

HADIS DAN KONTEN MEDSOS

M. Fajri Yusuf¹, Rahmi Syahriza², Asrar Mabru Faza³
^{1,2} Ushuluddin / Ilmu Hadis, UINSU

Article History

Received : 2-November-2024
Revised : 5-November-2024
Accepted : 29- November-2024
Published : 30- November-2024

Corresponding author*:

M. Fajri Yusuf

Contact:

fajrifkn@gmail.com

Cite This Article:

Khujaimah, M. F. Y., Syahriza, R. ., & Faza, A. M. . (2024). HADIS DAN KONTEN MEDSOS . Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 3(06), 99–105.

DOI:

<https://doi.org/10.56127/jukim.v3i06.1886>

Abstract: *This research is motivated by the form of hadith content that is spread on the Lughoty.com, and @RisalahMuslimID accounts, not always complete in the structure of a hadith and not always considered sahih. This study aims to discuss hadith content on social media in the social networks Facebook, Twitter, and Instagram with a sample of Lughoty.com, and @RisalahMuslimID accounts. This research is a qualitative type through a literature study that analyzes the content of hadith on social media using the content analysis method. The results and discussion of this research are the understanding of hadith contextualization in the 21st century with technological advances in the field of information is rampant, and the form of hadith content on the Lughoty.com account, and @RisalahMuslimID, does not always have a complete structure in a hadith. This study concludes that the hadith content found on social media in the social networks Facebook, and Twitter, on the Lughoty.com account, and @RisalahMuslimID, is not always considered sahih or hasan as well as not all hadith contained in social networks have completeness so that it is necessary to re-examine the hadith obtained to find the truth about the quality of a hadith.*

Keywords: *Content analysis, Hadith content, Social media*

Abstrak: Penelitian ini dilatarbelakangi adanya bentuk konten hadis yang tersebar pada akun Lughoty.com, dan @RisalahMuslimID, tidak selalu lengkap dalam struktur sebuah hadis dan tidak selalu dinilai shahih. Penelitian ini bertujuan untuk membahas konten hadis di media sosial dalam jejaring social Facebook, Twitter, dan Instagram dengan sampel akun Lughoty.com, dan @RisalahMuslimID. Penelitian ini merupakan jenis kualitatif melalui studi pustaka yang melakukan analisis terhadap konten hadis di media sosial dengan menggunakan metode analisis isi. Hasil dan pembahasan penelitian ini adalah pemahaman terhadap hadis secara kontekstualisasi pada abad ke-21 dengan kemajuan teknologi di bidang informasi marak dilakukan, dan bentuk konten hadis pada Akun Lughoty.com, dan @RisalahMuslimID, tidak selalu memiliki kelengkapan struktur dalam sebuah hadis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa konten-konten hadis yang terdapat di media sosial dalam jejaring sosial Facebook, dan Twitter, pada akun Lughoty.com, dan @RisalahMuslimID, tidak selalu dinilai shahih ataupun hasan begitu pula tidak semua hadis yang terdapat pada jejaring sosial memiliki kelengkapan sehingga perlu diteliti kembali hadis yang didapat untuk menemukan kebenaran atas kualitas sebuah hadis.

Kata Kunci: *Content analysis, Konten hadis, Media sosial*

PENDAHULUAN

Media sosial adalah media online yang sudah merombak korelasi dan komunikasi individu di segala penjuru dunia. Media sosial mempunyai arti sebuah alat yang digunakan seseorang untuk berkomunikasi dengan orang lain dan komunikasi tersebut tentunya akan memberikan kontribusi terhadap lawan komunikasinya. Terlepas kontribusi itu baik atau buruk, karena interaksi seseorang tidak bisa dilepaskan dari dua hal tersebut, yakni baik atau buruk Satu di antara banyaknya perkembangan media ini adalah dengan munculnya jejaring sosial, yang merupakan cara baru untuk berkomunikasi dalam kelompok, komunitas, terhimpun dalam satu laman, situs dan aplikasi internet berskala luas. Jenis- jenis jejaring sosial sangat banyak, antara lain Facebook, dan Twitter. Jejaring sosial telah menjadi praktik sehari-hari dalam kehidupan manusia. Belakangan ini, media sosial telah memengaruhi banyak orang dalam aspek komunikasi manusia, termasuk segi informasi. Akibat dari kehadiran internet dewasa ini memberikan akses yang mudah bagi masyarakat untuk mendapat segala bentuk informasi apapun yang diinginkan, baik itu berasal dari dalam atau luar negeri.

