

Komodifikasi Hadis di Sosial Media (Untuk Komersialisasi Pada Akun Instagram Gd_Golddistro)

Bagus Suganda

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Jl. Marsda Adisucipto Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia 55281.

22205032062@student.uin-suka.ac.id

M. Ilham Fahmi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Jl. Marsda Adisucipto Daerah Istimewa Yogyakarta, Indonesia 55281.

22205032086@student.uin-suka.ac.id

Abstract

In the rapidly evolving era of digitalization, social media serves not only as a communication tool but also as a primary platform for business activities. This research examines the shift in the use of hadiths (sayings of Prophet Muhammad) in social media marketing strategies, focusing on the Instagram account Gd_Goldistro specializing in Sharia-compliant gold sales. Content analysis reveals five main themes of hadiths utilized for commercial purposes: buying and selling gold, usury (riba), almsgiving (zakat/sedekah), sustenance (rezeki), and piety (takwa). Utilizing a qualitative research method through literature review and direct observation of Gd_Goldistro's Instagram content, this study explores hadith typology, presentation in posts, and the impact of this marketing shift. Although the use of hadiths seems to contribute to business success, ethical considerations arise regarding the potential for diverse interpretations by readers and the business's responsibility to provide clear and comprehensive explanations. This research provides insights into the integration of religious values and digital marketing, highlighting the complex dynamics of using hadiths in social media commercialization.

Keywords: Commodification, hadiths, Gd_Goldistro

Abstrak

Dalam era digitalisasi yang berkembang pesat, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, melainkan juga sebagai platform utama untuk kegiatan bisnis. Penelitian ini mengkaji pergeseran penggunaan hadis (ucapan Nabi Muhammad) dalam strategi pemasaran di media sosial, dengan fokus pada akun Instagram Gd_Goldistro yang mengkhususkan diri dalam penjualan emas syariah. Analisis konten mengungkapkan lima tema utama hadis yang digunakan untuk tujuan komersialisasi: jual beli emas, riba, zakat/sedekah, rezeki, dan takwa. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif melalui tinjauan literatur dan observasi langsung terhadap konten Instagram Gd_Goldistro, penelitian ini menjelajahi tipologi hadis, penyajian dalam unggahan, dan dampak pergeseran pemasaran ini. Meskipun penggunaan hadis tampaknya memberikan kontribusi pada kesuksesan bisnis, pertimbangan etis muncul terkait potensi interpretasi yang beragam oleh pembaca dan tanggung jawab bisnis untuk memberikan penjelasan yang jelas dan komprehensif. Penelitian ini memberikan wawasan tentang perpaduan nilai keagamaan dan pemasaran digital, menyoroti dinamika yang kompleks dalam menggunakan hadis dalam komersialisasi media sosial.

Kata kunci: Komodifikasi, hadis, Gd_Goldistro

PENDAHULUAN

Di era digitalisasi yang semakin berkembang, sosial media yang awalnya hanya menjadi sarana untuk berinteraksi dan berkomunikasi sekarang mengalami perkembangan

untuk menjadi sarana untuk berbisnis.¹ Hal ini tampak pada inovasi para pelaku bisnis untuk menemukan cara yang efektif serta unik untuk mencapai target penjualan yang maksimal.² Diantara tren cara yang sedang berkembang adalah penggunaan hadis dalam strategi komersialisasi dalam sosial media.³ Sehingga hadis bukan hanya sebagai alat berdakwah akan tetapi digunakan sebagai alat komersial.

Hadis yang selama ini diketahui sebagai bayan dari al-Qur'an dan sebagai sumber hukum kedua setelah al-Qur'an,⁴ ternyata di era digitalisasi saat ini nampak mengalami pergeseran seperti yang terdapat dalam akun Gd_golddistro.⁵ Hal ini dibuktikan dengan beberapa postingan yang terdapat dalam akun tersebut yang terdapat hadis untuk mempromosikan produk mereka dengan dibumbui dengan caption dan tagar yang berkaitan dengan hadis jual beli emas yang sesuai dengan syari'at Islam. Sehingga postingan hadis-hadis yang digunakan oleh akun Gg_Golddistro ini mengalami perubahan kearah komersialisasi.

