



Muqaddimah

Journal of Islamic Studies

E-ISSN1858-3776

Vol. 16 No. 1 (2025)

The article is published at <https://jurnal.uic.ac.id/index.php/muqaddimah/>

MEDIATISASI HADIS DALAM BENTUK KAOS ISLAMI

Ahmat Kori

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Email : ahmadqori141@gmail.com

Abstract

The massive rate of hadith transmission in the multimedia world has created various intersections between hadith and human creativity including in the fashion industry. This phenomenon has changed the form of hadith dissemination, including the design of hadith t-shirts. This phenomenon has not been widely discussed in the scope of scientific discussion comprehensively. In addition to responding to the shortcomings in previous studies, this research is also based on the question of how the mediatization of hadith contained in Islamic t-shirt designs and the role of Islamic t-shirt designs in the spread of hadith. To answer this question, this study uses a descriptive qualitative approach in examining the form of hadith mediatization in Islamic t-shirt design and its role in the spread of hadith in the fashion world. The findings of this study show that the mediatization of hadith spread in hadith t-shirt designs has various characteristics and models such as t-shirt designs with certain jargon containing the meaning of a hadith, and also has various roles, such as a form of campaign to do something or as a message, according to the model of the hadith t-shirt design. These designs are sold on online stalls that are easily accessible to many people.

Keywords: *Hadith mediatization; fashion industry; hadith t-shirt design.*

Abstrak

Masifnya laju penyebaran hadis di dunia multimedia, menciptakan berbagai macam persinggungan antara hadis dan kreativitas manusia termasuk dalam industri fashion. Fenomena tersebut menjadikan penyebaran hadis mengalami perubahan bentuk salah satunya desain kaos hadis. Fenomena tersebut belum banyak dibahas dalam lingkup pembahasan ilmiah secara komprehensif. Selain untuk merespons kekurangan dalam penelitian-penelitian terdahulu, penelitian ini juga didasarkan dengan pertanyaan bagaimana bentuk mediatisasi hadis yang terdapat dalam desain kaos islami dan peran desain kaos islami dalam penyebaran hadis. Untuk menjawab pertanyaan tersebut, penelitian ini memakai pendekatan deskriptif kualitatif dalam menelisik bentuk mediatisasi hadis dalam desain kaos islami dan perannya terhadap penyebaran hadis dalam dunia fashion. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwasanya mediatisasi hadis yang tersebar dalam desain kaos hadis memiliki karakteristik dan model yang beragam seperti, desain kaos dengan jargon tertentu yang mengandung makna dari sebuah hadis, dan juga memiliki ragam perannya, seperti bentuk kampanye untuk berbuat sesuatu atau sebagai pesan, sesuai dengan model desain kaos hadis tersebut dibuat. Desain-desain ini di jajakan di lapak-lapak online yang mudah dijangkau banyak orang.

Keywords: *Mediatisasi hadis; industri fashion; desain kaos hadis.*

PENDAHULUAN

Masifnya laju penyebaran hadis di dunia multimedia ternyata menciptakan persinggungan antara hadis dan kreativitas manusia. Persinggungan tersebut mempengaruhi munculnya ragam kreativitas tanpa batas yang menjadikan hadis dapat ditemui dalam berbagai bentuk mediatisasi hadis diantaranya dalam bentuk kaos hadis. Aflaha dalam penelitiannya menunjukkan, kaos hadis dapat menjadi media dakwah instan untuk sekilas mengingatkan orang lain akan nilai dakwah yang muncul dari hadis (Aflaha, 2017). Dengan tujuan yang serupa, kaos hadis hadir menjadi daya saing baru dalam dunia fashion islami saat ini (Darmalaksana, 2020). Masuknya hadis di industri fashion juga menjadi momok baru bagi perkembangan fashion islami dan menciptakan tren-tren dakwah baru di masyarakat.

Sejauh ini penelitian yang ada kurang merespons kepada aspek krusial mediatisasi hadis dalam bentuk desain kaos serta perannya di dunia industri fashion islami. Setidaknya penelitian-penelitian terkait dapat diklasifikasikan menjadi dua kecenderungan. *Pertama*, studi yang menitikberatkan pada pesan dan makna yang terkandung dari sebuah desain kaos hadis (Aflaha, 2017; Darmalaksana, 2020; Yoga dan Catur Nugroho, 2020). *Kedua*, studi yang berfokus membahas pandangan hadis terhadap tren fashion islami (Barata, 2010; Kavakci dan Kraeplin, 2017; Syafuddin dan Mahfiroh, 2020). Dari kedua kecenderungan tersebut, terlihat bahwasanya isu-isu terkait mediatisasi hadis yang dimuat dalam desain-desain kaos yang memakai tema-tema hadis belum sepenuhnya mendapatkan perhatian secara seksama dalam sebuah studi penelitian.

