

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Halal *lifestyle* telah berkembang pesat di negara mayoritas Muslim. Produk dan layanan yang bersertifikat halal telah mencakup berbagai aspek kehidupan mulai dari makanan, kosmetik, hingga pariwisata.³ Menurut penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Noor dkk, mengatakan bahwa hampir dari 95% gaya hidup generasi Z dipengaruhi oleh teknologi sehingga mereka memiliki kesadaran terhadap kepedulian sosial, kesehatan yang bersifat personal.⁴ Oleh karena itu, hadirnya gerakan hidup halal akan berpengaruh positif terhadap pembelian produk sebab, gaya hidup merupakan kebutuhan seorang muslim dan meningkatkan minat mereka terhadap produk halal yang bersifat keberlanjutan dan inklusi.

Dalam Islam, konsep gaya hidup halal merujuk pada sesuatu yang diperbolehkan atau diizinkan oleh Allah SWT. Dalam konteks produk, halal berarti produk tersebut tidak mengandung bahan-bahan yang haram atau dilarang oleh syariat Islam.⁵ Sebagaimana yang disebutkan dalam Al-Qur'an "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi. Janganlah mengikuti langkah-langkah seran karena seran adalah musuh yang nyata bagimu" Qs. Al-Baqarah [2]:168 dan pada hadis Nabi:

إن الله طيب لا يقبل إلا طيباً، وإن الله أمر المؤمنين بما أمر به المرسلين

“Wahai sekalian manusia, sesungguhnya Allah itu Mahabaik dan tidak menerima kecuali yang baik. Dan sesungguhnya Allah

³ Khairul Hafiz, 'Analisis Proses Bisnis Sertifikasi Halal Di Era Baru Sertifikasi Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal', *Jimps: Scientific Journal Of History Education And Social Studies*, 8.4 (2023) <<https://doi.org/10.24815/jimps.v8i4.26972>>.

⁴ Mohammad Noor Khairullah, Sukma Irdiana, And Kuniawan Yunus Ariyono, 'Dampak Perilaku Gaya Hidup Halal Dalam Meningkatkan Minat Membeli Produk Halal Bagi Generasi Z', *JEMBA: Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3.3 (2024), 207–18 <<https://bajangjournal.com/index.php/JEMBA/Article/View/7895>>.

⁵ Muhammad Suhadi And Azis Muslim, 'Islam Dan Produk Halal: Muslimah, Komodifikasi Agama Dan Konsolidasi Identitas Keagamaan Di Indonesia', *Profetika: Jurnal Studi Islam*, 23.1 (2021), 164–76 <<https://doi.org/10.23917/Profetika.V23i1.18082>>.

memerintahkan kepada orang-orang mukmin sebagaimana Ia memerintahkan kepada para rasul”⁶

Melalui ayat dan redaksi hadis di atas, Dalam memilih makanan, Islam memerintahkan untuk memilih yang halal dan *thayyib*. Kehalalan makanan dilihat dari beberapa aspek, seperti cara memperolehnya yang halal dan zat/bahan dasarnya yang halal.⁷ Dalam Islam, pada dasarnya semua benda di alam boleh dikonsumsi kecuali beberapa yang diharamkan oleh Al-Qur'an, seperti tumbuhan yang diharamkan dalam al-qur'an dan hewan yang tidak disembelih sesuai syariat. Sesuatu yang diharamkan tersebut meliputi bangkai, darah, daging babi, hewan yang disembelih atas nama selain Allah, dan hewan yang mati tercekik, yang dipukul, atau yang diterkam oleh binatang buas kecuali sempat disembelih. Adapun bahan-bahan lain yang dilarang oleh syariat Islam adalah *khamr*.⁸

Kemudian halal dalam proses produksi atau pengolahan yang dilakukan dengan cara yang *Higienis*, dan suci serta tidak melibatkan yang haram atau dilarang oleh syariat Islam.⁹ Selain itu, Makanan yang halal dan *thayyib* harus memenuhi kriteria seperti proses pengemasan yang halal dan higienis, kualitas makanan yang baik dan segar, kandungan nutrisi yang berguna bagi tubuh, serta keamanan dari bahan berbahaya dan kontaminasi. Dengan mempertimbangkan aspek-aspek tersebut, seorang muslim dapat memastikan bahwa makanan yang dikonsumsi sesuai dengan ajaran Islam dan baik untuk kesehatan.¹⁰ Berdasarkan hal tersebut, konsep makanan halal

⁶ Abu Husein Muslim Bin Al- Hajjaj Al Qusyairi, *Shahih Muslim*, Ed. By Muhammad Fuad Abdul Baqi, 5th Edn (Beirut: Issa Al- Babi Al- Halabi Press, 1955). HR. Muslim, *Shahih Muslim*, Kitab *Al-Zakah*, Bab *Qabul Al-Sadaqah Min Al-Kasb Al-Tayyib Wa Tarbiyatiha*, No. 1015.