Penelitian tentang begersernya penggunaan atau komodifikasi hadis dimedia sosial yang dimana hadis dijadikan untuk komersialisasi telah menjadi suatu tema yang menarik untuk dibahas dan diskusikan. Setidaknya dalam ini terdapat tiga beberapa kajian yang telah membahas tentang komodifikasi hadis. Pertama, penggunaan al-Qur'an dan hadis di balik komersialisasi thibbun nabawi di media sosial oleh munirah.⁶ Kedua, Komodifikasi hadis yang berfokus pada hadis tertentu yang dilakukan oleh M.Rizaldi,⁷ dan Rosa.⁸

¹ Susanti Agustina S, "Media Sosial, Tak Sekadar Jaringan Pertemanan," *kompas.id*, last modified June 17, 2020, accessed January 2, 2025, <https://www.kompas.id/baca/riset/2020/06/17/media-sosial-tak-sekadar-jaringan-pertemanan>.

² "5 Strategi Mencapai Target Penjualan Bikin Bisnis Laris!," *Amartha.com*, accessed January 1, 2025, <https://amartha.com/blog/usaha-mikro-ukm/tips-bisnis/5-strategi-mencapai-target-penjualan-bikin-bisnis-laris/>.

³ Anugrah Eran Batu, "Komodifikasi Agama Di Sosial Media : Penggunaan Hadis Untuk Marketing Di Instagram Pada Akun HF Gold Puzzle," *Jalsah : The Journal of Al-quran and As-sunnah Studies* 4, no. 1 (April 30, 2024): 26.

⁴ Septi Aji Fitra Jaya, "Al-Quran Dan Hadis Sebagai Sumber Hukum Islam," *Indo-Islamika* 9, no. 2 (2019): 212.

⁵ https://www.instagram.com/gd_golddistro?igsh=ajFoYXBmeXNvYWxw

⁶ Munirah, "Penggunaan al-Qur'an dan Hadis di Balik Komersialisasi Thibbun Nabawi di Media Sosial," *Al-izzah: Jurnal-jurnal hasil penelitian* 18, no. 1 (2023): 89–102.

⁷ Muh Rizaldi, "Komodifikasi Hadis Hijrah dalam Akun Media Sosial Komunitas Kajian Musawarah," *Al-Bayan: Journal of Hadith Studies* 2, no. 1 (July 21, 2023): 25–50.

⁸ NIM : 20205032036 Elis Mila Rosa, "Representasi Pemaknaan Hadis Di Media Sosial (penggunaan Hadis Untuk Marketing Di Instagram)" (masters, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2023), accessed January 2, 2025, <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/56865/>.

Ketiga, Komodifikasi pada event keagamaan seperti Irfan' Amalia⁹ dan Hari Putra. Putra mislanya pada hadis hijrah Fest (studi kasus instagram hijrah fest) oleh Hari Putra.¹⁰ Dari tiga kajian tersebut terdapat beberapa penelitian tentang komodifikasi hadis, dan komodifikasi hadis untuk komersialisasi pada akun Gd_Goldistro belum diteliti sebelumnya.

Tulisan ini bertujuan untuk mengeksplor lebih jauh terhadap bergesernya penggunaan hadis di media sosial. Dengan demikian setidaknya terdapat dari dua rumusan masalah yang dajukan pada penelitian ini. Pertama, bagaimana penggunaan tipologi hadis yang digunakan oleh Gd_Goldistro dalam membuat konten insatgram. Kedua, bagaimana pengemasan konten hadis pada akun Gg_Golddistro. Ketiga, bagaimana dampak dari pergeseran penggunaan hadis dalam marketing pada akun Gg_Golddistro. Pertanyaan pertama bertujuan untuk mengetahui tema-tema hadis yang dimuat dalam akun instagram Gd_Goldistro. Pertanyaan kedua bertujuan untuk mengetahui hadis-hadis yang dimuat dalam konten akun Gg_Golddistro. Pertanyaan ketiga bertujuan untuk mengetahui dampak yang terjadi dari penggunaan hadis yang terdapat dalam akun Gg_Golddistro.