Bagaimanapun, media sosial berperan penting sebagai sumber informasi bagi para pengguna internet. Perkembangan teknologi komunikasi yang pesat memungkinkan bagaimana orang dapat mengirim atau memposting dan menerima informasi dari media sosial. Mengingat sifatnya yang terbuka, informasi yang

dibuat dan diumumkan di media sosial memungkinkan informasi yang didapat tidak selalu benar adanya. Pengguna media sosial adalah bangsa dan individu yang dapat menghasilkan informasi apapun pada berbagai layanan media sosial. Akibatnya, beberapa informasi yang dimunculkan dan dikonsumsi publik menjadi tidak terkendali, baik dari sisi pengetahuan maupun di tingkat nasional, dan beberapa informasi terbukti dipalsukan karena bersumber dari media yang tidak terpercaya. Menurut Syuhudi Ismail dalam bukunya yang berjudul "Kaidah Kesahihan Sanad Hadis," yang dikutip oleh M. Zia al-Ayyubbi, dalam kajian ilmu hadis, ketika ditemukan sebuah informasi (hadis) dan penyebar informasi tersebut (rawi) disampaikan oleh seseorang yang tidak kredibel, maka informasi tersebut perlu untuk dipertanyakan kebenarannya.

Sama halnya dengan mengirim informasi atau memposting konten yang berkaitan dengan sabda Rasulullah Saw. Dalam kajian ilmu hadis, berdasarkan kualitas sebuah hadis terbagi menjadi tiga macam, yaitu: shahih, hasan, dan dha'if. Hadis shahih merupakan hadis yang sanadnya bersambung sampai ke Rasul, rawinya dhabit (kuat hafalan), tidak syadz dan tidak ada „illat atau kecacatan pada matan dan sanadnya. Hadis hasan hampir sama dengan hadis shahih, namun perbedaannya adalah kualitas hafalan rawi hadis hasan tidak sekuat hadis shahih. Sedangkan hadis dha'if adalah hadis yang tidak memenuhi persyaratan hadis shahih dan hadis hasan. Oleh karena itu, hadis yang kualitasnya dha'if tidak bisa dijadikan hujjah (dalil atau hukum). Namun dalam beberapa kasus, menurut ulama hadis, hadis dha'if boleh diamalkan selama tidak terlalu lemah dan untuk fadhail amal.

Dilihat dari penjelasannya, konten hadis yang tersebar di media sosial tidak sepenuhnya bisa dijadikan dalil untuk menjalankan sunnah Rasul, kecuali jika kita sendiri yang mencari kebenaran atas kualitas hadis tersebut. Tidak sedikit kasus di media sosial yang memposting konten hadis, namun hadis tersebut setelah diteliti kembali ternyata hadis dha'if. Dampaknya, kita yang mengirimkan atau menerima informasi tersebut mendapatkan dan menyebarkan kesesatan kepada orang lain. Berbagai penelitian terdahulu telah membahas mengenai hadis yang ada di media sosial. Antara lain al-Ayyubi, M. Z. yang berjudul "Etika Bermedia Sosial dalam Menyikapi Pemberitaan Bohong (Hoax) Perspektif Hadis," *Jurnal Studi Ilmu-Ilmu al-Qur'an dan Hadis*. Penelitian ini menyampaikan sikap dan etika pengguna internet di media sosial dengan pendekatan hadis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dengan menyampaikan informasi secara jujur, hal ini memberikan suatu kontribusi baik, yang paling minimal adalah tidak adanya kegaduhan yang diakibatkan oleh pemberitaan bohong di media sosial. Saputra, T. A. & Suryadilaga, M. A. berjudul "Perkembangan dan Kesahihan Hadis dari Awal Islam Hingga Zaman Post Truth," *Jurnal Ilmiah Al-Mu'ashirah*. Penelitian ini membahas tentang sejarah perkembangan hadis dari zaman Nabi Saw. hingga era global yang mana hadis telah ada dalam bentuk website dan aplikasi yang dapat digunakan melalui smartphone. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kebenaran tentang hadis pada era post truth dilatarbelakangi oleh kepentingan politik begitu juga penggunaan konten yang bertujuan materil, sehingga kebenaran hadis harus ditinjau kembali (Saputra & Suryadilaga, 2020). Sumadi, E. berjudul "Dakwah dan Media Sosial: Menebar Kebaikan Tanpa Diskriminasi," *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*.

