

## DAKWAH KONTROVERSI MAMA GURFON DI TIKTOK ; ANALISIS SELF-PRESENTATION DAN ISI PESAN DAKWAH

Muhammad Imran Irwan<sup>1</sup>, Muhammad Anshar Akil<sup>2</sup>  
[muhimranirwan@gmail.com](mailto:muhimranirwan@gmail.com)<sup>1</sup> [anshar.akil@uin-alaudidin.ac.id](mailto:anshar.akil@uin-alaudidin.ac.id)<sup>2</sup>  
UIN Alauddin Makassar

### ABSTRAK

Penelitian ini membahas dakwah kontroversi Mama Gurfon di Tiktok @abuya mama Gufon. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi konten video TikTok, dokumentasi, dan studi literatur. Analisis data dilakukan menggunakan teori self-presentation dari Erving Goffman serta pendekatan analisis isi pesan dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mama Gufon membangun citra diri sebagai tokoh religius yang eksentrik, percaya diri, dan isi pesan dakwahnya mengundang kontroversial dalam konten TikTok. Strategi self-presentation yang dominan meliputi self-promotion dan intimidation yang tampak dari cara penyampaian narasi, klaim personal, serta interaksi dengan audiens. Sementara itu, isi pesan dakwah yang disampaikan mencakup aspek akidah, moral, dan kritik sosial, namun dikemas dengan gaya komunikasi yang provokatif sehingga memicu perdebatan publik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana dakwah, tetapi juga ruang pembentukan identitas dan citra personal yang dapat memengaruhi penerimaan audiens terhadap pesan keagamaan.

**Kata Kunci :** Dakwah Digital, Self-Presentation, Tiktok, Mama Gufon, Analisis Isi Pesan Dakwah..

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi pada era digital telah membawa perubahan besar dalam pola interaksi sosial masyarakat, termasuk dalam praktik dakwah Islam (Nasrullah, 2015). Kehadiran media sosial memungkinkan proses penyampaian pesan dakwah dilakukan secara lebih cepat, luas, dan interaktif tanpa dibatasi ruang dan waktu (Wahyu Ilaihi, 2010). Salah satu platform media sosial yang saat ini memiliki pengaruh besar dalam penyebaran informasi adalah TikTok. Platform ini tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi media komunikasi, edukasi, serta dakwah keagamaan yang efektif karena berbasis konten audiovisual singkat yang mudah diakses oleh berbagai kalangan. Teknologi itu bisa berupa cara, metode, atau alat-alat yang betul-betul baru atau peningkatan kualitas alat-alat yang sudah ada sebelumnya, misalnya mobile phone dibuat sebagai bentuk pengembangan telepon rumah yang statis, website dibuat sebagai pengganti surat kabar cetak dan TV konvensional, atau robot dibuat sebagai pengganti mesin mekanik. (Akil, 2024).

Kehadiran konten dakwah seperti yang disampaikan oleh Mama Gufon menimbulkan pertanyaan penting terkait efektivitas regulasi penyiaran dalam mengawasi konten berbasis digital. Di satu sisi, kebebasan berekspresi merupakan prinsip penting dalam masyarakat demokratis, namun di sisi lain, diperlukan mekanisme pengawasan untuk melindungi kepentingan publik dari potensi disinformasi atau konten yang menyesatkan atau hoax .

Fenomena dalam konten dakwah di Tiktok menunjukkan para pendakwah saat ini tidak hanya berperan sebagai penyampai pesan agama, tetapi juga sebagai figur publik yang membangun citra diri di ruang virtual (Burhan Bungin, 2019). Dalam konteks komunikasi modern, cara seorang pendakwah menampilkan dirinya di media sosial menjadi faktor penting yang memengaruhi penerimaan audiens terhadap pesan dakwah yang disampaikan (Deddy Mulyana, 2016). Hal tersebut berkaitan dengan teori self-presentation yang dikemukakan oleh Erving Goffman, yaitu bagaimana individu berusaha menampilkan

identitas tertentu untuk membentuk kesan di hadapan publik (Erving Goffman, 1959).

