah: Pertama: memiliki basis pengikut yang signifikan, minimal memiliki 2.000–10.000 pengikut di Instagram untuk memastikan bahwa kontennya memiliki jangkauan yang cukup luas. Kedua: Konsisten menggunakan ungkapan ‘*masyâ allâh tabâarakallâh*’, *Selebgram* yang secara aktif dan konsisten menggunakan ungkapan ini dalam caption, video, atau interaksi dengan audiens mereka. Ketiga: Konten bernuansa

religius, Memproduksi konten Islami, baik berupa dakwah ringan, motivasi, gaya hidup Islami, atau promosi nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Keempat: Berbasis di Banjar, Selebgram yang berasal dari atau menetap di wilayah Banjar (Kalimantan Selatan) untuk memastikan bahwa kajian tetap fokus pada konteks budaya dan keagamaan lokal. Setelah keempat kriterianya ini ditentukan, kemudian langkah-langkah yang digunakan untuk mendapatkan datanya adalah sebagai berikut:

### 1. Etnografi Digital

Etnografi digital adalah studi tentang interaksi sosial yang terjadi di dunia digital. Ini mencakup pengamatan dan partisipasi dalam komunitas online untuk memahami budaya dan praktik mereka. Dalam konteks penelitian ini, etnografi digital memungkinkan peneliti untuk mendalami kehidupan digital *Selebgram* Banjar dan pengikutnya (Hine, 2000, hlm. 118–125).

### 2. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi Partisipatif; Peneliti akan terlibat secara aktif dalam komunitas online, seperti mengikuti akun-akun *Selebgram* Banjar dan berpartisipasi dalam diskusi yang terjadi. Observasi ini bertujuan untuk mengamati secara langsung bagaimana *Selebgram* tersebut mengunggah konten religius, menggunakan ucapan Masyâ Allah Tabâarakallah, dan berinteraksi dengan pengikut mereka. Melalui observasi partisipatif, peneliti dapat menangkap dinamika dan nuansa yang terjadi dalam interaksi digital tersebut (Stainback & Stainback, 1988, hlm. 227).
- b. Wawancara Mendalam; Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan beberapa *Selebgram* Banjar. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang pengalaman dan pandangan mereka terkait praktik religius di media sosial. Wawancara mendalam berguna sebagai alat bantu peneliti memahami motivasi di balik praktik tersebut dan bagaimana mereka melihat peran media sosial dalam kehidupan beragama mereka.
- c. Analisis Konten; Peneliti mengumpulkan dan menganalisis konten dari unggahan Instagram *Selebgram* Banjar yang terkait dengan praktik dzikir dan doa. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi tema, pola, dan pesan yang muncul dari konten tersebut. Dengan menganalisis konten ini, peneliti dapat

memahami bagaimana nilai-nilai religius disampaikan dan dipraktikkan dalam konteks digital.

- d. Dokumentasi dan Recording; Peneliti mengumpulkan dokumentasi berupa tangkapan layar (*screenshoot*), arsip unggahan, dan merekam wawancara. Dokumentasi ini bertujuan untuk memastikan akurasi data yang dikumpulkan dan memberikan dasar yang kuat untuk analisis lebih lanjut.

### 3. Analisis Data

Analisis tematik; Data yang telah terkumpul dan terhimpun tersebut diidentifikasi dan dianalisis berdasarkan tema-tema analisis dengan pendekatan living hadis.

Sebagai sebuah riset yang berbasis dari teks hadis, maka penelitian ini juga disebut bagian dari penelitian Living Hadis. Sebuah riset yang mengamati praktik-praktik religius dan sosial yang didasari oleh teks hadis, serta komunitas Muslim tersebut menghubungkan, mengkomunikasikan, dan mengaitkan teks hadis dengan tradisi lokal mereka (Qudsy, Abdullah, Jubba, Prasajo, & Tanadi Taufik, 2024, hlm. 5). Dalam konteks ini, riset ini menggambarkan bahwa teks hadis tidak hanya membentuk sebuah tradisi di masyarakat, tetapi bertransformasi ke ranah yang lebih luas, yaitu media sosial.