⁷ Fajar Ahmad, ‘Konsep Halal Dan Thayyib Dalam Produksi Dan Konsumsi: Kajian Sistem Ekonomi Islam’, *JEBESH: Journal Of Economics Business Ethic And Science Histories*, 2.4 (2024) <<https://www.jurnalhamfara.ac.id/index.php/ary/article/view/692>>.

⁸ Miswanto, ‘Konsep Nilai/Norma Halal, Haram, Haq, Bathil, Khair, Syarr, Hasanah, Saiyyiah, Shalih, Dan Fasid’, *Arriyadhah: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 19.2 (2022) <<https://jurnalstaiibnusina.ac.id/index.php/ary/article/view/128>>.

⁹ Imam Azis Syaifullah, Akhmad Sulthoni, And Akhmadiyah Saputra, ‘Konsep Makanan Halal, Thayyib, Dan Haram Dalam Al-Qur'an Menurut Tafsir Asy-Sya'rawi', *Ushuly: Jurnal Ilmu Ushuluddin*, 4.1 (2025), 21–41 <<https://doi.org/10.52431/Ushuly.V4i1.2998>>.

¹⁰ Ahmad Mudakir, Ahmad Muttaqin, and Muhammad Fadhli Muttaqien, ‘Reinterpretasi Konsep Halal: Analisis Semantik Kata Halal Dalam Wawasan Al-Qur'an’, *Pappasang: Jurnal Studi AlQuran- Hadis Dan Pemikiran Islam*, 6.2 (2024), 336–65 <<https://doi.org/10.46870/jiat.v6i2.1081>>.

diperoleh dari sumber yang halal dan sesuai dengan ajaran Islam, seperti hasil usaha yang sah, bukan dari cara-cara yang haram seperti mencuri atau menipu.

Sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki kebutuhan yang tinggi akan produk makanan dan minuman yang bersertifikat halal, sesuai dengan prinsip ajaran Islam. Menurut Suha Srihandayani Pengembangan kesadaran nasional tentang pentingnya Sertifikat Halal di Indonesia masih perlu ditingkatkan sebab masih terjadi stagnasi dalam aturan validasi halal menunjukkan perlunya gerakan nasional untuk memastikan perlindungan hak warga negara terkait konsumsi produk halal, terutama pada pangan, obat-obatan, dan kosmetik.

¹¹ Faktor-faktor seperti pengetahuan halal, partisipasi dalam acara terkait halal, serta efisiensi proses sertifikasi halal dapat mempengaruhi kesadaran masyarakat akan pentingnya produk halal.¹²

Selanjutnya, dalam menyikapi fenomena tersebut sebuah komunitas dalam akunnya @halalcorner berusaha menghadirkan gerakan halal *lifestyle* melalui media sosial dengan memanfaatkan hadis-hadis sebagai tren terkait halal *lifestyle* dan upaya sebuah komunitas dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya mematuhi prinsip halal yang sesuai syariat islam dikehidupan sehari-hari melalui postingan *instagram*.¹³ Hadis digunakan sebagai kutipan inspiratif dalam bentuk foto dengan desain menarik, menyampaikan pesan, nasihat, atau argumen tentang kehidupan sehari-hari berdasarkan ajaran Islam. Halal Corner hadir sebagai sumber informasi edukasi halal, meliputi yang pertama, mengupas titik kritis halal. Kedua produk bersertifikat halal, dan yang ketiga proses sertifikasi halal.

¹¹ Suha Sri Handayani and others, 'Evaluasi Program Sertifikasi Halal', *Jurnal Ilmiah Multidisipin*, 3.2 (2025), 66–71 <<https://doi.org/10.60126/jim.v3i2.846>>.

¹² Rido Nugraha, 'Analisis SWOT Terhadap Urgensi Sertifikasi Halal Sebagai Preserensi Konsumen Muslim', *AMAL: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6.1 (2024), 79–88 <<https://doi.org/10.33477/eksy.v6i1.7280>>.

¹³ Budi Suryowati And Nurhasanah Nurhasanah, 'Label Halal, Kesadaran Halal , Religiusitas Dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal', *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 9.01 (2020), 11–20 <<https://ejurnal.swadharma.ac.id/index.php/Kompleksitas/Article/View/17>>.

Perkembangan teknologi memungkinkan penyebaran hadis dan pembelajaran agama menjadi lebih mudah diakses melalui media sosial, aplikasi, dan konten digital lainnya, menjadikan deklarasi lebih efektif dan luas jangkauannya.¹⁴ Halalcorner seringkali mengunggah konten seputar produk dan layanan halal di berbagai bidang meliputi makanan, kosmetik, dan produk-produk yang dianggap belum layak bersertifikat halal serta isu-isu terkini tentang gaya hidup halal yang sedang hangat diperbincangkan. Dalam unggahannya Halalcorner sering menuliskan penjelasan dan komentarnya berupa slide poster yang kemudian penjelasan tersebut merujuk kepada hadis yang dicantumkan diakhir slide, sehingga menjadi pengingat bahwa unggahan tersebut berdasarkan sumber hukum yang sesuai syariat islam.