Tulisan ini bertujuan sebagai salah satu penguat studi terdahulu yang belum menghadirkan secara seksama bagaimana persebaran teks-teks hadis yang telah masuk ke dalam industri fashion. Sejalan dengan hal tersebut, setidaknya terdapat dua pertanyaan yang diangkat untuk menuntun tulisan ini. *Pertama*, bagaimana mediatisasi desain kaos hadis yang ada di industri fashion?. *Kedua*, bagaimana peran desain kaos hadis dalam penyebaran hadis?. Jawaban pertanyaan tersebut akan memberikan pemahaman bagaimana ragam desain kaos yang memakai teks-teks hadis yang bertujuan sebagai media penyebar teks, pesan, dan makna hadis.

Tulisan ini berangkat dari argumen dasar, bahwasanya perkembangan teknologi dan derasnya laju media memberikan dampak yang besar terhadap penyebaran teks-teks hadis, yang berevolusi menjadi beragam bentuk ekspresi dan kreativitas (Perdana dan Masrurroh, 2023). Hal tersebut menjadikan adanya tren baru dalam penyebaran hadis, seperti adanya meme hadis, video hadis, bahkan sampai ke desain-desain kaos yang bertuliskan teks-teks hadis. Revolusi tersebut berhasil memberikan hal baru sekaligus menjadi momok baru dalam perkembangan hadis itu sendiri.

METODE

Metode yang dipakai dalam tulisan ini ialah kualitatif dengan jenis penelitian studi literatur. Pengumpulan data didapat dari web internet, media sosial, dan platform *e-commerce* yang terkait yang terdapat desain kaos-kaos hadis serta berbagai artikel dan dokumen penunjang lainnya. Hal tersebut dipilih karena hasil desain kaos hadis tersebut dijual dan dipromosikan melalui media sosial ataupun *e-commerce*. Lebih lanjut data yang didapat kemudian dianalisis menggunakan teori mediatisasi yang berfokus bagaimana peran media dalam membentuk dan mengonstruksi informasi mengenai hadis yang disebarluaskan di media (Hjarvard, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desain Kaos Islami

Kemajuan dunia teknologi menciptakan ragam kreativitas yang lambat laun bersinggungan dengan teks-teks hadis. Hal tersebut memunculkan ragam bentuk teks yang dimuat dalam karya-karya kreatif termasuk karya dalam industri fashion seperti, desain- desain kaos hadis. Desain kaos islami ialah kaos yang termuat teks alquran, hadis, dan kata-kata ulama yang berisikan kata-kata keislaman. Kaos tersebut didesain sedemikian rupa dengan fonts dan typeface yang menarik (Aflaha, 2017).

Mediatisasi Hadis Dalam Kaos Islami

Kaos-kaos yang memuat hadis tidak secara langsung menggunakan teks hadis secara utuh, hadis yang dihadirkan merupakan hasil dari persepsi kreator terhadap hadis yang ia jumpai yang kemudian dibuat narasi singkat. Kaos-kaos tersebut dapat ditemui di internet, lapak-lapak online, dan e-commerce, seperti Shopee, Tokopedia, Tiktoshop, dan lain-lain. Berikut beberapa desain sebagai sampel desain-desain kaos hadis di dunia fashion;

Tabel 1. Hadis dalam bentuk desain kaos

Teks Hadis	Desain Kaos Hadis	Referensi
<i>"Dari Nabi Shallallahu alaihi wasallam bahwa beliau bersabda: Ketahuilah! Masing-masing kamu adalah pemimpin, dan masing-masing kamu akan dimintai pertanggungjawaban terhadap apa yang dipimpin. Seorang raja yang memimpin rakyat adalah pemimpin, dan ia akan dimintai pertanggungjawaban terhadap yang dipimpinnya. Seorang suami adalah pemimpin anggota keluarganya, dan ia akan dimintai pertanggungjawaban terhadap mereka. Seorang istri juga pemimpin bagi rumah tangga serta anak suaminya, dan ia akan dimintai</i>	Bertekad untuk anak istri ke surga-Nya	Desain kaos; https://kaosbapaksholeh.com