Dalam penelitian ini setidaknya berangkat dari tiga argumen utama. Pertama, adanya pergeseran penggunaan hadis untuk komersialisasi yang termuat dalam konten akun Gg_Golddistro. Kedua terdapat penggunaan hadis yang termuat dalam konten akun Gg_Golddisrto sesuai dengan tren strategi marketing yang ada saat ini. Ketiga lebih luasnya target pemasaran dan peningkatan penjualan yang dipengaruhi dengan adanya hadis-hadis yang termuat dalam konten akun Gg_Golddistro. Sehingga dengan adanya faktor-faktor tersebut yang menjadi alasan danya pergeseran penggunaan hadis di media sosial yang digunakan untuk komersialisasi.

⁹ S. H. Irfan' Amalia, "Komodifikasi Ajaran Al-Qur'an Dan Hadis Pada Online Shop Pakaian Muslim Di Instagram" (masters, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2022), accessed January 2, 2025, <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/53957/>.

¹⁰ Hari Putra Z, "Komodifikasi Hadis Hijrah Fest (Studi Kasus Instagram Hijrah Fest)" (masterThesis, Fakultas Ushuluddin UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021), accessed January 1, 2025, <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/58541>.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis studi literatur,¹¹ dengan melihat bagaimana hadis yang terdapat dalam akun Gg_Golddistro digunakan sebagai marketing untuk komersialisasi dengan menelisik hadis-hadis tersebut di media sosial. Akun ini dipilih karena menyatakan dirinya sebagai toko emas antam yang berbasis syar'i yang diamana dalam unggahannya banyak menggunakan hadis-hadis sebagai salah satu cara marketingnya dan berdampak kepada popularitas serta penjualannya. Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan dua sumber yaitu sumber sekunder dan primer. Sumber primer dalam penelitian ini mengacu kepada akun isntagram Gg_Golddsitro, sedangkan sumber sekunder merujuk kepada kitab-kitab hadis serta artikel-artikel yang menjadi penunjang dalam penelitian ini.

Dalam memudahkan penulis membedah problematika penelitian ini setidaknya penulis menggunakan teori Irwan Abdullah tentang keterkaitan agama dan media.¹² penggunaan teori ini diperuntukkan untuk melihat bagaimana agama, hadis Nabi masuk ke dalam media sehingga menyababkan adanya pergeseran penggunaan. Penggunaan teori ini untuk menjadi pisau sehingga memudahkan penulis untuk menganalisa konten-konten yang terdapat pada akun Gg_Golddistro.

Tipologi hadis yang terdapat dalam akun Gd_Goldistro

Gg_Golddistro merupakan sebuah akun insatgram yang menjual emas antam yang dimana dilakukan secara online dengan sistem COD (Cash On Delivery) atau lebih familiar dengan bayar ditempat.¹³ Akun Instagram Gg_Golddistro ini mulai bereporasi dari tahun 2020 hingga saat ini, yang dimana terhitung pada saat tahun 2023 akun ini telah memiliki 10.7 ribu pengikut di Instagram dengan 165 postingan yang memuat gambar dan

¹¹ Wahyudin Darmalaksana, "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka Dan Studi Lapangan," *Pre-print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung* (2020), accessed January 2, 2025, <http://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/32855>.

¹² Irwan Abdullah Irwan Abdullah, "Di Bawah Bayang-Bayang Media: Kodifikasi, Divergensi, Dan Kooptasi Agama Di Era Internet," *Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan* 12, no. 2 (December 1, 2017): 116–121.