Kontroversi tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang pembentukan identitas sekaligus arena pertarungan opini publik (Manuel Castells, 2010). Dalam konteks ini, dakwah tidak hanya dipahami sebagai proses penyampaian nilai-nilai keagamaan, tetapi juga sebagai praktik komunikasi yang melibatkan strategi pencitraan diri, pengelolaan audiens, dan produksi makna di media digital. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana bentuk self-presentation yang dibangun oleh Mama Gufron melalui TikTok serta bagaimana isi pesan dakwah yang disampaikan kepada audiens

Salah satu fenomena yang menarik perhatian masyarakat dalam dakwah digital adalah kemunculan Mama Gufron di TikTok. Mama Gufron dikenal luas karena gaya dakwahnya yang kontroversial, unik, dan sering kali menimbulkan perdebatan di tengah masyarakat. Konten-konten yang diunggah menampilkan cara komunikasi yang berbeda dibandingkan pendakwah pada umumnya, baik dari segi bahasa, ekspresi, maupun narasi yang disampaikan. Kehadirannya di media sosial memunculkan berbagai respons publik, mulai dari dukungan, kritik, hingga kontroversi yang viral di ruang digital.

Penelitian sebelumnya dalam artikel (Wirda Ruwaida : 2023) membahas “Strategi Dakwah Nahi Mungkar Wajdi Azim Dalam Mengelola Akun Instagram @wajdi\_azim”. Dalam Hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan ustadz Wajdi Azim sebagai seorang da’i nahi mungkar menggunakan strategi tilawah dan juga strategi tazkiyah, selain itu ditemukan juga hambatan dan tantangan yang dihadapi oleh Wajdi Azim adalah seperti mad’u yang gagal memahami maksud dari materi yang disampaikan.

Penelitian selanjutnya dalam artikel (Haddad Winata : 2020) membahas “Gaya Komunikasi Dakwah Ustadz Hanan Attaki Dalam Media Instagram (IGTV)”. Penelitian tersebut menyatakan bahwa ustadz Hanan Attaki menggunakan gaya komunikasi asertive serta suara yang lemah lembut dalam penyampaian materi dakwahnya sehingga mudah dipahami dan diterima oleh audien.

Dan, penelitian dalam artikel (Khairul Amal : 2021) membahas “Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Salim A Fillah”. Dari penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa dalam berdakwah, Ustadz Salim A Fillah menggunakan strategi membangun kredibilitas, daya tarik dan kekuatan. Melalui penyampaian pesan yang mengandung hikmah, membangkitkan semangat juang, dibalut dengan diksi-diksi sastra dan juga diksi yang bersifat humoris. Serta memanfaatkan fungsi media dengan baik sebagai sarana menyampaikan pesan dakwah, dengan memahami dan menyesuaikan obyek dakwah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dakwah kontroversi Mama Gufron di Tiktok. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memahami kesenjangan regulasi yang ada serta menawarkan perspektif terhadap perlunya pembaruan kebijakan yang lebih adaptif, inklusif, dan responsif terhadap perkembangan teknologi digital

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode kualitatif dengan pendekatan netnografi dan kepustakaan (library research). Netnografi adalah suatu metode untuk melakukan penelitian antropologi melalui internet, menggunakan informasi yang tersedia secara publik di mana semua orang bebas berbagi melalui media sosial. Menurut Robert V Kozinets dalam bukunya yang berjudul *Netnography: Doing Ethnographic Research Online* menyatakan bahwa netnografi adalah studi yang berfokus pada pemahaman ruang siber yang di dalamnya terdapat interaksi orang-orang antara satu dengan lainnya dan interaksi tersebut mampu membentuk budaya serta sistem tersendiri (Fridiyanto et al., 2020; Rohimi, 2021). Oleh karena itu, metode risetnya berbasis observasional dimana peneliti akan

bergabung dalam suatu komunitas virtual. Penelitian ini menggunakan media sosial berupa aplikasi tiktok sebagai lapangan atau field reaserch dan tepatnya pada akun @abuya mama gufron.