## Hasil dan Pembahasan

### Penelusuran Hadis tentang ‘Ain Secara Tematik

Penelusuran mendalam terhadap teks hadis yang berkaitan dengan penyakit 'ain menjadi poin pertama yang diuraikan sebelum analisis lebih lanjut. Dalam teks hadis tersebut, penyakit ini dalam tradisi Islam diyakini sebagai penyakit yang disebabkan oleh pandangan mata yang dengki atau iri. Berikut beberapa teks hadisnya;

#### a. Hadis yang Menyatakan Bahwa Penyakit ‘Ain itu Ada

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «الْعَيْنُ حَقٌّ، وَهِيَ عَنِ الْوَشْمِ

*“dari Abu Hurairah radliallahu 'anhu dia berkata: Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: "penyakit ain (gangguan jin atau sibir) adalah benar adanya, " dan beliau melarang mentato”(al-Bukhârî, 1442).*

## b. Hadis tentang Penyebab Penyakit ‘Ain

حَدَّثَنَا ابْنُ مُنَيَّرٍ، قَالَ: حَدَّثَنَا ثَوْرٌ يَعْنِي ابْنَ يَزِيدَ، عَنْ مَكْحُولٍ، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "الْعَيْنُ حَقٌّ، وَيَخْضُرُ بِهَا الشَّيْطَانُ وَحَسَدُ ابْنِ آدَمَ

*“Telah menceritakan kepada kami Ibnu Numair, telah menceritakan kepada kami Tsawr dari Makbul, dari Abu Hurairah berkata bahwa Rasulullah saw bersabda: ‘Ain adalah sesuatu yang benar keberadaannya, Setan dan sifat basad manusia selalu hadir bersamanya”*(Ibn Hanbal, 2001).

## c. Hadis tentang Penyembuhan dan Perlindungan diri dari Penyakit ‘Ain

### Pertama

عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ، رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: " مَنْ رَأَى شَيْئًا فَأَعْجَبَهُ، فَقَالَ: مَا شَاءَ اللَّهُ، لَا قُوَّةَ إِلَّا بِاللَّهِ، لَمْ يَضُرَّهُ الْعَيْنُ

*“Dari Anas bin Malik bahwasanya Rasulullah saw bersabda; Siapa yang melihat sesuatu yang membuatnya menjadi takjub atau kagum, hendaklah ia mengucapkan” Masya Allah la Qummata illa billah, maka hal itu tidak akan membahayakannya dari pengaruh mata (hasad)”*(al-Baihaqî, 2003).

### Kedua

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ: "أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَمَرَهَا أَنْ تَسْتَرْقِيَ مِنَ الْعَيْنِ

*“Dari Aisyah radhiyallahu ‘anha berkata: ‘Rasulullah shallallahu ‘alaibi wa sallam memerintahkannya untuk melakukan ruqyah dari pengaruh mata (hasad)* (Ibn Majah, 1431)

### Ketiga

عَنْ عَائِشَةَ، قَالَتْ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: «اسْتَعِينُوا بِاللَّهِ، فَإِنَّ الْعَيْنَ حَقٌّ

*Dari Aisyah berkata bahwa Rasulullah saw bersabda: "Mintalah perlindungan kepada Allah, karena sesungguhnya penyakit 'ain itu nyata adanya" (Ibn Majah, 1431).*

#### **d. Hadis tentang Dampak Orang yang terkena 'Ain**

عَنْ جَابِرِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ، قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: "الْعَيْنُ تُدْخِلُ الرَّجُلَ الْقَبْرَ،  
وَتُدْخِلُ الْجَمَلَ الْقَدْرَ

*Dari Jabir bin Abdullah, Rasulullah ﷺ bersabda: "Ain bisa memasukkan seseorang ke dalam kubur, dan bisa memasukkan unta ke dalam panci (karena membuatnya sakit hingga mati (al-Zuhaily, 1991)*

Dalam hadis ini, Nabi saw menginformasikan bahwa pengaruh buruk dari mata hasad ('ain) adalah sesuatu yang nyata dan memiliki potensi berdampak negatif terhadap seseorang atau sesuatu yang dilihat disebabkan oleh iri hati atau kekaguman yang berlebihan. Secara lebih lanjut, al-Nawâwî mengeksplorasi penjelasan hadis tersebut dengan penekanan bahwa 'ain atau mata jahat itu adalah sesuatu yang nyata dan dapat menyebabkan kerusakan pada orang yang dipandang. Meskipun dalam perkembangannya, para ulama mayoritas menerima hal ini berdasarkan hadis, sementara sebagian kelompok bid'ah mengingkarinya (al-Nawawî, 1396, hlm. 171).