Selain itu, unggahan HalalCorner mendapat banyak interaksi dari followers yang aktif merespon dan menginterpretasikan konten yang disajikan sesuai pemahaman mereka. Menurut Dafrizal Samsudin, Content creator harus kreatif dalam menyajikan konten hadis agar menarik dan dapat memikat audiens untuk membacanya, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Content creator sebagai da'i harus memastikan keakuratan dan kredibilitas informasi hadis yang disampaikan, serta memahami konteks dan makna yang sebenarnya untuk menghindari penyebaran informasi yang menyesatkan.¹⁵ Di samping itu, menurut Raegil hadirnya wacana hadis media sosial juga menuntut masyarakat untuk memiliki pengetahuan tentang pemahaman hadis sehingga tidak menimbulkan pemahaman keagamaan yang terkesan instan.¹⁶

¹⁴ Maulana Wahyu Saefudin, Agus Suyadi Raharusun, And Muhamad Dede Rodliyana, 'Konten Hadis Di Media Sosial: Studi Content Analysis Dalam Jejaring Sosial Pada Akun Lughoty.Com, @Risalahmuslimid, Dan @Thesunnah_Path', *Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin*, 2.1 (2022), 19–49 <<https://doi.org/10.15575/jpiu.13580>>.

¹⁵ Dafrizal Samsudin And Indah Mardini Putri, 'Etika Dan Strategi Komunikasi Dakwah Islam Berbasis Media Sosial Di Indonesia', *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7.2 (2023), 125 <<https://doi.org/10.32332/Ath-Thariq.V7i2.7474>>.

¹⁶ Raegil Albert Setiawan, 'Resepsi Hadis Pada Platfrom Media Sosial: Studi Kritis Tantangan Penyebaran Dan Interpretasi Hadis Di Era Digital', *Musnad : Jurnal Ilmu Hadis*, 2.1 (2024), 305 <<https://doi.org/10.56594/musnad.v2i1.316>>.

Teun Van Dijk yang dikutip dalam bukunya berjudul *Discourse and Communication: New Approaches To The Analysis Of Mass Media Discourse And Communication*, mewarkan sebuah pendekatan tentang pemahaman konten hadis yang ada di media sosial. Teun Van Dijk menyatakan bahwa analisis wacana di media sosial tidak hanya melibatkan fenomena, ideologi dan fenomena yang terjadi dalam budaya masyarakat namun juga melibatkan analisis teks dan konteks.¹⁷ Dalam konsep pemahaman teksnya menyuguhkan sebuah pendekatan tentang analisis wacana kritis yakni sebuah pendekatan yang dapat digunakan sebagai rujukan audiens dalam memahami, menganalisis dan menilai sebuah kemanfaatan dari pesan pesan dakwah.¹⁸ Analisis ini tidak hanya tentang sebuah narasi dan teks namun juga menganalisis makna dan konteks sosial dari pesan dakwah terhadap audiens. Melalui analisis ini peneliti dapat melakukan analisis pesan yang tersirat dalam akun media sosial halal corner.

Berdasarkan hal tersebut, terdapat dua hal yang menjadi asumsi dasar dalam penelitian ini: Pertama, akun Instagram @halalcorner menggunakan strategi wacana kritis untuk mempromosikan gaya hidup halal dan membentuk persepsi audiens terhadap konsep halal, khususnya dalam konteks gaya hidup makanan halal dan thayyib. Artinya, akun ini tidak hanya menyampaikan informasi keagamaan secara normatif, tetapi juga secara aktif mengonstruksi makna halal sebagai gaya hidup modern yang terintegrasi dengan kesadaran konsumsi yang sehat, bersih, dan bernilai spiritual. Melalui penggunaan bahasa persuasif dan strategi komunikasi yang efektif, @halalcorner membangun persepsi positif tentang pentingnya mengonsumsi makanan yang tidak hanya halal secara hukum, tetapi juga *thayyib* yakni baik dari sisi kebersihan, gizi, dan kebermanfaatan.

¹⁷ Teun A. van Dijk, *Discourse and Communication: New Approaches To The Analysis of Mass Media Discourse And Communication*, 2nd edn (Berlin: Walter de Gruyter, Berlin New York, 1985).

¹⁸ I Nyoman Yasa, *Teori Analisis Wacana Kritis*, ed. by Slamet Trisilia, *Pustaka Larasan*, 1st edn (Denpasar: Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja, 2021).