¹³ COD, yang merupakan singkatan dari Cash on Delivery, dapat diterjemahkan secara sederhana ke dalam bahasa Indonesia sebagai pembayaran dengan uang tunai saat pengantaran. Secara lebih spesifik, Cash on Delivery merujuk pada pembayaran yang dilakukan langsung di tempat saat transaksi dilakukan secara tatap muka. Metode pembayaran COD merupakan salah satu pilihan pembayaran yang umum digunakan dalam bisnis online dan transaksi belanja. Mutia Aprizki Suhardi et al., "Pengenalan Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) Dalam Kegiatan Transaksi Belanja Online Pada Warga Dusun II Desa Sidoluhr," *Jurnal Dehasen Mengabdii* 2, no. 2 (September 24, 2023): 102.

video. Dalam bio instagramnya akun ini telah bereporasi setidaknya di beberapa kota yaitu Jabodetabek, Duri dan Pekanbaru. Dengan banyaknya postingan pada akun instagram Gg_Golddsitro banyak ditemukan hadis-hadis yang digunakan untuk komerliasasi sebagai salah satu cara marketing dan sebagai bentuk pengakuannya sebagai akun jual beli emas antam syari'ah. Dengan banyaknya konten-konten hadis yang dipergunakan, penulis mencoba untuk merangkumnya dalam table dibawah ini.

Table. 1 Tema dan jenis judul konten hadis yang terdapat dalam akun Gd_Goldistro¹⁴

No	Hadis	Judul Konten/ Quotes	Jenis Konten	Tanggal Postingan	Comment dan Like
1	Jual Beli Emas	Cari Keberkahan Dalam Emas	Meme	6 Agustus 2020	379 Like, 4 Komentar
		Apa Itu Transaksi Emas Syari'ah?	Meme	9 Februari 2021	53 Like, 2 Komentar
		Konsep Tunai Dalam Transaksi Emas	Meme	17 Februari 2021	72 Like, 3 Komentar
		Hukum Beli Emas Virtual Antam	Meme	27 Okttober 2021	76 Like, 0 Komentar
		Begini Transaksi Emas Syari'ah	Meme	20 Desember 2021	53 Like, 0 Komentar
		Jual Beli Emas Harus Tunai/ Kontan	Meme	20 April 2022	36 Like, 0 Komentar
		Solusi Jual Beli Emas Online Sesuai	Video Insatgram	30 Juli 2022	47 Like, 0

¹⁴ Gd_Golddistro (@gd_golddistro). Foto dan Vidoe Instagram.

		Syari'at			Komentar
		Yadan Bi Yadin	Meme	12 September 2022	31 Like, 0 Komentar
2	Riba	Mengenal Riba Pada Transaksi Emas	Meme	27 Desember 2020	93 Like, 3 Komentar
		Aturan Jual Beli Komoditi Ribawi	Meme	28 Agustus 2020	26 Like, 0 Komentar
		Mencegah Terjadinya Riba	Meme	18 Juni 2021	45 Like, 3 Komentar
		Cara Terhindar Dari Riba	Meme	20 September 2021	18 Like, 3 Komentar
		Begini Jadinya Jika Mencari Harta Dengan Riba	Meme	1 Oktober 2021	52 Like, 0 Komentar
		Dosa Riba Yang Paling Ringan Seperti Menzinai Ibu Kandung Sendiri	Meme	22 Oktober 2021	18 Like, 0 Komentar
		Tukar Tambah Emas Riba	Meme	27 Oktober 2021	29 Like, 0 Komentar
3	Zakat/Sedekah	Rasulullah Melaknat Pelaku Riba	Meme	30 Juni 2022	36 Like, 0 Komentar
		Jika Emas Adalah Tabungan Duniawi Maka Sedekah Dan	Meme	1 Mei 2021	36 Like, 0 Komentar

		Zakat Adalah Tabungan Akhirat Kita			
		Sedekahmu Tidaklah Mengurangi Jatah Rezekimu	Meme	8 Oktober 2021	11 Like, 0 Komentar
4	Rezeki	Do'a Pembuka Rezeki	Meme dan caption	8 Desember 2022	22 Like, 0 Komentar
5	Takwa	Tidak Apa-apa Menjadi Kaya Asalkan Bertakwa Dan Memiliki Sifat Qona'ah	Meme	23 Maret 2023	15 Like, 1 Komentar

Table diatas menggambarkan bahwa setidaknya terdapat lima jenis tema konten hadis yang penulis temukan dari unggahan akun Gg_Golddistro yang memiliki kecenderungan memiliki pergeseran penggunaan baik dalam bentuk gambar maupun video. Sehingga dengan data diatas pada akun tersebut terdapat beberapa hadis yang dibahas baik itu dari jual beli emas, zakat/sedekah, riba, takwa dan rezeki yang dimana hadis-hadis tersebut mewarnai isi dari konten akun Gg_Golddistro.

