

**MAMA GUFRON: ANTARA VIRALITAS, SANAD KEILMUAN YANG RAGU,
DAN SIKAP MUI TERHADAP DAKWAH NYELENEH**

Yudo Handoko¹, Auren Bebyrahmadhani², Bunga Permatasari³, Samia
Ramadhani⁴, Ledy Meiza Putri⁵, Raissa Al Fitri⁶, Jesyifa Azzahra Putri⁷, Muhd
Alfisyahri Wibowo⁸

¹Program Studi Administrasi Pendidikan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Jambi

^{2,3,4,5,6,7,8}Program Studi Ilmu Kesehatan Masyarakat, Fakultas Kedokteran dan Ilmu
Kesehatan, Universitas Jambi

yudo@unja.ac.id¹, aurenbebyrahmadhani@gmail.com²,
bungapermatasary3@gmail.com³, samiamadhamani602@gmail.com⁴,
ledyameizaputri05@gmail.com⁵, raissaalfitri5@gmail.com⁶,
jesyifaazzaraputri@gmail.com⁷, muhdalfisyahriwibowoalfisyahri@gmail.com⁸

ABSTRACT

The development of digital technology and social media has significantly transformed the practice of Islamic da'wah in Indonesia. This study examines the phenomenon of Mama Gufron (Ghufron Al-Bantani), a preacher who went viral in 2024 due to controversial claims such as communicating with angels via video call and speaking the 'language of ants.' Using a qualitative descriptive approach, this research analyzes how digital culture and popular culture influence the spread of religious messages and the shift in religious authority in the digital era. The findings show that the virality of Mama Gufron's phenomenon was driven by the unique and sensational nature of the content, the role of social media algorithms, meme culture, and public debate. This phenomenon reflects the challenges of maintaining the authenticity and depth of Islamic teachings amidst the rapid flow of digital popular culture. The study concludes that improving digital and religious literacy is essential for the public to critically filter religious information circulating on social media.

Keywords: da'wah, digital culture, popular culture, Mama Gufron, social media, religious authority

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mengubah praktik dakwah Islam secara signifikan di Indonesia. Penelitian ini mengkaji fenomena Mama Gufron (Ghufron Al-Bantani), seorang penceramah yang viral pada tahun 2024 akibat berbagai klaim kontroversial seperti berkomunikasi dengan malaikat melalui video call dan menggunakan 'bahasa semut.' Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menganalisis bagaimana budaya digital dan budaya populer

memengaruhi penyebaran pesan agama serta pergeseran otoritas keagamaan di era digital. Temuan menunjukkan bahwa viralitas fenomena Mama Gufron didorong oleh keunikan dan sensasionalitas konten, peran algoritma media sosial, budaya meme, serta perdebatan publik. Fenomena ini mencerminkan tantangan dalam menjaga keaslian dan kedalaman ajaran Islam di tengah arus budaya populer digital yang begitu deras. Penelitian menyimpulkan bahwa peningkatan literasi digital dan literasi keagamaan sangat diperlukan agar masyarakat mampu menyaring informasi agama secara kritis.

Kata Kunci: dakwah, budaya digital, budaya populer, Mama Gufron, media sosial, otoritas keagamaan

A. Pendahuluan

Penggunaan platform media sosial telah menjadi suatu kebutuhan bagi masyarakat Indonesia, terutama untuk generasi milenial. Selain untuk memperoleh informasi sehari-hari, media sosial sering kali dimanfaatkan sebagai ruang berkreasi dalam menghasilkan konten yang menarik bagi para penggunanya. Menurut laporan terbaru dari We Are Social, pada tahun 2020 terdapat 175,4 juta pengguna internet di Indonesia, melonjak 17% dibandingkan tahun 2019 (Widyananda dalam Kushardiyanti dkk., 2021).

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi di era digital membawa perubahan besar dalam penyebaran ajaran agama (Qury & Mualif, 2025). Aktivitas dakwah yang sebelumnya dilakukan secara tradisional kini mengalami perubahan besar menuju ranah digital (Wahyuni & Harahap, 2023). Di antara berbagai saluran media sosial, TikTok dan

Instagram Reels menempati posisi yang sangat penting, menawarkan format video singkat yang interaktif dan sangat diminati generasi Z dan milenial (Rahmah dkk., 2024; Safaat, 2024).

Sosial media seperti TikTok, Instagram, dan YouTube kini berfungsi sebagai 'panggung baru' yang memungkinkan siapa pun membuat konten agama tanpa harus melalui proses penyaringan oleh otoritas agama tradisional (Tabaika dkk., 2025). Di satu sisi, digitalisasi dakwah memberikan kemudahan dalam mengakses informasi agama, tetapi di sisi lain juga menjadi tempat munculnya tokoh-tokoh pendakwah kontroversial yang lebih mengandalkan viralitas ketimbang kedalaman ilmu (Mahasiswa Indonesia, 2025).