Untuk menggali dinamika interaksi antara Mama Gufron dan publik digital, pendekatan netnografi digunakan guna menelusuri aktivitas daring yang berkaitan dengan isi dakwah kontroversi mama Gurfon. Netnografi memungkinkan peneliti untuk mengamati secara sistematis bagaimana komunitas digital, seperti pengguna Tiktok, berinteraksi, memberikan komentar, serta membentuk jejaring sosial seputar dakwah Mama Gufron (Fridiyanto et al., 2020; Rohimi, 2021).

Sumber data primer dalam penelitian ini mencakup video ceramah Mama Gufron yang diunggah di Tiktok pada akun @abuya mama gufron, serta komentar-komentar dari netizen yang terdapat dalam platform tersebut. Sementara itu, sumber data sekunder diperoleh dari berbagai jurnal ilmiah, skripsi, disertasi, dan artikel media yang mengkaji fenomena dakwah digital, komunikasi ulama, hingga polemik seputar Mama Gufron di ruang publik. Kombinasi data ini memberikan pemahaman yang lebih utuh mengenai bagaimana Mama Gufron membangun narasi religius dan bagaimana masyarakat menanggapiinya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Gaya Dakwah Mama Gufron**

Hasil penelitian menunjukkan jika gaya dakwah Mama Gufron di TikTok menjadi perhatian publik karena memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan pendakwah pada umumnya. Dalam menyampaikan pesan dakwah, Mama Gufron menggunakan gaya komunikasi yang ekspresif, spontan, dan penuh sensasi sehingga mudah menarik perhatian audiens di media sosial. Cara penyampaian tersebut membuat konten dakwahnya cepat viral dan banyak diperbincangkan oleh masyarakat digital.

Salah satu faktor yang menyebabkan dakwah Mama Gufron menuai kontroversi adalah penggunaan bahasa dan narasi yang tidak biasa. Dalam beberapa video, ia menyampaikan pernyataan-pernyataan yang dianggap berlebihan, unik, bahkan menimbulkan perdebatan publik, seperti ia dapat melakukan video call dengan malaikat maut, dapat berbicara dengan hewan seperti cacing, burung dan binatang lainnya. Gaya bicara yang penuh percaya diri, ekspresi yang dramatis, serta penyampaian klaim tertentu menjadi ciri khas yang membedakan dirinya dari pendakwah lain. Konten semacam ini cenderung menarik perhatian karena memunculkan rasa penasaran dan respons emosional dari audiens.

Selain itu, Mama Gufron sering menampilkan citra diri sebagai figur religius yang memiliki kemampuan atau pengetahuan tertentu di luar kebiasaan umum. Cara tersebut dapat dipahami sebagai strategi komunikasi untuk membangun identitas dan memperkuat personal branding di media sosial. Dalam konteks komunikasi digital, kontroversi sering kali menjadi bagian dari strategi untuk meningkatkan popularitas dan memperluas jangkauan audiens.

Kontroversi dakwah Mama Gufron juga dipengaruhi oleh karakteristik media sosial, khususnya TikTok, yang mendorong konten viral dan interaksi cepat antar pengguna. Video-video yang memancing pro dan kontra biasanya memperoleh lebih banyak komentar, likes, dan shares, sehingga lebih mudah masuk ke halaman For You Page (FYP). Akibatnya, konten kontroversial memiliki peluang lebih besar untuk tersebar luas dibandingkan konten dakwah yang bersifat biasa atau formal.

Respons masyarakat terhadap gaya dakwah Mama Gufron menunjukkan adanya perbedaan persepsi di kalangan audiens. Sebagian pengguna media sosial menganggap gaya dakwahnya menghibur, unik, dan menarik perhatian generasi muda. Namun, sebagian

lainnya menilai bahwa gaya tersebut terlalu sensasional dan berpotensi mengaburkan substansi pesan keagamaan. Perbedaan pandangan ini menunjukkan bahwa penerimaan masyarakat terhadap dakwah digital sangat dipengaruhi oleh cara penyampaian pesan dan citra yang dibangun oleh pendakwah.