Teks hadis dalam pengemasan hadis dalam unggahan instagram Gd_Goldistro

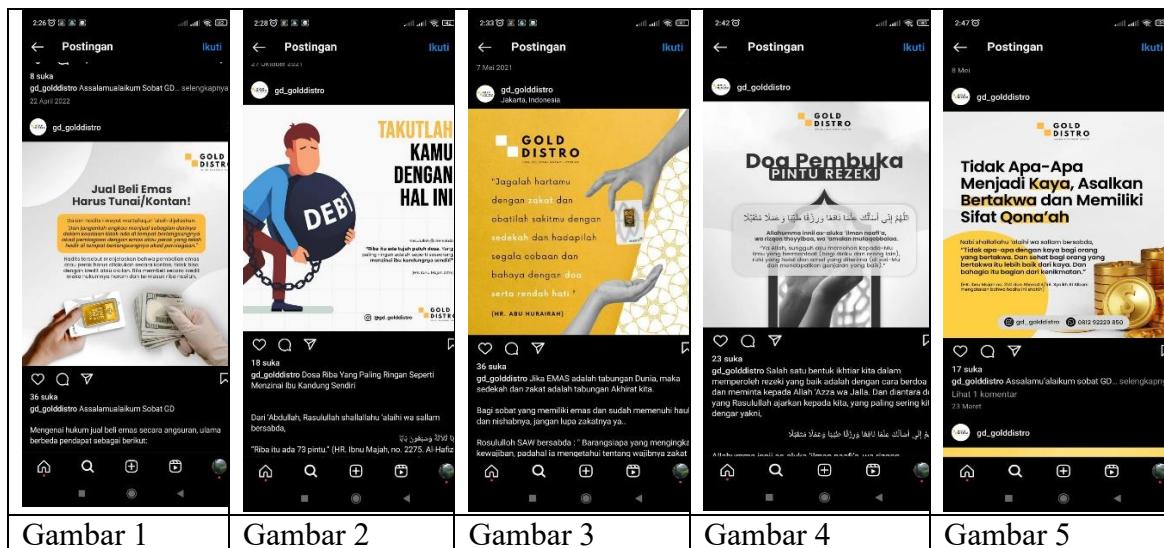
Table. 2 tema dan contoh hadis yang terdapat dalam akun instagram Gd_Goldistro.

NO	Tema Hadis	Konten Hadis	Jenis Konten	Tanggal Postingan
1	Jual Beli Emas	Dalam hadis riwayat muttafaqun ‘alaih dijelaskan: “Dan janganlah engkau menjual sebagian darinya dalam keadaan tidak ada di tempat	Meme	20 April 2022

		berlangsungnya perniagaan dengan emas atau perak yang telah hadir ditempat berlangsungnya akad perniagaan.”		
2	Riba	Rasulullah Saw bersabda “Riba itu ada tujuh puluh dosa. Yang paling ringan adalah seperti seorang yang menzinai ibu kandungnya sendiri” (H.R. Ibnu Majah 2274)	Meme	22 Oktober 2021
3	Zakat/Sedekah	Jagalah hartamu dengan zakat dan obatilah sakitmu dengan sedekah dan hadapilah segala cobaan dan bahaya dengan doa serta rendah hati (H.R. Abu Hurairah)	Meme	1 Mei 2021
4	Rezeki	<p style="text-align: center;">اللَّهُمَّ إِنِّي أَسْأَلُكَ عِلْمًا نَافِعًا، وَرِزْقًا طَيِّبًا، وَعَمَلاً مُتَقَبِّلاً</p> <p>Artinya: “Ya Allah, sungguh aku memohon kepada-Mu ilmu yang bermanfaat (bagi diriku dan orang lain), rizki yang halal dan amal yang diterima (di sisi-Mu dan mendapatkan ganjaran yang baik)” (HR. Ibnu Majah no. 925 dan Ahmad 6: 305, 322. Al-Hafizh Abu Thahir mengatakan bahwa hadis ini shahih).</p>	Meme dan caption	8 Desember 2022
5	Takwa	Nabi Shallahu'alaihi Wassalam bersabda, “Tidak apa-apa kaya bagi orang yang bertakwa. Dan sehat bagi orang yang bertakwa itu lebih baik dari kaya. Dan Bahagia itu bagian dari kenikmatan.” (H.R.	Meme	23 Maret 2023