Ibn Hajar juga menjelaskan berbagai pandangan tentang proses mata jahat bekerja, termasuk pandangan bahwa ada semacam kekuatan beracun yang terpancar dari mata orang yang memiliki mata jahat. Namun, dia menegaskan bahwa semua ini terjadi dengan izin Allah dan bahwa tidak ada kepastian bahwa hal ini selalu terjadi (al-Asqalânî, 1379, hlm. 200).

Al-Mâziri, yang disebutkan oleh al-Nawâwî, menekankan bahwa kepercayaan kepada mata jahat tidak bertentangan dengan prinsip dasar Islam. Namun yang menjadi titik tekan dari penjelasan Al-Mâziri adalah bahwa ia tidak sependapat dengan mereka yang meyakini bahwa ada racun yang keluar dari mata orang yang iri dan mengenai orang lain, karena menurutnya, hanya Allah yang memiliki kuasa untuk menciptakan pengaruh atau kerusakan (al-Nawawî, 1396, hlm. 173).

'Ain adalah sebuah fenomena di mana seseorang dengan pandangan iri atau takjub bisa menyebabkan kerugian atau bahaya pada orang lain atau benda yang dilihat. Hal ini bisa berupa penyakit, kerusakan, atau bahkan kematian dalam kasus yang sangat parah. Dengan menyebutkan bahwa "*mata hasad itu benar adanya*," Nabi saw menegaskan bahwa hasad (iri hati) adalah sesuatu yang harus diwaspadai dan dilindungi.

Guna melindungi diri dari pengaruh buruk mata hasad, Nabi memberikan beberapa petunjuk. Pertama, beliau menganjurkan umatnya untuk melakukan ruqyah, yaitu membaca ayat-ayat Al-Qur'an atau doa-doa yang diajarkan Nabi sebagai bentuk perlindungan. Kedua, beliau menyarankan ketika melihat sesuatu yang mengagumkan, membuat seseorang menjadi takjub dan kagum, dianjurkan untuk mengucapkan "*Masya Allah, laa qumwata illa billah*," yang berarti "Apa yang dikehendaki Allah, tidak ada daya dan kekuatan kecuali dengan (pertolongan) Allah." (al-Asqalâni, 1379, hlm. 201). Dalam sudut pandang psikologis, reaksi pertama seseorang ketika melihat orang lain mendapatkan nikmat, mendapatkan kesuksesan dalam hidup sangat beragam. Ada yang bisa memiliki kontrol diri yang bagus, ada pula yang yang tidak terkontrol. Reaksi yang ditunjukkan dengan mengingat Allah dan menyadari bahwa segala sesuatu berada di bawah kuasa-Nya disebut sebagai orang yang memiliki kontrol diri yang baik. (Rassool & Keskin, 2023, hlm. 1–10) Hal ini sebagai bentuk upaya untuk menjaga diri dari hasad dan menunjukkan rasa syukur atas nikmat yang diberikan oleh Allah kepada orang lain.

### **Transmisi dan Transformasi Hadis tentang 'Ain di Kalangan Selegram Banjarmasin**

Di era digital saat ini, proses transmisi hadis mengalami transformasi signifikan, terutama di media sosial. Hadis tidak hanya disebarkan melalui teks tradisional, tetapi juga melalui berbagai format modern seperti ceramah singkat, podcast islami, teks hadis yang dinarasikan dengan latar musik religi, dialog tokoh dalam film, visualisasi hadis melalui komik atau meme yang beredar di ruang digital. (Risya Fadilha, 2022, hlm. 32) Tidak hanya sampai pada proses transmisi, tetapi kemudian ada bentuk transformasi pemaknaan yang awalnya dalam bentuk teks-teks klasik, berubah menjadi meme dengan *caption* singkat disertai dengan gambar yang relevan. (Qudsy, Abdullah, & Pabbajah, 2021, hlm. 108) Eksistensi hadis di media sosial tersebut tidak hanya memiliki nilai dakwah, (Nisa, 2018, hlm. 90) tetapi juga memiliki nilai

komersial dalam bentuk bisnis,(Fauzia & Mojopahit, 2023, hlm. 250) seperti pakaian, atau pun ibadah seperti haji dan umrah.(Dewi, 2023, hlm. 233)