Salah satu fenomena yang belakangan ini banyak menarik perhatian masyarakat adalah hadirnya Abuya Mama Gufron Al-Bantani. Ia menjadi terkenal karena berbagai

pernyataan dan konten dakwah yang dianggap tidak biasa, termasuk pengakuan dapat berkomunikasi langsung melalui telepon dengan malaikat, mengaku sebagai penjaga pintu neraka, serta penggunaan 'Bahasa Suryani' yang dinyatakan sebagai bahasa langit namun tanpa dasar linguistik atau teologis yang valid (Masjid Alfalah Benhil, 2025).

Fenomena Mama Gufron menunjukkan adanya perubahan cara masyarakat digital mengonsumsi agama, di mana elemen mistisisme dan klaim-klaim supranatural sering kali menarik lebih banyak perhatian daripada analisis teks-teks keagamaan yang normatif. Hal ini menciptakan tantangan besar bagi otoritas agama mainstream dan berpotensi menimbulkan bias dalam persepsi serta mengganggu akidah masyarakat awam (Aprilia dkk., 2026). Oleh karena itu, artikel ini membahas fenomena tersebut dengan judul Mama Gufron: Antara Viralitas, Sanad Keilmuan yang Ragu, dan Sikap MUI terhadap Dakwah Nyeleneh.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library

research). Data dikumpulkan dari berbagai sumber sekunder berupa artikel jurnal ilmiah, berita daring, laporan lembaga keagamaan, dan konten media sosial yang relevan dengan fenomena Mama Gufron. Sumber-sumber tersebut dianalisis secara tematik untuk memahami pola penyebaran, faktor-faktor viralitas, serta dampak fenomena ini terhadap pemahaman keagamaan masyarakat dan citra dakwah Islam di era digital.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Perkembangan Dakwah Islam dalam Budaya Digital dan Budaya Populer

Perkembangan teknologi informasi dan internet telah mengubah lanskap dakwah Islam secara mendasar. Jika dahulu dakwah hanya berlangsung melalui ceramah tatap muka, majelis taklim, atau buku cetak, kini dakwah merambah ke ruang digital menjangkau audiens lebih luas, lintas batas wilayah, dan tanpa batasan waktu. Sejak awal tahun 2000-an, dakwah digital dimulai lewat situs web dan forum diskusi, kemudian berkembang pesat memasuki tahun 2010-an seiring maraknya media sosial (Romdoni & Wulandari, 2025).

Ciri utama dakwah Islam di dunia digital saat ini adalah aksesibilitas tinggi, kemasan beragam yang disesuaikan dengan kebutuhan generasi muda, interaktif (terjadi dialog dua arah), serta jangkauan global. Namun, perkembangan ini juga membawa tantangan: munculnya informasi tidak benar, penafsiran menyimpang, polarisasi, serta ketidakjelasan otoritas keilmuan (Dhora dkk., 2023).

Budaya populer di era media sosial mengalami demokratisasi yang signifikan. Siapa saja dapat membuat, menyebarkan, dan menentukan apa yang menjadi tren tanpa harus melalui lembaga resmi. Algoritma platform sangat menentukan apa yang populer, sehingga tren mudah terpusat dan seragam di banyak tempat. Dakwah kini beradaptasi mengikuti arus budaya ini—dari ceramah formal beralih menjadi konten pendek, visual, dan menggunakan bahasa sehari-hari atau bahasa gaul (Kushardiyananti dkk., 2021).

2. Perkembangan dan Viralitas

Fenomena Mama Gufron di Media Sosial Tahun 2024

Fenomena Mama Gufron (Ghufron Al-Bantani) meledak menjadi viral pada pertengahan 2024. Awal Juni–Juli 2024, akun-akun di TikTok,

Instagram, dan X mengunggah potongan ceramah beliau, pengasuh Ponpes UNIQ Nusantara Malang. Isinya sangat tidak biasa: mengaku bisa berbahasa semut, jin, malaikat, dan menyebutnya sebagai Bahasa Suryani; mengklaim pernah video call dengan malaikat; serta muncul kata khas 'Syududu' yang menjadi ciri khasnya (Nadhiroh, 2024).

Terdapat beberapa faktor yang mendorong viralitas fenomena ini. Pertama, konten yang unik dan melawan logika memicu rasa penasaran khalayak. Kedua, algoritma media sosial memprioritaskan konten pendek, padat, dan mengejutkan sehingga semakin banyak disebarkan sistem ke lebih banyak orang. Ketiga, budaya meme dan hiburan membuat netizen mengubah ucapannya menjadi parodi dan lagu tren. Keempat, debat dan kontroversi publik—termasuk respons dari MUI—semakin memperluas jangkauan fenomena ini (Aji & Wulandari, 2025).

Pada 18 Juli 2024, Mama Gufron merilis video permintaan maaf melalui akun YouTube resmi Ponpes UNIQ Nusantara, namun hal ini justru semakin memicu perhatian dan konten baru. Sepanjang sisa 2024, nama Mama Gufron tetap menjadi ikon kontroversi

tahun itu (Nadhiroh, 2024; Detik Jatim, 2024).