Kedua, konten yang disajikan di akun @halalcorner tidak hanya sekedar informasi tentang produk halal, tetapi juga tentang membangun narasi atas identitas dan nilai-nilai Islam yang dapat membentuk persepsi dan perilaku audiens. Artinya, akun @halalcorner tidak hanya mempromosikan produk halal, tetapi juga Membangun narasi tentang identitas Islami, Menampilkan nilai-nilai Islami dalam kontennya, dan Berusaha membentuk persepsi dan perilaku audiens agar sesuai dengan nilai-nilai Islami. Dengan demikian berdasarkan dua asumsi tersebut peneliti tertarik lebih dengan analisis pemanfaatan media sosial sebagai bentuk gerakan gaya hidup halal dengan judul **“Syarah Hadis Media Sosial : Analisis Wacana Kritis Gerakan Halal *lifestyle* Pada Akun Instagram @halalcorner ”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti merumuskan dua rumusan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana narasi gerakan halal *lifestyle* melalui syarah hadis nabi oleh akun *instagram* @halalcorner?
2. Bagaimana konstruksi wacana gerakan halal *lifestyle* pada akun *instagram* @halalcorner ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas tujuan dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mendeskripsikan narasi gerakan halal *lifestyle* melalui Syarah hadis nabi oleh akun *instagram* @halalcorner.
2. Untuk mengetahui konstruksi wacana gerakan halal *lifestyle* pada akun *instagram* @halalcorner.

D. Tinjauan Pustaka

Penelitian hadis di beberapa tahun terakhir terlihat sangat beragam, hal tersebut telah menunjukkan bahwa teknologi digital dapat menjadi sarana yang efektif untuk mempromosikan kesadaran dan pemahaman tentang hadis di kalangan masyarakat. Berikut ini akan disajikan beberapa penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti terdahulu.

Penelitian pertama oleh Miftakhul Khasanah yang berjudul “Peranan Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Halal dalam Membangun Kesadaran Halal”.¹⁹ Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui perilaku masyarakat terkait pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi dan pengetahuan tentang halal serta peran media sosial dan fungsinya sebagai agen sosialisasi untuk mentransfer pengetahuan dan informasi tentang halal serta membangun kesadaran halal di masyarakat. Penelitian ini dilakukan dengan studi Netnografi. Netnografi merupakan pendekatan interpretatif untuk mempelajari perilaku konsumen dari berbagai budaya dan masyarakat di dunia maya atau Internet. Pendekatan ini disebut juga sebagai "etnografi digital" atau "etnografi virtual". Penelitian ini menggunakan akun komunitas virtual 'halal corner' sebagai objek studi dan sumber data untuk mengamati proses transfer informasi dan pengetahuan halal dalam membentuk kesadaran halal di masyarakat. Dan temuan pada penelitian tersebut bahwa media sosial berperan sebagai agen sosialisasi halal dan berperan dalam membentuk kesadaran halal masyarakat Muslim.

Penelitian kedua, penelitian yang berjudul “Konten Hadis di Media Sosial: Studi Content Analysis dalam Jejaring Sosial” yang ditulis oleh Maulana Wahyu Saefudin dkk,²⁰ menemukan bahwa tidak semua konten hadis di media sosial memiliki kelengkapan struktur hadis yang baik. Namun, penelitian ini juga menunjukkan bahwa konten hadis pada akun media sosial tertentu dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman

¹⁹ Miftakhul Khasanah, ‘Peranan Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Halal Dalam Membangun Kesadaran Halal: Studi Netnografi’, *Al-Tijary*, 5.2 (2020), 139–57 <<https://doi.org/10.21093/at.v5i2.2116>>.

²⁰ Saefudin, Raharusun, And Rodliyana.

masyarakat tentang hadis. Artinya, meskipun ada kekurangan dalam struktur hadis seperti sanad matan dan perawi yang jelas, konten hadis di media sosial masih dapat bermanfaat jika disajikan dengan baik dan dapat membantu masyarakat memahami hadis dengan lebih baik.

Penelitian ketiga dengan judul “Kajian Hadis di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual Hadis "Bukan Perangai Seorang Mu'min" pada Akun Instagram @Rabithah_Alawiyah oleh Holifia Mawardah.²¹ Penelitian berjenis Tesis ini menganalisis bagaimana kajian hadis dilakukan di era digital dan bagaimana penyajian hadis pada akun Instagram @Rabithah_Alawiyah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kajian hadis di era digital dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi penunjang seperti HadisSoft dan Al Maktabah Shamilah. Penyajian hadis pada akun Instagram @Rabithah_Alawiyah dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang hadis.

Penelitian keempat, “Tafsir Audiovisual: Analisis Epistemologi Penafsiran Ustaz Adi Hidayat pada Channel YouTube Adi Hidayat Official” oleh Alif Fia Nur Jana.²² Penelitian ini menggunakan pendekatan etnografi virtual untuk menganalisis bagaimana Ustaz Adi Hidayat melakukan penafsiran Al-Qur'an di media YouTube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penafsiran Ustaz Adi Hidayat termasuk dalam kategori tafsir bi al-ma'tsur dan tafsir bi al-ra'yi. Analisis epistemologi menunjukkan bahwa penafsiran Ustaz Adi Hidayat dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang Al-Qur'an.