Dalam perspektif komunikasi, gaya dakwah Mama Gufron dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi persuasif yang berorientasi pada perhatian publik (*attention seeking*). Kontroversi yang muncul bukan hanya berkaitan dengan isi pesan dakwah, tetapi juga dengan cara pesan tersebut dikemas dan dipertontonkan kepada audiens digital. Hal ini memperlihatkan bahwa media sosial telah mengubah pola dakwah menjadi lebih visual, performatif, dan bergantung pada interaksi publik.

Dengan demikian, gaya dakwah Mama Gufron yang menuai kontroversi menunjukkan bahwa dakwah di era digital tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian nilai-nilai agama, tetapi juga menjadi bagian dari praktik komunikasi modern yang melibatkan pembentukan citra diri, strategi viralitas, dan persaingan perhatian di media sosial. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana media digital memengaruhi cara pendakwah membangun hubungan dengan audiens sekaligus membentuk opini publik di ruang virtual.

Mama Gufron atau Iyus Sugirman atau bernama kun-yah M. Abdul Ghufron al-Bantani (lahir 25 Desember 1963), merupakan pendiri dan pengasuh Pesantren UNIQ Nusantara yang terletak di Desa Pamotan, Kecamatan Dampit, Kabupaten Malang. Dikenal juga dengan nama panggung Mama Abuya Ghufron Al Bantani, Iyus Sugiman sering disebut sebagai KH Muhammad Abdul Ghufron Al Bantani As Syafi'i. Iyus Sugiman mengklaim keturunan dari Syekh Nawawi Al Bantani dan pernah mengaku berdialog dengan Malaikat Munkar dan Nakir. Selain itu, ia juga menyatakan telah menulis sekitar 500 kitab, namun karya-karya tersebut belum pernah dipublikasikan.

Gambar 1 Hasil Tangkapan Layar pada akun Tiktok @abuya mama Gufron



Penelitian ini diperoleh tiga temuan utama berdasarkan teori regulasi media, analisis self- presentation dan dakwah kontroversi terhadap konten digital Mama Gufron, dan tanggapan masyarakat, atas tindakan-tindakannya di media sosial :

## 2. Teori Regulasi Media dalam Konten Dakwah Mama Gufron

Dalam perspektif regulasi media, platform TikTok memiliki peran penting sebagai pengelola ruang komunikasi digital. TikTok memiliki kebijakan komunitas (*community*

guidelines) yang mengatur jenis konten yang boleh dan tidak boleh dipublikasikan. Regulasi tersebut mencakup larangan terhadap ujaran kebencian, informasi menyesatkan, provokasi, serta konten yang dapat merugikan masyarakat. Dengan demikian, konten dakwah yang mengandung unsur kontroversial dapat menjadi perhatian apabila dinilai melanggar pedoman komunitas atau memicu keresahan publik. Kontroversi dakwah Mama Gufron di TikTok menunjukkan adanya dinamika antara kebebasan berekspresi dan kebutuhan akan pengawasan media. Di satu sisi, media sosial memberikan ruang demokratis bagi masyarakat untuk menyampaikan pendapat dan pesan keagamaan. Namun, di sisi lain, konten yang viral dan kontroversial dapat memengaruhi persepsi publik serta memunculkan konflik sosial apabila tidak diimbangi dengan regulasi yang tepat.

### **3. Self-Presentation dalam Konten Dakwah**

Strategi komunikasi seorang ulama dalam dunia digital sangat menentukan bagaimana ia diterima dan dimaknai oleh publik. Dalam konteks ini, Mama Gufron menjadi figur penting yang menggunakan strategi self-presentation untuk membangun citra keagamaan yang khas di media sosial. Teori self-presentation oleh Jones dan Pittman (1982) menjelaskan bahwa individu berusaha mengelola kesan yang muncul dari publik melalui berbagai taktik, antara lain: exemplification, self-promotion, dan ingratiation. Strategi ini sangat relevan untuk memahami bagaimana Mama Gufron menata dan mempertahankan reputasi dakwahnya di era digital.