		Ibnu Majah no. 214 dan Ahmad 4/69. Syaikh al-Albani mengatakan hadis ini shahih)		
--	--	--	--	--

Dalam tabel 2 diatas ini bisa dilihat bahwa terdapat lima tema hadis dengan contoh hadis yang muncul dalam unggahan konten dalam akun Gd_Goldistro yang ditemukan oleh penulis. Jika dilihat dalam unggahan tersebut tidak hanya menggunakan hadis sebagai dakwah saja, melainkan terdapat unsur ideologi untuk melebeli bisnisnya dengan kata syari'ah. Tema-tema hadis yang diangkat pada akun ini tidak sebatas hanya larangan menjual emas secara online aka tetapi terdapat hadis-hadis lainnya seperti hadis zakat, riba, sedakah dan takwa juga tutur menghiasi unggahan yang terdapat dalam akun ini, baik berbentuk foto, video maupun caption. Berikut ini adalah contoh beberapa postingan hadis yang terdapat pada aku Gd_Goldistro.



Dari contoh gambar diatas bisa beberapa unggahan hadis darilima tema yang terdapat dalam unggahan instagram akun Gd_Goldistro yang Dimana hadis yang terdapat tidak hanya terfokus untuk konten saja melainkan juga terdat unsur ideologi unutk melebili bisnis ini kedalam cakupan syariah.

Implikasi dampak pergeseran penggunaan hadis dalam marketing pada akun Gg_Golddistro.

Dalam penggunaan hadis untuk komeriasi marketing pada akun Gg_Golddistro terdapat beberapa dampak yang terlihat sejak awal mulanya dipergunakan pada tahun 2020 sampai sekarang. Dampak ini terlihat baik dari popularitas yang mulai meningkat maupun luasnya jangkaun yang dituju. Akan tetapi dalam beberapa postingan hadis tidak disertainya syarah secara menyeluruh yang dimana harusnya menjadi bagian penting untuk memberi tahu kepada para konsumen. Sehingga dapat membangun kepercayaan konsumen dan menjaga kredibilitas dari emas antam yang dijual pada akun tersebut.

Tidak bisa dipungkiri bahwa dengan majunya era digitalisasi membuat kegiatan aspek kehidupan dipenuhi dengan digitalisasi, hal ini membuat apapun yang kita posting di media sosial dapat mempengaruhi masyarakat. Sehingga penggunaan hadis sebagai komersialisasi di media sosial juga sangat berdampak dikehidupan bermasyarakat. Jika kita lihat pada akun Gg_Golddisrto hadis yang termuat pada postingannya baik itu gambar maupun video tanpa adanya penjelasan yang benar dapat menghasilkan multitafsir oleh pembaca. Sehingga hadis yang disampaikan tidak mempengaruhi dalam konteks global karena pemahaman yang berbeda dari setiap pembaca.

Penggunaan hadis dengan berbagai tema pada akun Gg_Golddistro untuk keperluan pemasaran sebenarnya menunjukkan adanya upaya untuk komodifikasi agama. Hal ini mencerminkan pernyataan yang dinyatakan oleh Irwan Abdullah bahwa agama, yang seharusnya merupakan pengalaman individu, sekarang menjadi terkait dengan dunia bisnis.¹⁵ Implikasi dari penggunaan hadis dalam konten akun Gg_Golddistro dapat dibagi menjadi beberapa aspek yang berikut:

1. Penguatan Bisnis dengan Sentuhan Syar'i:¹⁶ Dalam hal ini, penggunaan hadis bertujuan untuk memberikan kesan bahwa bisnis tersebut beroperasi dengan penuh kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah.