Penelitian selanjutnya oleh Estidamayanti dengan judul “Analisis Resepsi Khalayak Instagram @halalcorner Terhadap Unggahan Konten Halal Lifestyle.²³ Dalam penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui

²¹ Holifia Mawardah, ‘Kajian Hadis Di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual Hadis “Bukan Perangai Seorang Mu'min” Pada Akun Instagram @Rabithah_Alawiyah’ (UIN KH Achmad Siddiq Jember, 2023) <<http://digilib.uinkhas.ac.id/id/eprint/31870>>.

²² Alif Fia Nur Jana, ‘Tafsir Audiovisual: Analisis Epistemologi Penafsiran Ustaz Adi Hidayat Pada Channel Youtube Adi Hidayat Official’ (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2024) <[Http://Etheses.Uin-Malang.Ac.Id/Id/Eprint/64918](http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/64918)>.

²³ Esti Damayanti, ‘Analisis Resepsi Khalatak Instagram @halalconer Terhadap Unggahan Konten Halal Lifestyle’ (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2024).

resepsi khalayak dan memberikan gambaran bagaimana konten tentang gaya hidup halal diterima dan diinterpretasikan. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan analisis resepsi Stuart Hall. Penelitian ini diwakilkan oleh lima Informan yang diambil dari followers yang aktif berinteraksi dan berkomentar pada unggahan akun *Instagram @halalcorner* dengan latar belakang yang berbeda untuk mendapatkan data yang representatif.

Hasil dari penelitian ini terdapat dua informan yang masuk kedalam kategori dominant reading, tiga informan lainnya masuk ke dalam kategori negotiated reading dan tidak ditemukan informan dalam kategori oppositional reading. Penelitian ini membuktikan teori pendapat Stuart Hall bahwa posisi negosiasi merupakan respon yang kerap diambil oleh audiens. Setiap audiens menginterpretasikan pesan yang diterima secara berbeda. tidak semua informan sepenuhnya setuju atau menolak pesan halal *lifestyle* yang disampaikan oleh Halal Corner. Kemudian setelah meneliti kajian terdahulu peneliti belum menemukan kajian penelitian yang berbasis hadis yang mana dalam penelitian ini nantinya akan berfokus pada wacana gerakan halal *lifestyle* hadis yang menjadi objek peneliti yaitu akun *instagram @halalcorner* dengan gerakan halal *lifestyle*.

E. Penegasan Istilah

1. Syarah Hadis

Syarh Hadis merupakan salah satu cabang ilmu Hadis yang berfungsi untuk menjelaskan dan menginterpretasikan makna dan arti dari Hadis.²⁴ Tujuan dari Syarh Hadis adalah untuk memperjelas dan memperdalam pemahaman tentang Hadis, sehingga umat Muslim dapat memahami dan mengamalkan Hadis dengan lebih baik. Dalam melakukan Syarh Hadis, para ulama menggunakan beberapa metode, seperti memahami konteks sejarah dan budaya saat Hadis itu

²⁴ Dzulkifli Hadi Irnawan, *Pengantar Ringkas Memahami Ilmu Hadis*, Ed. By Dzulkifli Hadi Irnawan, 1st Edn (Yogyakarta: DIVA Press, 2021).

disampaikan, memahami bahasa dan istilah yang digunakan, serta membandingkan Hadis itu dengan Hadis lain yang terkait.²⁵ Dengan demikian, Syarah Hadis dapat membantu umat Muslim untuk memahami Hadis dengan lebih akurat dan tepat, serta dapat menghindari kesalahpahaman dan penafsiran yang salah.

2. Syarah Hadis Media sosial

Di masa lalu, akses terhadap hadis jauh lebih sulit dibandingkan dengan era modern saat ini, karena hadis memerlukan waktu lama untuk dihimpun sejak zaman Nabi.²⁶ Hal tersebut menyebabkan adanya faktor-faktor seperti penambahan, pengurangan, variasi kitab hadis, periwayatan makna (*riwayah bil ma'na*), dan konteks situasi membuktikan bahwa hadis memiliki keterkaitan yang kuat dengan ruang dan waktu tertentu.²⁷ Oleh karena itu, hadis sebagai teks agama utama tidak terlepas dari konteks sosial dan teknologi yang berkembang. Interaksi antara hadis dan berbagai aspek kehidupan tidak dapat dihindari, sehingga fenomena baru terus muncul.