Salah satu fenomena yang mencolok adalah meningkatnya penggunaan ungkapan "Masyá Alláh Tabárakallah" di media sosial, khususnya di kalangan *Selebgram*, yang sering dikaitkan dengan hadis tentang ‘ain—sebuah konsep dalam Islam yang merujuk pada pandangan mata yang dapat membawa bahaya atau kesialan. Adapun informan dalam penelitian ini sebanyak 5 orang pengguna instagram; PA yang memiliki lebih dari 10.000 pengikut, NA yang memiliki lebih dari 10.000 pengikut, DA yang memiliki lebih dari 10.000 pengikut, NM yang memiliki lebih dari lebih dari 5.000 pengikut, RF yang memiliki kurang dari 5.000 pengikut. Kelima informan tersebut dipilih karena memiliki intensitas yang sering sekali menggunakan ucapan *Masyá Alláh Tabárakallah* dalam instagramnya. Dalam segi jumlah, *Selebgram* tersebut termasuk dalam kategori mikro. Akan tetapi, meski jumlah pengikutnya lebih sedikit, mereka memiliki *engagement rate* yang lebih tinggi. Hal ini dapat dilihat dari interaksi dari pengikut mereka seperti *likes*, *comments*, dan *shares* cenderung lebih banyak dan lebih intens.

## Analisi Teori Resepsi dalam Konteks Media Sosial

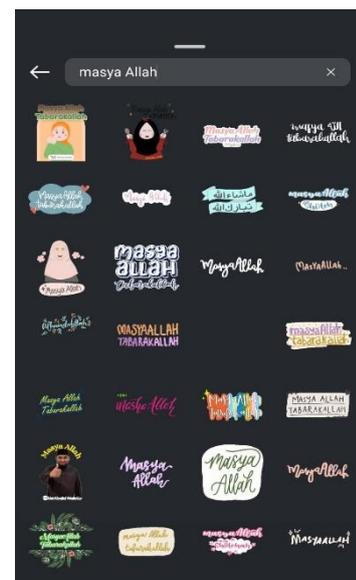
Dalam konteks ini, teori resepsi menjadi relevan untuk memahami bagaimana hadis diterima dan diaplikasikan oleh masyarakat, khususnya dalam ruang digital. Teori ini menekankan bahwa penerimaan dan penerapan hadis tidak hanya dilihat sebagai sumber hukum atau pedoman ritual, tetapi juga sebagai bagian dari budaya dan praktik sosial yang



dinamis. Seiring perkembangan zaman, cara penerimaan dan penerapan hadis bisa berubah sesuai dengan perubahan sosial dan budaya. (Dewi, 2018, hlm. 196) Dalam bentuk yang lebih konkrit, penerapan tersebut bisa dijumpai dalam bentuk tradisi lisan, tulisan, dan praktik. (Sagir & Hanafi, 2022, hlm. 145–146) Dalam bentuk lisan, ungkapan *Masyá Alláh Tabâarakallah* diucapkan secara rutin dalam unggahan video *instastory* mereka. Adapun dalam bentuk tulisan, ungkapan tersebut dituliskan dalam keterangan setiap unggahan mereka. Berikut tiga buah gambarnya:



Gambar 1: Ditulis sebagai ungkapan mendapatkan nikmat



Gambar 2: *instagram* menyediakan pilihan stiker ungkapan tersebut

Dalam kerangka living hadis, bentuk-bentuk temuan tersebut kemudian dianalisis menggunakan teori resepsi. Teori resepsi hadis dalam studi ini meminjam istilah yang digunakan beberapa penelitian sebelumnya, seperti Qudsy (Qudsy dkk., 2024, hlm. 11) dan Dewi (Dewi, 2018, hlm. 179) yang juga mengikuti temuan dari Ahmad Rafiq (Rafiq, 2021, hlm. 469–484) Secara konseptual, teori tersebut dibagi menjadi tiga; resepsi eksegesis yang berfokus terhadap penerimaan pembaca kitab suci dari sudut pandang pemahaman terhadap teks; resepsi estetis yang fokus terhadap penerimaan pembaca teks yang melahirkan unsur-unsur estetis seperti kaligrafi Al-Quran atau hadis; resepsi fungsional yang salah satu fokusnya

adalah melihat lebih jauh penerimaan dari segi fungsinya, seperti fungsi perlindungan dan fungsi keamanan. Berikut eksplorasi analisis lebih jauhnya;