Taktik pertama yang terlihat dominan dalam akun Tiktok @abuya mama gufron adalah exemplification, yakni upaya membentuk citra diri sebagai sosok teladan atau bermoral tinggi. Mama Gufron kerap menampilkan dirinya sebagai ulama yang dapat berbicara dengan makhluk hidup seperti binatang maupun makhluk gaib seperti malaikat. Ini menjadi penegasan bahwa misi dakwahnya tidak terbatas ruang dan waktu. Taktik kedua Selain membangun keteladanan, Mama Gufron juga menerapkan strategi self-promotion. Ia secara konsisten membagikan pencapaiannya, mulai dari kolaborasi dengan tokoh-tokoh nasional, penghargaan, hingga jumlah jemaah yang hadir dalam setiap kegiatan dakwahnya. Ini merupakan upaya memperlihatkan eksistensi dan efektivitas dakwahnya secara kuantitatif dan kualitatif Strategi ketiga, ingratiation, menjadi ciri khas ceramah-ceramah Mama Gufron. Ia sering menggunakan gaya bahasa yang santai, penuh humor untuk mencairkan suasana. Hal ini terbukti efektif untuk menarik perhatian generasi muda yang lebih menyukai pendekatan non-formal dalam menerima pesan agama.

Dalam teori self-presentation, ingratiation bertujuan menciptakan kesan simpatik di mata audiens. Namun jika tidak dikontrol dengan baik, strategi ini dapat merusak citra religius yang sedang dibangun. Mama Gufron menghadapi tantangan untuk menyeimbangkan antara keluwesan bahasa dengan adab keulamaan yang diharapkan publik. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi dakwah di media sosial tidak hanya soal penyampaian pesan, tetapi juga soal gaya, simbol, dan konteks sosial dari audiens yang terpapar. Bahasa yang efektif bagi satu kelompok bisa menjadi pemicu kecaman bagi kelompok lainnya.

Namun demikian, gaya ingratiation Mama Gufron juga menunjukkan kemampuan adaptif dalam merespons realitas komunikasi modern. Di tengah kebakuan bahasa dakwah konvensional, pendekatannya terasa segar dan relevan.

### **4. Dakwah Kontroversi Mama Gufron ( Teori Dramaturgi)**

Teori dramaturgi menjelaskan bahwa keberhasilan suatu pertunjukan sosial bergantung pada respons audiens. Dalam kasus Mama Gufron, respons masyarakat di TikTok menunjukkan adanya pro dan kontra terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Sebagian audiens menganggap gaya dakwahnya menghibur dan menarik perhatian, sementara sebagian lainnya menilai konten tersebut menimbulkan kontroversi dan

penyimpangan makna dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang interaksi simbolik yang memungkinkan terbentuknya opini publik secara cepat dan luas. Dengan demikian, teori dramaturgi membantu menjelaskan bahwa fenomena dakwah kontroversial Mama Gufron di TikTok bukan hanya persoalan penyampaian pesan agama, tetapi juga berkaitan dengan praktik pengelolaan citra diri dan pertunjukan identitas di ruang digital. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat memahami bagaimana strategi presentasi diri digunakan untuk membangun perhatian publik sekaligus memengaruhi penerimaan audiens terhadap isi pesan dakwah.

### **Pembahasan**

Penelitian ini berfokus pada konten dakwah kontroversial milik Mama Gufron. Hasil analisis menunjukkan bahwa penggunaan bahasa yang seringkali dilontarkan seperti “Maqoli”. Kata-kata tersebut dianggapnya sebagai bahasa Suryani yang tak ada orang mengetahui artinya. Perkataan tersebut memicu beragam reaksi dari audiens di media sosial. Sebagian orang menilai perkataan tersebut sebagai doa yang telah digunakan oleh nabi terdahulu dalam menyampaikan pesan dakwah, sedangkan yang lain mengkritik pemakaian bahasa Suryani tersebut, yang dianggap tidak sesuai dengan Al-Qur’an dan hadis yang seharusnya dijunjung tinggi oleh seorang tokoh agama.