Penelitian ini membahas tentang konsep dakwah menurut Islam dan peran media sosial dalam berdakwah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial dinilai efektif sebagai sarana berdakwah, namun harus memperhatikan etika dan norma-norma bermedia sosial. Penelitian terdahulu bermanfaat dalam penyusunan kerangka berpikir penelitian ini. Media sosial merupakan sebuah media online, di mana para penggunanya melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia yang kian canggih.

Dilihat dari kelebihan media sosial dalam penyebaran informasi yang cepat dan mudah untuk mengirimkan informasi. Namun, isu utama seputar penggunaan media sosial sebagai sumber informasi tersebut adalah bagaimana masyarakat menilai kredibilitas sumber informasi tersebut. Penentuan baik atau buruknya dalam menyampaikan informasi terlihat dari kejujuran atau kedustaannya. Pemanfaatan media sosial secara umum maupun sebagai sarana berdakwah harus memperhatikan etika-etika dan norma-norma dalam bermedia sosial. Konsumsi hadis pada zaman modern sudah tidak terlalu memperhatikan keshahihan sebuah hadis, hal ini terlihat dari bagaimana narasi keagamaan digunakan untuk kepentingan tertentu. Termasuk hal yang sangat penting dalam memahami sunnah dengan baik, ialah dengan cara menyesuaikan antara berbagai hadis shahih yang redaksinya tampak seolah-olah bertentangan, demikian pula makna kandungannya, yang sepiintas lalu tampak berbeda. Berdasarkan paparan di atas, penelitian ini berusaha menyusun formula penelitian,

yaitu rumusan, pertanyaan dan tujuan penelitian. Rumusan masalah penelitian ini adalah adanya bentuk konten hadis yang tersebar pada akun Lughoty.com, dan @RisalahMuslimID, tidak selalu memiliki kelengkapan struktur dalam sebuah hadis dan tidak selalu dinilai shahih. Pertanyaan dalam penelitian ini, yaitu: bagaimana fenomena dan keberadaan hadis di media sosial dalam jejaring sosial pada akun Lughoty.com, dan @RisalahMuslim; dan bagaimana bentuk konten hadis dalam jejaring sosial Facebook, Twitter, dan Instagram pada akun Lughoty.com, dan @RisalahMuslimID. Penelitian ini bertujuan untuk membahas konten hadis di media sosial dalam jejaring sosial Facebook, dan Twitter, dengan sampel akun Lughoty.com, dan @RisalahMuslimID,. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk kontribusi pengetahuan dan pemahaman dalam konten hadis yang diterima di media sosial dalam jejaring sosial Facebook,dan Twitter.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis kualitatif yang melakukan analisis terhadap konten hadis dengan menggunakan analisis isi (content analysis), yakni penelitian yang bersifat pembahasan mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa. Tujuannya yaitu untuk menganalisis konten hadis di media sosial dalam jejaring sosial pada akun Lughoty.com, dan @RisalahMuslimID. Secara umum, terdapat dua tingkat dalam penelitian tentang hadis, yaitu takhrij dan syarah. Menurut Soetari yang dikutip oleh Darmalaksana, bahwa takhrij adalah proses mengeluarkan hadis dari kitab hadis untuk diteliti kesahihannya, sedang syarah ialah penjelasan teks hadis dengan analisis tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perngertian Konten dan Medsos

Media sosial yang berkembang saat ini sangat lekat dengan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Melihat media sosial sebagai suatu perkembangan dari hubungan individu dengan perangkat Media, termasuk media-media yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. media sosial yang ada saat ini bisa didefinisikan sebagai medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial merupakan sebuah media online, di mana para penggunanya melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang dunia virtual yang disokong oleh teknologi multimedia yang kian canggih. Media sosial merupakan media online yang mendukung interaksi sosial di antara penggunanya. Berbeda dengan media tradisional seperti televisi atau koran, di dalam media sosial pengguna menciptakan konten. Bentuk-bentuk Medsos

Lughoty.com (Facebook)