Media sosial yakni platform atau aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan berkomunikasi dengan orang lain melalui internet. Dalam konteks hadis media sosial, hadis dapat dipahami sebagai panduan untuk berinteraksi dengan bijak dan bertanggung jawab di dunia maya dapat diterapkan dalam interaksi online untuk membangun komunitas yang positif dan harmonis.²⁸ Dengan memahami dan mengamalkan hadis dalam konteks media

²⁵ Abdul Majid Khon, *Takhrij & Metode Memahami Hadis*, ed. by Nur Laily Nusroh, 1st edn (Jakarta: Amzah, 2014).

²⁶ Bahosin Sihombing, Muhammad Fitriyadi, and Yuliharti Yuliharti, 'Hadits Dalam Tinjauan Historis', *Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, 2.1 (2023), 244–58 <<https://doi.org/10.58561/jkpi.v2i1.58>>.

²⁷ Junaid bin Junaid and Muh. Nasruddin A, 'Historisitas Perkembangan Hadis (Dari Periode Klasik Hingga Kontemporer)', *CARITA: Jurnal Sejarah Dan Budaya*, 2.2 (2024), 146–58 <<https://doi.org/10.35905/carita.v2i2.7135>>.

²⁸ Perdana Putra Pangestu, 'Efektivitas Dakwah Hadis Dalam Media Sosial: Analisis Atas Teori Framing Robert N. Entman', *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 6.1 (2021), 67 <<https://doi.org/10.29240/jdk.v6i1.2958>>.

sosial, seseorang dapat meningkatkan kesadaran dan etika dalam menggunakan teknologi digital, sehingga dapat membawa manfaat bagi diri sendiri dan masyarakat.

3. Analisis Wacana Kritis

Teori wacana adalah upaya untuk memahami bagaimana peristiwa bahasa terbentuk, seperti kalimat atau pernyataan, dengan mempelajari struktur pesan dan fungsi bahasa dalam komunikasi.²⁹ Analisis wacana berakar dari pemahaman bahwa komunikasi melibatkan lebih dari sekedar kalimat dan tidak hanya terbatas pada fungsi ucapan, tetapi juga mencakup struktur pesan yang lebih kompleks yang disebut wacana. Karakter analisis wacana mencakup pemahaman tentang penggunaan bahasa dalam masyarakat, makna dalam konteks, dan penggunaan bahasa yang fungsional dalam komunikasi. Analisis wacana lebih dari sekedar analisis konten, karena berfokus pada interpretasi dan pemaknaan teks untuk memahami makna yang terkandung di dalamnya.

4. Gerakan Halal *Lifestyle*

Gerakan Halal *Lifestyle* adalah sebuah gerakan yang mendorong individu untuk menjalani gaya hidup yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, khususnya dalam hal konsumsi dan perilaku sehari-hari. Gerakan Halal *Lifestyle* bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat akan pentingnya menjalani gaya hidup yang halal.³⁰ Selain itu, gerakan ini juga mendorong individu untuk mengadopsi gaya hidup yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dengan demikian, diharapkan dapat terbentuk komunitas yang saling mendukung dan mempromosikan gaya hidup yang halal.

5. Akun *Instagram* Halal Corner

²⁹ Unidad Metodología D E Conocimiento D E Los, Dewi Ratnaningsih *Analisis Wacana Kritis Sebuah Teori Dan Implementasi*.

³⁰ Ikhsan Ahmad, Dody S Truna, And Ahmad Gibson, 'Global Halal Lifestyle : Transformasi Spiritual Concern Kepada Healthy And Quality Concern Dalam Agama Digital', *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 15.2 (2024) <<https://doi.org/10.31506/Jrk.V15i1.29130>>.

Istilah "Halal Corner" merujuk pada akun *Instagram* yang mempromosikan gaya hidup halal dan menyediakan informasi tentang produk dan jasa yang halal. "Halal *Lifestyle*" merujuk pada gaya hidup yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, termasuk konsumsi produk dan jasa yang halal, serta perilaku yang baik dan sopan. "Gerakan Halal *Lifestyle*" merujuk pada upaya untuk mempromosikan dan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya gaya hidup halal di kalangan masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, akun *Instagram* Halal Corner digunakan sebagai sumber data untuk memahami bagaimana gerakan halal *lifestyle* dipromosikan dan diterima oleh masyarakat. Gaya hidup halal dipahami sebagai gaya hidup yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, dan promosi halal *lifestyle* merujuk pada upaya untuk mempromosikan dan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya gaya hidup halal di kalangan masyarakat melalui akun *Instagram* Halal Corner. Dengan demikian, penelitian ini dapat memahami bagaimana gerakan halal *lifestyle* dipromosikan dan diterima oleh masyarakat melalui media sosial.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan pendekatan pendekatan

Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif dengan metode etnografi virtual.³¹ Etnografi virtual merupakan pendekatan (metode) baru dalam melihat budaya di dunia virtual. Sebuah realitas budaya melalui etnografi virtual setidaknya bisa mendeskripsikan perangkat dan konten yang dibangun, juga melihat bentuk (form) media sosial, apa yang membawa (site) dan yang tampak dari yang disampaikan (surface). Karena itu, secara sederhana etnografi virtual bisa didefinisikan sebagai metode etnografi yang digunakan untuk mengungkap realitas, baik yang tampak maupun tidak.