¹⁵ Abdullah, "Di Bawah Bayang-Bayang Media."

¹⁶ mas, "Usaha Berbasis Syariah Mendorong Tumbuhnya Para Pelaku Ekonomi Baru," *LiraNews.Com*, last modified July 21, 2019, accessed January 2, 2025, <https://liranews.com/usaha-berbasis-syariah-mendorong-tumbuhnya-para-pelaku-ekonomi-baru/>.

2. Mendorong Konsumen Muslim: Penggunaan hadis mencoba mendekati dan memenangkan hati konsumen Muslim, dengan menciptakan rasa identitas dan keterkaitan dengan nilai-nilai agama dalam produk atau layanan yang ditawarkan.
3. Mengkomunikasikan Keberkahan dalam Berinvestasi Emas: Dengan merujuk pada hadis, bisnis dapat berusaha menyampaikan pesan bahwa investasi emas melalui mereka membawa keberkahan sesuai dengan ajaran agama.
4. Peningkatan Jangkauan Wilayah: Dengan strategi ini, bisnis berupaya memperluas jangkauan wilayah mereka, mencoba menjangkau konsumen dengan latar belakang agama yang beragam.

Dengan demikian, terlihat bahwa terdapat suatu upaya yang mencerminkan aspek keagamaan dalam penggunaan hadis sebagai alat pemasaran pada akun Gg_Golddistro. Hal ini dapat memiliki dampak yang signifikan pada persepsi dan respons konsumen serta menciptakan daya tarik yang unik dalam lingkungan bisnis mereka. Berikut ini terdapat data penjualan emas pada akun Gd_Goldistro.

Table. 2 jumlah penjualan pada akun Gd_Goldistro tahun 2020-2022.

No	Tahun	Bulan	Jumlah Emas
1	2020	Agustus-Desember	616 Gram
2	2021	Januari-Desember	1.724,5 Gram
3	2022	Januari- November	1.130 Gram

Dari data diatas dilihat bahwasannya penjualan pad akaun Gd_Goldistro mulai mengalami pengingkatan pada tahun 2021 dan jika kita lihat lagi di tabel 1.1 bisa dilihat bahwa pengunggahan konten hadis pada tahun 2021 terbilang cukup banyak melebihi unggahan pada tahun sebelumnya dan sesudahnya. Dengan data diatas ini bisa disimpulkan bahwa unggahan konten hadis sebagai salah satu komersialisasi mengaruhi penjualan pada akun Gd_Goldistro.

Kesimpulan

Era digitalisasi yang berkembang pesat, media sosial telah menjadi lebih dari sekadar sarana komunikasi, melainkan juga platform untuk kegiatan bisnis. Salah satu tren dalam strategi pemasaran di media sosial adalah penggunaan hadis sebagai bagian dari konten

komersialisasi, seperti yang terlihat dalam akun Gd_Goldistro yang menjual emas antam secara syar'i.

Dari hasil penelitian, terlihat bahwa penggunaan hadis dalam konten pemasaran tersebut memiliki dampak positif terhadap popularitas dan penjualan. Akun Gd_Goldistro berhasil menarik perhatian konsumen dengan menyajikan produknya dalam konteks nilai-nilai agama Islam. Meskipun demikian, terdapat catatan bahwa beberapa postingan hadis mungkin perlu disertai dengan penjelasan yang lebih rinci untuk membangun kepercayaan konsumen. Dalam konteks lebih luas, penggunaan hadis untuk komersialisasi mencerminkan adanya upaya komodifikasi agama dalam bisnis. Ini dapat memiliki implikasi yang kompleks, seperti penguatan citra bisnis dengan sentuhan syar'i, peningkatan daya tarik terhadap konsumen Muslim, dan kontestasi dengan bisnis non-syar'i.