<i>pertanggungjawaban terhadap yang dipimpinnya. Seorang budak juga pemimpin atas harta tuannya, dan ia akan dimintai pertanggungjawaban terhadap apa yang dipimpinnya. Ingatlah! Masing-masing kamu adalah pemimpin dan masing-masing kamu akan dimintai pertanggungjawaban atas apa yang dipimpinnya" (HR Bukhari)</i>		
Dari Abu Hurairah radhiyallaahu 'anhu, beliau berkata, "Seseorang datang kepada Rasulullah shalallahu 'alaihi wasallam dan berkata, 'Wahai Rasulullah, kepada siapakah aku harus berbakti pertama kali?' Nabi shalallahu 'alaihi wasallam menjawab, 'Ibumu!' Dan orang tersebut kembali bertanya, 'Kemudian siapa lagi?' Nabi shalallahu 'alaihi wasallam menjawab, 'Ibumu!' Orang tersebut bertanya kembali, 'Kemudian siapa lagi?' Beliau menjawab, 'Ibumu.' Orang tersebut bertanya kembali, 'Kemudian siapa lagi,' Nabi shalallahu 'alaihi wasallam menjawab, 'Kemudian ayahmu.'" (HR. Bukhari no. 5971 dan Muslim no. 2548)	Ibumu, Ibumu, Ibumu, Ayahmu	Desain kaos; https://kaosbapaksholeh.com
<i>"Sesungguhnya Allah Maha Baik dan tidak menerima kecuali yang baik, dan sungguh Allah perintahkan mukminin dengan apa yang Allah perintahkan kepada para Rasul, maka Allah berfirman:</i>	Rizki takkan tertukar selalu cari yang halal	Desain kaos; https://kaosbapaksholeh.com

'Hai rasul-rasul, makanlah dari makanan yang baik-baik, dan kerjakanlah amal yang shalih. Sesungguhnya Aku Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan' dan berfirman: 'Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu.' Lalu Nabi menyebutkan seseorang yang melakukan perjalanan panjang, rambutnya kusut masai, tubuhnya berdebu, ia menengadahkan tangannya ke langit seraya berucap: 'Wahai Rabbku, wahai Rabbku.' Akan tetapi makanannya haram, minumannya haram, pakaiannya haram, disuapi gizi yang haram, bagaimana mungkin doanya terkabul?" (HR. Muslim dan At-Tirmidzi)		
Dari Ummu Dardā' - raḍiyallāhu 'anhā- secara marfū', "Doa seorang muslim untuk saudaranya yang tidak ada di hadapannya mustajab. Di dekat kepala orang tersebut ada malaikat yang ditugaskan untuk itu. Setiap kali seorang muslim mendakan kebaikan untuk saudaranya, maka malaikat itu berkata, "Amin dan untukmu seperti (doamu padanya). HR. Muslim No. 4912	Doakan kebaikan bagi saudaramu maka kebaikan pula untukmu	Desain kaos dakwah https://shopee.co.id/kayumasstore
Dari Sahabat Umar bin Khatthab ra berkata, "Aku mendengar Rasulullah Saw bersabda, 'Sesungguhnya amal itu tergantung niatnya dan sesungguhnya setiap	Hijrah	Desain Koas https://tawheed.id/

orang itu akan mendapatkan apa yang dia niatkan. Barang siapa hijrahnya kepada Allah dan Rasul-Nya maka hijrahnya kepada Allah dan Rasul-Nya, dan barang siapa yang hijrahnya karena dunia atau karena wanita yang hendak dinikahinya maka hijrahnya sesuai ke mana dia hijrah.” (HR. Bukhari & Muslim)		
---	--	--

Tabel di atas menunjukkan bahwa hadis juga ditemukan dalam bentuk desain kaos-kaos hadis yang dirancang dengan warna dan model yang menarik. Sebagian desain kaos tersebut merupakan terjemahan hadis yang kemudian ditulis kembali menjadi narasi singkat dengan hiasan *fonts* dan *typeface* untuk membantu pembaca tertarik dan memahami pesan yang disampaikan. Beberapa contoh desain kaos hadis yang diambil secara acak dari teks hadis dari tabel di atas;



Gambar 1.