### ***Selebgram* dalam Penerimaan dan Penyebaran Hadis tentang ‘Ain**

*Selebgram*, atau selebriti Instagram, memainkan peran besar dalam menyebarkan berbagai aspek budaya dan tradisi melalui platform digital, termasuk di kawasan Banjarmasin. Mereka menjadi model dan panutan bagi banyak pengikutnya, (Fauzia & Mojopahit, 2023, hlm. 250) yang melihat mereka sebagai panutan dalam berbagai hal, termasuk dalam menjaga nilai-nilai religius. Meski tidak semua *Selebgram* mendalami hadis secara mendalam, banyak dari mereka yang mempercayai bahwa informasi tentang ‘ain berasal dari hadis Nabi saw. Mereka mendapatkan pengetahuan ini melalui media sosial, baik dari artis yang lebih besar maupun dari ustadz yang populer seperti Ustadz Syam dan Ustadz Hannan Attaki. Hadis tentang ‘ain ini kemudian diangkat dan dinarasikan oleh *Selebgram* dalam unggahan keseharian mereka, terutama saat mereka membagikan hal-hal yang menarik perhatian, seperti pencapaian pribadi, barang-barang mewah, atau momen-momen bahagia. Responden NM, NA, PA, RF dan DA mengungkapkan bahwa kekhawatiran terhadap penyakit ‘ain mendorong mereka untuk menambahkan ungkapan "*Masyá Alláh Tabârakallah*" dalam postingan mereka sebagai bentuk perlindungan dari pandangan mata yang jahat. Namun dari kelima informan tersebut, tingkat konsistensi penulisan dan pengucapan masya Allah tersebut berbeda-beda. NM, RF, PA menunjukkan konsistensi tersebut dalam bentuk pencapaian-pencapaian pribadi yang mereka anggap bisa berpotensi orang-orang lain menjadi iri. Terlebih NM yang termasuk *Selebgram* yang rutin berbagi konten tentang kecantikan dan fashion muslimah, yania merasa hadis tersebut menjadi pengingat bagi dirinya bahwa semua nikmat yang diberikan tersebut datang dan bersumber dari Allah. Lebih lanjut ia menjelaskan, bisa saja penyakit ‘ain tersebut menjadi teguran dan pengingat bahwa Allah memberikan pelajaran lewat ‘ain agar jangan sampai melupakan-Nya. Berbeda lagi dengan RF, seorang ibu muda yang konsisten berbagi konten tentang pengasuhan anak ini secara terang-terangan mengungkapkan kekhawatirannya agar tidak menjadi seorang ibu yang bangga, dan sombong terhadap pencapaian anak balita dalam setiap fase. Oleh sebabnya, *Masyá Alláh Tabârakallah* menjadi pengingat bahwa semua pencapaian anaknya tersebut bukan semata-mata karena pola asuhnya, akan tetapi ada unsur keterlibatan Tuhan dalam setiap prosesnya. Ia merasa ‘ain itu bukan soal penyakit semata, tetapi lebih jauh dari pada itu, tentang pelajaran untuk membuat seseorang menjadi sadar agar tidak lupa dengan Tuhan. Hal yang berbeda ditunjukkan oleh