Facebook adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan Februari 2004 oleh seseorang bernama Mark Zuckerberg. Facebook merupakan salah satu jejaring sosial di media sosial yang banyak digunakan oleh pengguna internet. Per September 2012, Facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif. Pada jejaring sosial Facebook ini, penulis meneliti sebuah halaman @Lughoty.com. Halaman ini kerap membagikan konten-konten Islam berupa potongan ayat dalam surah al-Qur'an, sabda Nabi Saw. (hadis), microblog, maupun kutipan dalam sebuah kitab. Konten-konten yang dibagikan oleh halaman ini, memiliki desain yang unik serta menarik. Tentu saja desain adalah salah satu pengaruh agar orang-orang tertarik untuk melihat, membaca lalu membagikannya kembali. Selain membagikan konten berupa desain grafis dengan isinya adalah hadis, pembuat halaman ini juga memberikan keterangan pada kontennya.

Pencarian informasi mengenai hadis pada masa perkembangan teknologi yang kian canggih, memudahkan para pengguna internet untuk mendapatkan hadis yang diinginkannya melalui aplikasi yang tersedia pada smartphone. Dari sekian banyaknya aplikasi jejaring sosial yang digunakan, penulis akan memaparkan aplikasi yang sering dan banyak digunakan oleh kalangan masyarakat saat ini, yaitu Facebook, Twitter, dan Instagram. Pada jejaring sosial Facebook, pengguna dapat memasukkan kata kunci „hadis“ untuk mendapatkan informasi mengenai hadis. Hasilnya, banyak akun maupun postingan yang membahas tentang hadis. Tidak hanya berupa akun, namun juga terdapat halaman, grup, maupun acara online yang dihasilkan oleh sistem pencarian tersebut.



Gambar 1. Pencarian pada Facebook



Gambar 1 merupakan hasil dari kolom pencarian melalui jejaring sosial Facebook dengan kata kunci „hadis“. Dari sekian banyaknya akun dan postingan yang dihasilkan, penulis meneliti satu akun berupa halaman yang bernama Lughoty.com karena halaman ini sering muncul dalam hasil pencarian. Semua itu karena halaman ini aktif dalam memposting konten setiap hari. Sampai data dan artikel ini dibuat, pada tanggal 28 Juli 2021, halaman Lughoty.com ini memiliki 39 ribu lebih orang yang menyukai halaman ini dan 40 ribu lebih orang yang mengikuti halaman ini. Selain itu, halaman ini memiliki situs yaitu <https://lughoty.com/>. Pada salah satu konten hadis yang diposting oleh akun ini, terdapat 1.226 orang yang menyukai, 24 komentar, dan 201 kali postingan ini dibagikan kembali. Data ini bisa saja bertambah seiring berjalannya waktu.

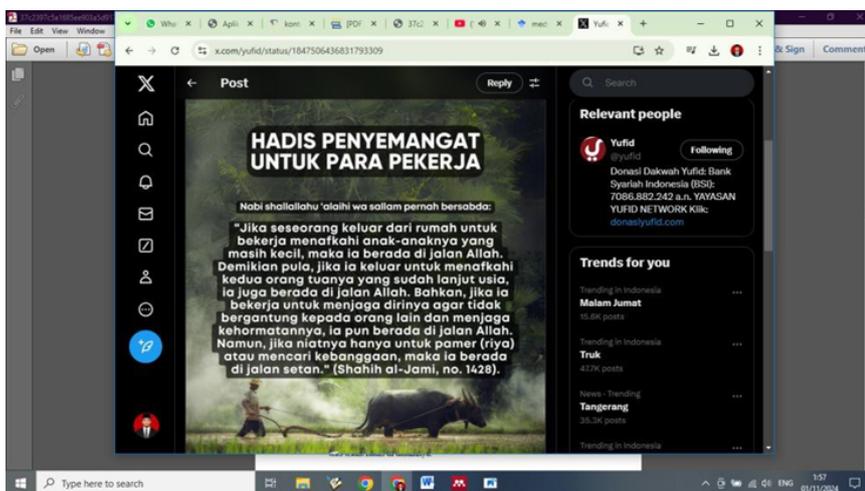


Gambar 2 merupakan data penyuka, komen, dan bagikan kembali pada salah satu konten hadis yang dibagikan oleh halaman Lughoty.com. Kemudian pada jejaring sosial Twiter, pencarian konten hadis pada jejaring sosial ini penulis memasukkan kata kunci „hadis“ dan „hadis“ pada kolom pencarian dengan memakai filter „populer“. Hasilnya, terdapat banyak akun yang memposting konten hadis berupa foto, video ataupun hanya sebuah teks.