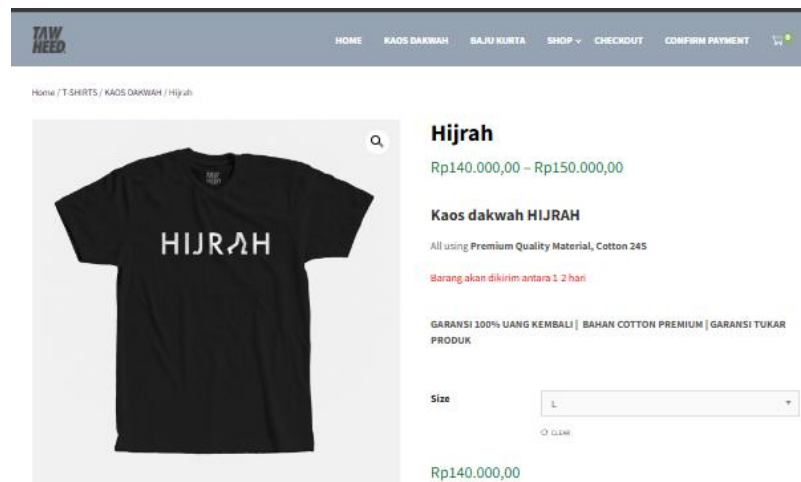
Gambar 2

Pada prinsipnya, desain kaos islami umumnya hanya menampilkan narasi singkat tanpa memberikan rujukan hadis yang dikutip seperti pada gambar di atas, akan tetapi ada juga yang memberikan rujukan hadis apa yang dikutip berupa periwayat dan nomor hadis, seperti gambar berikut;



Gambar 3

Kaos-kaos tersebut kemudian dijual di lapak-lapak online dengan beragam *captions* dan rentang harga berdasarkan seberapa bagus bahan kaos yang dipakai, seperti gambar berikut;



Gambar 4

Mediatisasi dalam ranah agama menempatkan media sebagai salah satu isu sumber informasi untuk mendapatkan isu-isu terkait keagamaan (Hjarvard, 2011). Bahkan mediatisasi berhasil melegitimasi otoritas agama (Cloete, 2016). Masyarakat kerap kali mencari jawaban dari pertanyaan-pertanyaan perihal keagamaan melalui media yang dibalut dengan dakwah online (Qudsy, Abdullah, dan Pabbajah, 2021). Desain kaos islami yang bertemakan dari teks-teks hadis, secara tidak langsung menjadi media penyebaran kedangkalan dalam memahami pesan dakwah hadis, hingga tanpa sadar menjadikannya sebuah identitas diri.

Munculnya pembacaan sederhana dan tekstualis memberikan pemahaman yang dangkal terhadap teks hadis tanpa melihat lebih lanjut bagaimana teks asli hadis tersebut, seperti yang terdapat di tabel dan gambar pada hasil temuan di atas. Hadis yang dimunculkan terkadang memiliki makna yang berbeda dan konteks yang berbeda dari apa yang tertulis dalam desain kaos yang dibuat. Seperti dalam kasus desain kaos “Bertekad untuk anak istri ke surga-Nya” pesan yang disampaikan membuat munculnya ragam pemahaman. Pembacaan hadis secara parsial dan terpisah-pisah akan mengabaikan dimensi lain dari makna kontekstual sebuah hadis (Qudsy dkk., 2021).

Desain Kaos Islami Sebagai Alternatif Penyebaran Hadis

Desain kaos yang memuat pesan dari sebuah hadis tertentu telah menjadi alternatif dalam penyebaran hadis. Desain-desain kaos hadis yang ada hadir sebagai bentuk lain teks hadis yang bertransformasi menjadi slogan- slogan dan kata-kata mutiara. Setidaknya terdapat dua peran desain kaos islami yang memuat pesan hadis dalam persebaran hadis.

1. Sebagai kampanye pesan-pesan dakwah yang memiliki kaitannya dengan hadis yang dikemas lebih menarik perhatian khalayak ramai.
2. Sebagai adu ideologi, hal ini membuat desain kaos Islami dapat dengan mudah menyampaikan ideologi tertentu tergantung siapa dan komunitas apa yang menggunakannya.

Dua hal tersebut, menjadikan desain kaos Islami memiliki peran penting dalam persebaran hadis yang cukup menonjol dalam dunia industri fashion Islami.