Selain itu, data penjualan menunjukkan bahwa penggunaan hadis sebagai strategi pemasaran telah berkontribusi pada peningkatan penjualan emas antam pada akun Gd_Goldistro. Ini menunjukkan bahwa pendekatan pemasaran dengan memasukkan nilai-nilai agama dapat menjadi faktor penentu keberhasilan dalam bisnis, terutama di pasar yang didominasi oleh konsumen Muslim. Namun, perlu diingat bahwa penggunaan hadis dalam konteks pemasaran juga dapat menimbulkan multitafsir oleh pembaca dan memerlukan tanggung jawab lebih lanjut dari pihak bisnis untuk memberikan penjelasan yang jelas dan komprehensif. Dengan demikian, penggunaan hadis dalam pemasaran di media sosial memunculkan pertanyaan etis dan tanggung jawab bisnis terkait dengan cara informasi keagamaan disampaikan kepada konsumen

DAFTAR PUSTAKA

https://www.instagram.com/gd_golddistro?igsh=ajFoYXBmeXNvYWxw

https://instagram.com/gd_golddistro?igshid=OGQ5ZDc2ODk2ZA==

Abdullah, Irwan Abdullah Irwan. "Di Bawah Bayang-Bayang Media: Kodifikasi, Divergensi, Dan Kooptasi Agama Di Era Internet." *Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan* 12, no. 2 (December 1, 2017): 116–121.

Batu, Anugrah Eran. "Komodifikasi Agama Di Sosial Media : Penggunaan Hadis Untuk Marketing Di Instagram Pada Akun HF Gold Puzzle." *Jalsah : The Journal of Al-quran and As-sunnah Studies* 4, no. 1 (April 30, 2024): 1–30.

Darmalaksana, Wahyudin. "Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka Dan Studi Lapangan." *Pre-print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung* (2020). Accessed January 2, 2025. <http://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/32855>.

Elis Mila Rosa, NIM : 20205032036. "Representasi Pemaknaan Hadis Di Media Sosial (penggunaan Hadis Untuk Marketing Di Instagram)." Masters, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2023. Accessed January 2, 2025. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/56865/>.

Irfa' Amalia, S. H. "Komodifikasi Ajaran Al-Qur'an Dan Hadis Pada Online Shop Pakaian Muslim Di Instagram." Masters, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA, 2022. Accessed January 2, 2025. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/53957/>.

Jaya, Septi Aji Fitra. "Al-Quran Dan Hadis Sebagai Sumber Hukum Islam." *Indo-Islamika* 9, no. 2 (2019): 204–216.

mas. "Usaha Berbasis Syariah Mendorong Tumbuhnya Para Pelaku Ekonomi Baru." *LiraNews.Com*. Last modified July 21, 2019. Accessed January 2, 2025. <https://liranews.com/usaha-berbasis-syariah-mendorong-tumbuhnya-para-pelaku-ekonomi-baru/>.

Munirah. "Penggunaan al-Qur'an dan Hadis di Balik Komersialisasi Thibbun Nabawi di Media Sosial." *Al-izzah: Jurnal-jurnal hasil penelitian* 18, no. 1 (2023).

Rizaldi, Muh. "Komodifikasi Hadis Hijrah dalam Akun Media Sosial Komunitas Kajian Musawarah." *Al-Bayan: Journal of Hadith Studies* 2, no. 1 (July 21, 2023): 25–50.

S, Susanti Agustina. "Media Sosial, Tak Sekadar Jaringan Pertemanan." *kompas.id*. Last modified June 17, 2020. Accessed January 2, 2025. <https://www.kompas.id/baca/riset/2020/06/17/media-sosial-tak-sekadar-jaringan-pertemanan>.

Suhardi, Mutia Aprizki, M. Rahman Febliansa, Anzori Anzori, and Eska Prima Monique Damarswi. "Pengenalan Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) Dalam Kegiatan Transaksi Belanja Online Pada Warga Dusun II Desa Sidoluher." *Jurnal Dehasen Mengabdi* 2, no. 2 (September 24, 2023): 101–106.

Z, Hari Putra. "Komodifikasi Hadis Hijrah Fest (Studi Kasus Instagram Hijrah Fest)." masterThesis, Fakultas Ushuluddin UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2021. Accessed January 1, 2025. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/58541>.