PA, sebagai seorang *Selebgram* yang bergerak di bidang dakwah anak muda, ia meyakini bahwa hadis tentang ‘ain ini benar adanya. Terlebih bagi mereka yang aktif di media sosial, dilihat orang banyak dengan banyak pandangan. Pandangan baik, jahat, iri dengki dan lain sebagainya. Mata-mata jahat itulah yang kemudian berpotensi untuk mendatangkan berbagai macam bentuk kesialan, jelasnya. Seperti perasaan yang selalu sedih, sakit yang sulit dideteksi secara medis. Oleh sebabnya, selain merutinkan membaca *Masyá Alláh Tabâarakallah*, ia juga menekankan untuk menjaga hati agar tidak sombong. Saat mengunggah pencapaian pribadi pun, niat utamanya jangan sampai ada terbesit di hati untuk pamer, pembuktian kepada orang lain, tetapi lebih kepada bentuk *tabaddust bi ni'mah*. Nikmat yang Allah berikan itu dibagikan ke media sosial sebagai bentuk pengamalan terhadap ayat tersebut (Q.S al-Dhuha; 9), dan hadis tentang ‘ain adalah sebagai rambu-rambunya bahwa dalam prosesnya tidak boleh disertai rasa bangga dan sombong.

### **Transformasi Konsep ‘Ain di Media Sosial**

Secara kultural dan historis, sebagian besar masyarakatnya cenderung memilih unsur-unsur lokal yang dipadukan dengan nilai-nilai Islam sebagai media perlindungan diri. (Sagir & Hanafi, 2022, hlm. 155) Seperti penggunaan rajah, *laung* dan *sarigading* (jimat lokal) sebagai media perlindungan diri. (Arni, 2016, hlm. 41–45) Di kalangan *Selebgram* Banjar, meskipun hadis tentang ‘ain termasuk ke dalam yang gaib, mereka lebih memilih menggunakan ungkapan "*Masyá Alláh Tabâarakallah*" ketimbang unsur lokal tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi pergeseran di kalangan generasi milenial Banjarmasin terhadap media perlindungan diri. Ada banyak hal yang menjadi penyebab utamanya, satu diantaranya bisa jadi karena tingkat pengetahuan terhadap tradisi lokal yang belum maksimal.

Ungkapan "*Masyá Alláh Tabâarakallah*" di media sosial mencerminkan adaptasi modern dari praktik tradisional yang bertujuan melindungi diri dari ‘ain adalah hasil dari penerimaan hadis secara fungsional. Di era digital, *Selebgram* Banjar mentransformasi konsep ini ke dalam bentuk yang lebih modern dan dapat diterima oleh audiens yang lebih luas. Mereka sering kali menyertakan ungkapan tersebut di caption atau komentar untuk menandai sesuatu yang berharga atau berpotensi menarik iri hati.

## Simpulan

Penelitian ini telah mengkaji transformasi living hadis dalam konteks platform digital, dengan fokus khusus pada penggunaan ungkapan "Masyâ Allâh Tabâarakallah" di kalangan Selebgram Banjarmasin. Ada empat temuan dalam penelitian. Pertama; peran media sosial dalam penyebaran nilai-nilai religius: Instagram, telah menjadi medium yang signifikan dalam penyebaran dan adaptasi nilai-nilai agama. Kedua; selebgram banjarmasin menggunakan ungkapan "Masyâ Allâh Tabâarakallah" tidak hanya sebagai bentuk dzikir dan perlindungan diri dari penyakit 'ain, tetapi juga sebagai strategi untuk membangun citra diri dan hubungan dengan pengikut mereka. Ketiga; adaptasi hadis dalam lingkup digital: Living hadis, mengalami adaptasi yang signifikan di lingkungan digital. Selebgram di Banjarmasin memainkan peran penting dalam menginternalisasi dan menyebarkan nilai-nilai ini kepada audiens yang lebih luas. Ungkapan "Masyâ Allâh Tabâarakallah" menjadi simbol religius yang berfungsi ganda—sebagai perlindungan spiritual dan sebagai elemen estetis yang memperkuat citra personal di media sosial.

Penelitian ini masih menyisakan beberapa ruang yang dapat dieksplorasi lebih jauh lagi, misalnya tentang bagaimana media sosial dan platform digital lainnya dapat digunakan sebagai alat untuk dalam proses penyebaran pemahaman hadis, yang kemudian membentuk sebuah tradisi-tradisi digital yang baru.