PENUTUP

Simpulan

Pembahasan dalam tulisan ini menunjukkan bahwasanya laju teknologi memberikan ruang pertemuan yang bebas antara hadis dan kreativitas manusia tanpa batas. Kreativitas tersebut menjadikan hadis lazim ditemui di berbagai media termasuk dalam industri fashion yang berupa desain kaos yang bertemakan hadis. Tulisan ini menyimpulkan bahwasanya; **pertama**, kreativitas yang terjadi dalam industri fashion berupa kaos hadis memiliki ragam bentuk penyampaian, ada yang memunculkan dengan memberikan kutipan sumber hadis dan nomor hadis yang dirujuk. Disisi lain banyak juga yang menampilkan narasi singkat hasil dari interpretasi dari sebuah hadis tanpa memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai hadis tersebut. **Kedua**, mediatisasi hadis dalam bentuk desain kaos islami secara langsung menjadi alternatif persebaran hadis dengan setidaknya memiliki dua peran penting yakni sebagai bentuk kampanye pesan-pesan dakwah yang berkaitan dengan teks-teks hadis dan sebagai bentuk adu ideologi dalam bentuk seni yang lumayan berpengaruh dalam dunia fashion Islami.

Saran

Kajian mengenai mediatisasi hadis terhadap desain kaos menggunakan konsep hjarvard secara teoritis dan analisis data sangat membantu dalam mengungkap makna atau pesan yang terselubung dibalik desain kaos hadis. Penelitian ini juga dibantu dengan metode sampling data yang secara praktis menampilkan data sampling untuk memperlihatkan bagaimana dinamika mediatisasi hadis dalam bentuk desain kaos islami. Meskipun demikian, penelitian ini hanya berfokus pada fenomena hadis yang disebarkan dalam bentuk desain kaos islami dengan kacamata mediatisasi, yang secara tidak langsung memiliki kekurangan dan keterbatasan. Peneliti menyarankan untuk adanya penelitian lanjutan terkait mediatisasi hadis dalam bentuk desain kaos dengan melihat lebih luas sampling data serta dengan memakai metode dan pendekatan yang relevan.

DAFTAR RUJUKAN

- Aflaha, U. (2017). Kaos Hadis Sebagai Media Dakwah Dan Komunikasi Alternatif. *INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication)*, 2(2), 247–274.
<https://doi.org/10.18326/inject.v2i2.247-274>
- Barata, D. D. (2010). Fashion Sebagai Strategi Simbolik Komunikasi Non-Verbal. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 45–51.
- Cloete, A. L. (2016). Mediated religion: Implications for religious authority. *Verbum et Ecclesia*, 37(1), 6. <https://doi.org/10.4102/ve.v37i1.1544>
- Darmalaksana, W. (2020). Design Thinking Bisnis “Kaos Islami” Inspirasi Hadis Nabi Saw. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 1(2). Diambil dari <https://etheses.uinsgd.ac.id/33874/>
- Hjarvard, S. (2011). The mediatization of religion: Theorising religion, media and social change. *Culture and Religion*, 12(2), 119–135.
<https://doi.org/10.1080/14755610.2011.579719>
- Kavakci, E., dan Kraeplin, C. R. (2017). Religious beings in fashionable bodies: The online identity construction of hijabi social media personalities. *Media, Culture & Society*, 39(6), 850–868. <https://doi.org/10.1177/0163443716679031>
- Perdana, T., dan Masruroh, A. (2023). Pergeseran Fungsi Hadis Di Media Sosial: Kajian Mediatisasi Hadis Di Indonesia. *Holistic al-Hadis*, 9, 100–119.
<https://doi.org/10.32678/holistic.v9i2.9447>
- Qudsy, S. Z., Abdullah, I., dan 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*, 92–114.
- Syafuddin, K., dan Mahfiroh, N. (2020). Komodifikasi Nilai Islam dalam Fashion Muslim di Instagram. *Prosiding University Research Colloquium*, 315–324.
- Yoga, Y. W. C., dan Catur Nugroho, S. S. (2020). Komodifikasi Agama pada Produk Fashion (Analisis Wacana Kritis Norman Fairclough pada Desain Kaus ‘Keepers of the Deen’). *Lontar: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2).
<https://doi.org/10.30656/lontar.v8i2.2526>