³¹ Bayu Indra Pratama, *Etnografi Dunia Maya Internet*, Ed. By Tim UB Press, 1st Edn (Malang: UB Press, 2017).

serta menggunakan teori pendekatan analisis wacana kristis Van Dijk.³² Menurut Van Dijk penelitian atas wacana kritis tidak cukup hanya didasarkan pada teks semata, karena teks hanya hasil dari praktek produksi yang harus diamati. Dimana jenis ini untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian misalnya persepsi, motivasi, dan lain-lain dengan cara deskripsi dalam bentuk kata kata dan bahasa dalam suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Menggunakan jenis ini untuk melakukan penelitian berupa teks, gambar, dan vidio dan sebagainya untuk memahami ideologi dan makna suatu konteks sosial tertentu

2. Subjek dan Objek penelitian

Subyek penelitian dapat didefinisikan sebagai suatu benda, manusia, maupun hal seperti organisasi atau lembaga yang dalam dirinya melekat sesuatu hal atau terkandung objek penelitian yang sedang dipermasalahkan. Usman dan Purnomo menjelaskan dalam bukunya yang berjudul Metodologi Penelitian Sosial, bahwa subyek hanya sumber yang dapat memberikan informasi atau referensi yang relevan saja, yang berupa peristiwa, situasi, serta manusia yang Ingin diteliti. Responden yang dapat dijadikan subyek atau sampel terkadang juga dapat menunjukkan orang lain yang relevan untuk mendapatkan data yang diinginkan, demikian juga seterusnya, sehingga subyek atau sampel dapat terus bertambah atau bisa disebut dengan snowball sampling.³³

Berdasarkan hal tersebut menjelaskan bahwa subyek disini tidak hanya terpaku pada atau pelaku utama atau satu informan saja yang dapat dijadikan sumber penelitian. Namun juga dapat bertambah, sebab data data penelitian juga dapat diperoleh dari karya ilmiah yang

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV Alfabeta, 2017).

³³ Andi Prastowo, *Memahami Metode-Metode Penelitian* (Yogyakarta: Anuzz Media, 2016).

mungkin sudah pernah ditulis oleh orang lain, yang mana hal itu mempunyai kemiripan dengan penelitian yang akan ditulis. Oleh karena itu, subyek penelitian ini sebenarnya dapat diperoleh dari banyak informan. Dalam subyek penelitian terdapat dua jenis, yaitu subyek primer dan subyek sekunder. Subyek primer merupakan pelaku atau informan pertama yang dapat dijadikan sumber penelitian. Sedangkan subyek sekunder adalah pelaku pendukung yang dapat dijadikan pendukung serta untuk memperkuat data yang sudah diperoleh dari subyek primer.³⁴

Subyek penelitian dalam penelitian ini adalah sebuah komunitas dalam akun *instagram* @halalcorner melalui postingannya yang senantiasa mendeklarasikan kehidupan yang sesuai dengan syariat islam yang disebut dengan Halal *life style* dengan memanfaatkan hadis-hadis pada unggahannya, akan tetapi fokus pada penelitian ini adalah menitik beratkan pada gaya hidup dalam makanan halal. Saat ini Halal Corner hadir sebagai sumber informasi edukasi halal, meliputi yang pertama, mengupas titik kritis halal. Kedua produk bersertifikat halal, dan yang ketiga proses sertifikasi halal. Selain itu, halal corner juga memiliki tiga divisi meliputi : komunitas, konsultan, dan Media news.

Selanjutnya, dalam hal ini penulis menggunakan akun tersebut untuk dijadikan subyek utama dalam penelitian. Sedangkan subyek sekunder dalam penelitian ini bersumber dari karya-karya ilmiah yang sebelumnya sudah dilakukan dan dapat dijadikan data pendukung karya ilmiah ini berupa jurnal, skripsi, e-book dan lain-lain yang memiliki kaitan dengan penelitian yang ingin ditulis. Oleh karena itu, diharapkan dalam penelitian ini penulis dapat memperoleh data tambahan untuk memperkuat data yang telah didapatkan dari subyek primer.

³⁴ Husaini Usman dan Purnomo Setiady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006).