Analisis isi pesan dakwah dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana pesan-pesan yang disampaikan Mama Gufron di TikTok dikonstruksi, dipersepsikan, dan menimbulkan kontroversi di tengah masyarakat digital. Dalam kajian komunikasi dakwah, pesan merupakan unsur utama yang menentukan efektivitas penyampaian nilai-nilai agama kepada audiens. Namun, pada era media sosial, pesan dakwah tidak hanya dinilai dari isi keagamaannya, tetapi juga dari cara penyampaian, gaya komunikasi, dan respons publik yang muncul.

Konten dakwah Mama Gufron di TikTok memiliki karakteristik yang berbeda dibanding dakwah konvensional. Gaya penyampaiannya cenderung spontan, unik, dan sering kali memunculkan pernyataan yang dianggap tidak lazim oleh masyarakat. Hal inilah yang membuat kontennya cepat viral dan menarik perhatian pengguna media sosial. Dalam analisis isi, terdapat beberapa aspek utama yang dapat dikaji, yaitu tema pesan, gaya bahasa, simbol komunikasi, dan respons audiens.

Disisi lain, konten dakwah Mama Gufron membentuk citranya sendiri dengan Self-presentation. Teori self-presentation digunakan untuk menganalisis bagaimana Mama Gufron membangun citra diri dan identitasnya di media sosial. Teori ini menjelaskan bahwa individu cenderung menampilkan diri dengan cara tertentu agar memperoleh kesan atau respons yang diinginkan dari audiens. Teori self-presentation pertama kali dikemukakan oleh Erving Goffman melalui pendekatan dramaturgi. Dalam teori tersebut, kehidupan sosial dianalogikan seperti pertunjukan teater, di mana individu bertindak sebagai aktor yang menampilkan peran tertentu di hadapan publik. Media sosial kemudian menjadi “panggung depan” (front stage) tempat seseorang membangun citra diri untuk dilihat oleh audiens.

Pada konteks TikTok, Mama Gufron memanfaatkan platform digital sebagai media untuk menampilkan identitas dirinya sebagai tokoh dakwah yang unik dan berbeda. Cara berbicara, ekspresi, gaya komunikasi, serta pernyataan-pernyataan kontroversial yang disampaikan menjadi bagian dari strategi self-presentation untuk menarik perhatian pengguna media sosial.

Adapun konten-konten dakwah yang disampaikan oleh Mama Gufron dijelaskan pada tabel berikut ini :

No.	Tanggal Konten	Judul Konten	Konten Kontroversi/ Penyebaran Hoax
1.	23 Maret 2026	Video Call Dengan malaikat maut	Dalam konten tersebut, mama Gufron menjelaskan dapat melakukan video call dengan malaikat maut dan berdiskusi dengan dirinya menanyakan keluarganya yang baru saja meninggal dunia
2	01 April 2026	Abuya Doa Mengguncang Langit	Dalam konten tersebut, mama Gufron membacakan sebuah bahasa yang diklaim sebagai bahasa Suryani dengan ciri khas perkataannya menyebut " <u>Maqoli</u> illa rahmatallah FimaAllah". Ayat tersebut disebut tidak sikron dengan surat apapun didalam Al-Qur'an.
3	05 April 2026	Mama Gufron Berdialog Dengan Jamaah	Didala konten tersebut, mama Gufron berdialog dengan jamaahnya apakah ia bangga dengan <u>dirinya</u> ? selain itu, ia mengaku memiliki sebuah pedang yang bertuliskan bahasa Suryani.
4.	10 April 2026	Menolak Versi Abunya " <u>Syududu</u> "	Dalam konten tersebut, mama Gufron full berbahasa Suryani dengan menjelaskan ciri