Twitter

Twitter adalah sebuah layanan jejaring sosial untuk berkomunikasi dan tetap terhubung melalui pertukaran pesan yang cepat dan sering. Pendiri dari jejaring sosial Twitter adalah Jack Dorsey. Twitter sendiri didirikan pada 21 Maret 2006. Twitter juga merupakan jejaring sosial di media sosial yang sering digunakan dan memiliki miliaran pengguna aktif. Pengguna dapat memposting (tweet), yang dapat berisi foto, video, tautan, dan teks. Pada jejaring sosial Twitter ini, penulis meneliti sebuah akun yang bernama Risalah Muslim dengan username @RisalahMuslimID. Akun ini memiliki 9.400 pengikut lebih dengan 84 ribu tweet sampai data ini diambil. Selain itu, akun ini memiliki situs yaitu risalahmuslim.id.



Gambar 2. Pencarian pada Twitter

Gambar 2 menunjukkan hasil pencarian terkait konten hadis. Dari sekian banyaknya postingan yang ada dalam pencarian di Twitter, penulis meneliti sebuah akun yang bernama Risalah Muslim dengan username @RisalahMuslimID karena akun ini sering muncul dalam hasil pencarian. Akun ini memiliki 9.400 pengikut lebih dengan 84 ribu tweet sampai data ini diambil. Selain itu, akun ini memiliki situs yaitu risalahmuslim.id. Selanjutnya pencarian konten hadis dalam jejaring sosial Instagram penulis menggunakan kata kunci „#hadis“ pada kolom pencarian. Terdapat setidaknya 2,5 juta postingan yang dihasilkan dengan menggunakan kata kunci tersebut. Dari hasil tersebut terdapat postingan foto maupun video. Namun hasilnya kebanyakan menggunakan bahasa asing selain bahasa Indonesia.

KESIMPULAN

Jejaring sosial Facebook, dan Twitter merupakan beberapa aplikasi media sosial yang sering kali digunakan oleh para pengguna internet saat ini. Segala informasi tersebar luas di berbagai penjuru dunia, termasuk informasi mengenai hadis dalam bentuk sebuah konten. Pada abad ke-21 ini pemahaman akan hadis secara kontekstualisasi santer dilakukan. Dengan semakin majunya perkembangan teknologi, pencarian mengenai hadis para pengguna internet dengan mudah mendapatkan hadis yang diinginkannya. Dilihat dari akun-akun yang penulis teliti, konten hadis yang dibagikan memiliki jumlah like serta komentar yang cukup banyak.