3. Sumber Data

Penelitian ilmiah memerlukan data untuk memecahkan permasalahan yang ingin diteliti. Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian disini adalah subyek dari mana data tersebut dapat diperoleh.³⁵ Sumber data yang diperoleh untuk melakukan penelitian ini harus relevan dengan masalah yang ingin diteliti. Hal ini perlu dilakukan agar tidak menimbulkan kekeliruan interpretasi dan kesimpulan dalam pengumpulan data, serta data yang diperoleh dapat dipastikan benar-benar akurat. Pada penelitian ini penulis menggunakan dua jenis sumber data, yakni:

- a. **Sumber data primer**, adalah data yang berasal dari sumber pertama.³⁶ Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah akun *instagram* @halalcorner sebagai pengunggah postingan-postingan yang bertema makanan halal dengan mengaitkan hadis-hadis untuk mendeklarasikan Halal *Life style*.
- b. **Sumber data sekunder**, adalah sumber data yang diperoleh peneliti sebagai penguat atau penunjang data dari sumber pertama.³⁷ Sumber data sekunder ini diperoleh peneliti dari literatur atau karya ilmiah yang sebelumnya pernah dilakukan penelitian yang terdapat kesinambungan dengan penelitian yang ingin ditulis. Dalam penelitian ini sebagai sumber data sekunder peneliti dapatkan dari membaca literatur-literatur dari internet yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini, dapat berupa buku, jurnal, tesis, skripsi, artikel, website dan lain-lain.

4. Teknik Pengumpulan Data

³⁵ Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian* (Jakarta: Rajawali, 1987).

³⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 1992).

³⁷ Muhammad Pabundu Tika, *Metodologi Riset Bisnis* (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006).

Teknik pengumpulan data yang diambil meliputi penelitian di lapangan dengan analisis kualitatif. Untuk memperoleh data dan informasi yang akurat dalam penelitian lapangan, penulis melakukan teknik sebagai berikut.

a. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Dalam penelitian ini penulis mengambil data dari akun @halalcorner. Untuk memperkuat data-data yang ada dalam penelitian seperti profil pendiri, konten gambar yang diposting di *instagram* @halalcorner dokumentasi yang penulis ambil adalah screenshote dari *instagram* @halalcorner.

b. Observasi

Obsevasi merupakan sebuah kegiatan yang berhubungan dengan pengawasan, penyelidikan, peninjauan dan penelitan. Dalam penelitian ini, yang dilakukan adalah observasi mengenai teks dalam akun @halalcorner, kemudian diadakan pengamatan dan analisis terhadap makna postingan diakun @halalcorner yang sudah dipilih.

c. Wawancara

Wawancara ini dilakukan untuk mengumpulkan dan mendapatkan data penguat dengan cara mengajukan pertanyaan kepada admin @halalcorner, yakni saudari Isti.

5. Teknik Analisis data

Analisis data yang digunakan dalam penilitian ini adalah analisis kualitatif dengan pendekatan analisis wacana Van Dijk. Analisis adalah aktivitas yang memuat sejumlah kegiatan seperti mengurai, membedakan, memilah sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan kembali menurut kriteria tertentu kemudian dicari kaitannya dan ditafsirkan maknanya. Analisis menurut penelitian ini adalah aktivitas untuk mengetahui lebih dalam tentang objek yang diteliti.

Dalam menganalisis wacana deklarasi halal *lifestyle* yang dilakukan pada akun *Instagram* @halalcorner. setelah mendapatkan hasil pada kriteria kategori deklarasi halal *lifestyle*, peneliti menggunakan model wacana Teun. A Van Dijk. Tujuannya untuk memperoleh data mengenai wacana yang dilakukan dilihat dari tiga aspek, yakni teks (struktur makro, super struktur, struktur mikro), kognisi sosial dan konteks sosial.

Pertama struktur makro, ini merupakan makna global/umum dari suatu teks yang dapat diamati dengan melihat topik atau tema yang dikedepankan dalam suatu berita. Kedua, superstruktur, ini merupakan struktur wacana yang berhubungan dengan kerangka suatu teks, bagaimana bagian-bagian teks tersusun kedalam berita secara utuh. Ketiga, struktur mikro adalah makna wacana yang dapat diamati dari bagian kecil dari suatu teks yakni, kata, kalimat, parafrase, dan gambar.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan berisi tentang pokok pokok permasalahan dalam penelitian yang dapat digunakan sebagai petunjuk untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi penelitian.

Bab I penelitian berisi pendahuluan, yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Penegasan Istilah, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian serta sistematika penulisan. Pada bab ini akan dijelaskan alasan pemilihan topik penelitian, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, penelitian terdahulu serta sistematika penulisan.

Bab II penelitian ini terdapat landasan teori, yang terdiri dari uraian teori-teori yang berkaitan dengan tema penelitian yang meliputi syarah hadis, pengertian halal corner, dan pengertian media sosial *instagram*.

Bab III penelitian ini berisi Gerakan Halal *Lifestyle* dan Akun *Instagram* @halalcorner.

Bab IV penelitian ini bersisi Temuan data dan Pembahasan , yang terdiri dari uraian tentang bagaimana narasi syarah hadis gerakan halal *lifestyle* oleh halal corner dan Kontruksi analisis wacana gerakan halal *lifestyle* dalam akun *instagram* halalcorner.

Bab V penelitian ini berisi penutup, yang terdiri dari kesimpulan dan saran.