			<p>khas kata “<u>Maqoli</u>” dan “<u>Syududu</u>” sebagai kata penolakan.</p>
5.	20 April 2026	Abuya Punya WA Malaikat	<p>Dalam konten tersebut, mama Gufron mengaku punya WA malaikat yang kapan saja bisa melakukan komunikasi dan bernegosiasi untuk masuk surga ataupun neraka.</p>
6.	25 April 2026	Ngaji Bahasa Binatang	<p>Dalam konten tersebut, mama Gufron bisa berbicara dengan binatang seperti ikan dan burung serta bisa berbicara dengan bahasa jin.</p>
7.	28 April 2026	Abunya Berdialog Dengan Malaikat	<p>Dalam konten tersebut, mama Gufron mengaku dapat berdialog dengan semua malaikat termasuk dengan malaikat Israfil. Ia juga mengaku dapat memerintahkan malaikat meniup trompet untuk meniup terompet agar cepat kiamat supaya manusia tidak lagi berbuat dosa.</p>
9.	01 Mei 2026	Mengaji Bareng Abuya	<p>Dalam konten tersebut, mama Gufron ngaji bareng jamaahnya, namun ada yang aneh dalam konten tersebut, ia melantunkan sebuah bahasa mirip bahasa Arab</p>
			<p>tapi tak ada satupun dimengerti arti dari bahasa tersebut.</p>
10.	03 Mei 2026	Mama Gufron Berbahasa Cacing	<p>Dalam konten tersebut, mama Gufron dapat berbicara dengan cacing. Ia mengaku bertemu dengan cacing diakhirat. Ia menjelaskan manusia dijadikan cacing diakhirat karena sewaktu didunia cacing tersebut sering dijadikan umpan oleh manusia.</p>

Berdasarkan tabel diatas ini, dijelaskan bahwa kebanyakan konten dari Mama Gufron berisi hal- hal yang kontroversi dan tidak sesuai dengan ajaran agama Islam. Konten

dakwah yang disampaikan melalui TikTok memiliki potensi besar untuk menjadi viral, namun juga rentan terhadap penyebaran informasi yang tidak terverifikasi. Dalam kasus Mama Gufron, beberapa pernyataan yang kontroversial memicu perdebatan publik terkait validitas isi ceramah. Dalam perspektif teori regulasi media, kondisi ini menunjukkan lemahnya kontrol terhadap isi siaran digital. Jika pada media konvensional terdapat mekanisme editorial yang ketat, maka pada platform digital kontrol tersebut lebih bergantung pada algoritma dan respons audiens. Era digital memberikan ruang yang luas bagi kebebasan berekspresi, termasuk dalam penyampaian dakwah. Namun, kebebasan tersebut perlu diimbangi dengan tanggung jawab dalam menyampaikan informasi yang benar dan tidak menyesatkan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Dakwah Kontroversi Mama Gufron di TikTok: Analisis Self-Presentation dan Isi Pesan Dakwah”, dapat disimpulkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, telah menjadi ruang baru dalam praktik dakwah digital yang tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian pesan agama, tetapi juga sebagai sarana pembentukan citra diri dan popularitas di ruang publik virtual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mama Gufron membangun identitas dirinya melalui strategi self-presentation dengan menampilkan citra sebagai tokoh religius yang unik, eksentrik, percaya diri, dan kontroversial. Strategi tersebut terlihat melalui gaya komunikasi yang spontan, penggunaan bahasa yang tidak biasa, ekspresi dramatis, serta berbagai klaim yang memancing perhatian publik. Dalam perspektif teori self-presentation dan dramaturgi, TikTok menjadi front stage tempat Mama Gufron mengelola kesan dan membangun identitas digital di hadapan audiens.

Selain itu, analisis isi pesan dakwah menunjukkan bahwa konten-konten yang disampaikan mengandung unsur akidah, moral, kritik sosial, serta narasi spiritual yang dikemas secara sensasional. Namun, beberapa isi pesan dinilai kontroversial dan tidak memiliki dasar keagamaan yang jelas sehingga memunculkan perdebatan publik. Viralitas konten tersebut dipengaruhi oleh algoritma TikTok yang mendorong penyebaran video dengan tingkat interaksi tinggi seperti komentar, likes, dan shares.