Selain itu para pengguna internet tidak hanya melihat, berkomentar, dan menekan tombol like konten hadis yang dibagikan, akan tetapi mereka juga membagikan kembali konten yang mereka dapatkan untuk ruang lingkup mereka sendiri. Meskipun begitu, dengan perkembangan teknologi yang kian maju, tidak dapat dipungkiri adanya sisi kekurangan, khususnya terkait dengan pemahaman hadis maupun kualitas hadis tersebut. Setelah dilakukan kajian terhadap konten-konten hadis yang terdapat pada akun-akun tersebut dengan menggunakan metode content analysis dapat diketahui bahwa konten hadis yang ditemukan tidak selalu dinilai shahih ataupun hasan, beberapa ada yang dinilai dha'if. Bentuk dari konten hadis yang dibagikan juga beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Al-Ayyubi, M. Z. (2019). Etika bermedia sosial dalam menyikapi pemberitaan bohong (hoax) perspektif hadis. *Jurnal Studi Ilmu-Ilmu Al-Qur'an Dan Hadis*, 19(2), 148. doi:10.14421/qh.2018.1902-02
- [2] Cahyana, I. M., Aeres, I., & Rijalul Fahmi, R. M. (2021). Silaturahmi melalui media sosial perspektif hadits metode syarah hadits bil ra'yi. *Al-Hikmah: Jurnal Pendidikan Dan Pendidikan Agama Islam*, 3(2), 213-224.
- [3] Darmalaksana, W. (2020). Kelas menulis UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2020. *Jurnal Kelas Menulis Fakultas Ushuluddin*, 1(2), 1-8.
- [4] Darmalaksana, W. (2021). Takhrij and syarah hadith about agrotechnology: Senna leaf plant in COVID-19 infection. *International Journal of Culture and Modernity*, 2, 18-22.
- [5] Edosomwan, S. (2011). *SocialMedia-JAME. The Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 16(3).
- [6] Elmatsani, H. M., Badan, P. D., & PenerapanTeknologi. (2019). JEPIN (Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika) desain sistem informasi kehumasan terintegrasi situs media sosial. *JEPIN (Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika)*, 5(1), 24-31.
- [7] Ferdiansyah, A., Adrianto, L., & Sartono, B. (2017). Permodelan dinamik dan peramalan tarif angkutan pelayaran curah kering dynamic modeling and forecasting the drybulk freight. *Warta Penelitian Perhubungan*, 29(2), 201-218.
- [8] Handoko, I. (2017). A case study of knowledge exchange in a hierarchical mechanism. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 19(1), 35-57. doi:10.22146/gamaijb.22555
- [9] Kosasih, E., Raharusun, A. S., Dalimunthe, R. P., & Abdul Kodir, A. (2020). Literasi media sosial dalam pemasyarakatan moderasi beragama dalam situasi pandemi COVID-19. *Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- [10] Lutfie, H., Suzanti, E. P. P., Sharif, O. O., & Alamanda, D. T. (2016). Which is more important? Halal label or product quality. *Isclo*, 2016, 224-229. doi:10.2991/isclo-15.2016.41

- [11] Mastori, M., Arifin, Z., & Iman, S. B. (2021). Historical review of ulama and umara' relations and its implications for Islamic da'wah. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 15(1), 103-126. doi:10.15575/idajhs.v15i1.9824
- [12] Mulyati, S., Dwl, V., Frp, D., ... Wdvdxi, G. (n.d.). The development of Islamic spirituality in Indonesia.
- [13] Murharyana, M., Al Ayyubi, I. I., Rohmatulloh, R., & Ikromi, S. N. (2024). The effects of Islamic religious education learning on students' motivation. *At-Tadzkir: Islamic Education Journal*, 3(1), 1-14. doi:10.59373/attadzkir.v3i1.44
- [14] Prabowo, Y. (2021). Beragam pendekatan dalam memahami hadis nabi. *Jurnal Ilmiah Al-Mu'ashirah*, 18(1), 1. doi:10.22373/jim.v18i1.10300
- [15] Sumadi, E. (2016). Dakwah dan media sosial : Menebar kebaikan tanpa diskriminasi. *At-Tabsyir*, 4(1), 173-190. <https://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi/article/viewFile/2912/2083>
- [16] Sumadi, K. (2016). Tourism development basis in traditional village of Kuta. *International Journal of Linguistics, Literature and Culture*, 2(3), 102. doi:10.21744/ijllc.v2i3.237
- [17] Syahputra, A., Sukmawati, E., Syafitri, R., ... Riau, U. M. (2023). Dampak buruk era teknologi informasi dan komunikasi pada remaja usia sekolah (dalam perspektif pendidikan Islam). *Journal of Education Research*, 4(3), 1265-1271. <https://jer.or.id/index.php/jer/article/view/402>
- [18] Syahputra, M. R. (2022). Book chapter of proceedings journey-liaison academia and society application of technology in the process of learning multimedia based hadis penerapan teknologi dalam proses pembelajaran hadis berbasis multimedia. 1(2), 271-285.
- [19] Thorstad, R., & Wolff, P. (2019). Predicting future mental illness from social media: A big-data approach. *Behavior Research Methods*, 51(4), 1586-1600. doi:10.3758/s13428-019-01235-z
- [20] Tsurriel, K., Gvirsman, S. D., Ziv, L., Afriat-Aviv, H., & Ivan, L. (2021). Servant of two masters: How social media editors balance between mass media logic and social media logic. *Journalism*, 22(8), 1983-2000. doi:10.1177/1464884919849417
- [21] Westerman, D., Spence, P. R., & Van Der Heide, B. (2012). A social network as information: The effect of system generated reports of connectedness on credibility on Twitter. *Computers in Human Behavior*, 28(1), 199-206. doi:10.1016/j.chb.2011.09.001