## Daftar Pustaka

- al-Asqalâni, A. I. A. I. H. (1379). *Fath al-Bârî Syarh Shabîh al-Bukhârî*. Beirut: Dâr al-Ma'rifah.
- al-Baihaqî, A. ibn H. (2003). *Syû'b al-Imân*. Beirut: Dar Al-Fikr.
- al-Bukhârî, M. I. I. (1442). *Shabîh al-Bukhârî* (Vol. 1–5). Beirut: Dar Al-Fikr.
- al-Nawawî, Y. ibn S. (1396). *Al-Minhâj Syarh Shabîh Muslim*. Beirut: Dar al-Ihya.
- al-Zuhaili, W. (1991). *Tafsir al-Munîr*. Beirut: Dar Al-Fikr.
- Arni, A. (2016). Kepercayaan Dan Perlakuan Masyarakat Banjar Terhadap Jimat-Jimat Penolak Penyakit. *Jurnal Studia Insania*, 4(1), 39–56. <https://doi.org/10.18592/jsi.v4i1.1112>
- Campbell, H. A. (2012). Understanding the Relationship between Religion Online and Offline in a Networked Society. *Journal of the American Academy of Religion*, 80(1), 64–93. <https://doi.org/10.1093/jaarel/lfr074>
- Dewi, S. K. (2018). Fungsi Performatif dan Informatif Living Hadis dalam Perspektif Sosiologi Reflektif. *Jurnal Living Hadis*, 2(2), 179. <https://doi.org/10.14421/livinghadis.2017.1328>

- Dewi, S. K. (2023). *Broadcasting Umrah through the Hadith of Hajj Badal in the COVID-19 Pandemic Era*. (2).
- Fauzia, A., & Mojopahit, H. (2023). Instagramable Pilgrimage: Spiritualism, Conservatism and Commodified Religion on Indonesian Celebgrams Posts. *Khazanah: Jurnal Studi Islam Dan Humaniora*, 21(2), 245–273. <https://doi.org/10.18592/khazanah.v21i2.10351>
- Hine, C. (2000). *Virtual ethnography*. London: Sage publ.
- Ibn Hanbal, A. (2001). *Musnad Ahmad Ibn Hanbal*. Beirut: Dar al-Ihya.
- Ibn Majah, M. I. Y. (1431). *Sunan Ibn Majah*. Beirut: Dar al-Ihya.
- Maulidiyah, N. R. (2023). *Resepsi Ayat-Ayat Al-Qur'an Sebagai Media Perlindungan Diri di Kalangan Selegram Banjar* (Skripsi). UIN Antasari, Banjarmasin.
- Nisa, E. F. (2018). Creative and Lucrative Da'wa: 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>
- Qudsy, S. Z., Abdullah, I., Jubba, H., Prasojo, Z. H., & Tanadi Taufik, E. (2024). The making of living ḥadīth: A new direction of ḥadīth studies in Indonesia. *Culture and Religion*, 1–20. <https://doi.org/10.1080/14755610.2024.2336461>
- Qudsy, S. Z., Abdullah, I., & Pabbajah, M. (2021). The Superficial Religious Understanding in Hadith Memes: Mediatization of Hadith in the Industrial Revolution 4.0. *Journal for the Study of Religions and Ideologies*, 20(60).
- 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), 469–484. <https://doi.org/10.14421/qh.2021.2202-10>
- Rassool, G. H., & Keskin, Z. (2023). Positioning the self (nafs) in Islāmic psycho-spirituality. *Journal of Spirituality in Mental Health*, 1–10. <https://doi.org/10.1080/19349637.2023.2264848>
- Risya Fadhila. (2022). Resepsi Hadis di Media Sosial: Studi Kasus Film Animasi Nussa Episode Adab Menguap. *Al-Manar: Jurnal Kajian Alquran dan Hadis*, 8(1), 27–42. <https://doi.org/10.35719/amn.v8i1.21>
- Sagir, A., & Hanafi, H. (2022). Study of Living Hadith on the Reading Tradition of Ya Tarim Wa Ahlaha as a Media for Tawasul Among the Banjar Society. *Jurnal Living Hadis*, VII(1), 141–157.
- Stainback, S. B., & Stainback, W. C. (1988). *Understanding & conducting qualitative research*. Reston, VA, Dubuque, Iowa: Council for Exceptional Children ; Kendall/Hunt Pub. Co.