Penelitian ini juga menemukan bahwa respons audiens terhadap dakwah Mama Gufron terbagi menjadi dua kelompok, yaitu pihak yang menganggap gaya dakwah tersebut unik dan menghibur, serta pihak yang menilai bahwa kontennya berpotensi menyesatkan dan mengaburkan substansi dakwah Islam. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial telah mengubah pola konsumsi dakwah masyarakat menjadi lebih visual, cepat, dan berbasis perhatian publik.

Dalam perspektif regulasi media, fenomena dakwah kontroversial Mama Gufron menunjukkan perlunya pengawasan terhadap penyebaran konten digital yang berpotensi mengandung disinformasi atau penyimpangan pesan keagamaan. Kebebasan berekspresi di media sosial perlu diimbangi dengan tanggung jawab moral dan etika komunikasi agar dakwah tetap memberikan nilai edukatif bagi masyarakat.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa dakwah digital di era media sosial tidak hanya berkaitan dengan penyampaian ajaran agama, tetapi juga dipengaruhi oleh strategi komunikasi, pembentukan citra diri, budaya viralitas, dan dinamika opini publik di ruang digital. Oleh karena itu, diperlukan literasi media dan literasi keagamaan yang baik agar masyarakat dapat menyikapi konten dakwah digital secara kritis, selektif, dan objektif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akil, Muhammad Ansar, *Digital Governance Model Baru Kolaborasi Pemerintah, Swasta, Dan Masyarakat Dalam Administrasi Publik* (Jakarta: Kencana, 2024)
- Akil, Muhammad Ansar, *Integrasi Islam Ilmu Pengetahuan dan Teknologi, Konsep, Problematika & Solusi Peradaban Modern* (Gowa: CV. Tohar Media, 2024)
- Ardona, T. F., dan I. Nasar. "Narasi Hadis di Media Sosial: Adab Komunikasi dalam Dakwah Gus Miftah dan Pembentukan Otoritas Keagamaan." *Jurnal Exact: Kajian Kemahasiswaan* 3, no. 1 (2023): 217–230.
- Asep Saeful Muhtadi. (2012). *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan, dan Aplikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Bahari Rolando Nasution, dan Ade Irma (2025). *DAKWAH ISLAM DI ERA DIGITAL : STUDI TENTANG KETERTARIKAN MAHASANTRI AKADEMIK DAKWAH INDONESIA (ADI) ACEH TERHADAP KONTEN DAKWAH DI TIKTOK*. *JURNAL DA'WAH*. <https://doi.org/10.38214/jurnaldawahstidnatsir.v8i2.345>
- Berger, Peter L., dan Thomas Luckmann. *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. New York: Anchor Books, 1966.
- Elsya, Yulia Anisa Putri. *Self Presentation Pendakwah Miftah Maulana Habiburrahman (Gus Miftah) di Akun Instagram @gusmiftah*. Disertasi, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2022.
- Fridiyanto, F., M. K. Amrullah, dan M. Rifa'i. "Digitalisasi Nahdlatul Ulama: Dari Laku Tradisional Menuju Revolusi Digital." *AD-DHUHA: Jurnal Pendidikan Bahasa Arab dan Budaya Islam* 1, no. 1 (2020): 59–67.
- Hasanah, U., dan N. Nikmawati. "Kontroversi Orasi Kebangsaan Gus Miftah di Gereja Gethel Indonesia (GBI) Penjaringan Jakarta Utara (Analisis Dakwah dan New Media)." *Jurnal An-Nida* 13, no. 2 (2021): 124–132.
- Jones, Edward E., dan Thane S. Pittman. "Toward a General Theory of Strategic Self- Presentation." *Dalam Psychological Perspectives on the Self*, disunting oleh Jerry Suls, vol. 1, 231–262. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1982.
- Komisi Penyiaran Indonesia. (2004). *Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran (P3SPS)*.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.
- Yulia Nafa Fitri Randani. (2021). *Konsep Dakwah dalam Perspektif Islam*.