3. Fenomena Dakwah Nyeleneh di Tengah Perkembangan Budaya Digital

Perkembangan budaya digital telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi keagamaan, memungkinkan siapa pun menyampaikan pesan keagamaan kepada publik tanpa melalui proses seleksi atau verifikasi yang ketat (Indriyani & Khadiq, 2023). Kondisi ini memunculkan pergeseran otoritas keagamaan dari ulama yang memiliki latar belakang keilmuan jelas kepada figur-figur yang populer di media sosial, di mana popularitas dan tingkat interaksi lebih menentukan perhatian publik (Syarofi dkk., 2026).

Kasus Mama Gufron dapat dipahami sebagai dampak dari perubahan tersebut. Berbagai pernyataannya yang tidak biasa sangat sesuai dengan karakter media sosial yang cenderung mengutamakan hal-hal mengejutkan, menghibur, atau memancing perdebatan. Semakin banyak interaksi yang diberikan, semakin besar peluang konten tersebut muncul di beranda pengguna lain (Zaenuri, 2024).

4. Konten dan Pernyataan

Kontroversial dalam Dakwah Mama Gufron

Kontroversi Mama Gufron pada tahun 2024 muncul dari isi ceramahnya yang dianggap tidak masuk akal. Dalam salah satu ceramahnya, ia menyatakan dapat berbahasa semut, jin, dan malaikat, serta pernah video call dengan malaikat maut menggunakan Bahasa Suryani. Ia juga mengklaim telah menulis ratusan kitab dalam bahasa Suryani dan Ibrani. Pernyataan-pernyataan ini dianggap berlebihan, tidak dapat diverifikasi, dan menimbulkan keresahan di masyarakat (Tribunnews Aceh, 2024; Permana, 2024).

MUI Jawa Timur menilai klaim tersebut tidak sesuai dengan ajaran Islam dan memperingatkan bahwa Mama Gufron dapat dikenai sanksi jika terus menyampaikan hal-hal demikian. Ceramah-ceramah tersebut kemudian viral di TikTok dan YouTube, memicu kritik luas dari masyarakat dan lembaga keagamaan (Muhyiddin, 2024; MUI, 2024).

5. Faktor Ketertarikan Masyarakat terhadap Konten Dakwah Mama Gufron

Masyarakat tertarik mengikuti konten dakwah Mama Gufron terutama karena gaya penyampaiannya yang sangat sederhana, santai, dan menggunakan bahasa sehari-hari yang mudah dimengerti semua kalangan. Sosok Mama Gufron yang dikenal sebagai sosok ibu memberikan kesan hangat dan penuh kasih sayang, membangun kedekatan emosional yang kuat dengan penonton (Maulana dkk., 2018).

Topik yang dibahas juga sangat relevan dengan masalah nyata yang dialami masyarakat sehari-hari, seperti hubungan suami istri, pendidikan anak, kesabaran, dan keikhlasan. Selain itu, kemasan konten yang singkat, padat, dan menghibur membuat orang mudah menonton dan terdorong membagikannya kembali (Maulana dkk., 2018).

6. Dampak Fenomena Mama Gufron terhadap Pemahaman Keagamaan dan Citra Dakwah Islam

Fenomena ini dapat menyebabkan distorsi pemahaman keagamaan karena tidak semua informasi yang beredar di media digital bersifat akurat. Masyarakat dengan literasi agama yang rendah cenderung menerima informasi tanpa verifikasi

sehingga mudah terpengaruh konten viral meskipun tidak memiliki dasar yang kuat. Akibatnya, pemahaman agama tidak lagi berlandaskan Al-Qur'an dan Hadis, melainkan pada popularitas tokoh di media sosial (Hasibuan & Jaya, 2025).

Fenomena ini juga merusak citra dakwah Islam karena media digital yang kompetitif membuat konten sensasional lebih mudah viral dibandingkan dakwah yang berbasis ilmu. Kurangnya etika dalam komunikasi digital dapat memperburuk citra Islam apabila pesan agama disampaikan secara tidak bijak atau provokatif (Hasibuan & Jaya, 2025).

D. Kesimpulan

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan besar dalam praktik dakwah Islam. Fenomena Mama Gufron merupakan contoh nyata bagaimana budaya digital dapat membentuk popularitas tokoh agama melalui viralitas konten yang sensasional, bukan semata-mata melalui otoritas keilmuan. Viralitas fenomena ini didorong oleh algoritma media sosial, budaya berbagi konten, serta rendahnya verifikasi informasi oleh pengguna media digital. Fenomena tersebut menunjukkan

bahwa viralitas bukanlah ukuran kebenaran suatu ajaran. Diperlukan peningkatan literasi digital dan literasi keagamaan agar masyarakat mampu menyaring, memverifikasi, dan memahami informasi agama secara lebih bijak. Pendakwah juga perlu menjaga etika, kredibilitas, dan dasar keilmuan dalam menyampaikan pesan agama sehingga dakwah di era digital tetap menjadi sarana pendidikan dan pembentukan akhlak yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, W. T., & Wulandari, R. S. (2025). Fenomena Mama Ghufon berbicara bahasa semut dalam teori hegemoni Antonio Gramsci.
- Auliya Urokhim, & Rosyida, E. (2025). Peran media sosial dalam penyebaran dakwah Islam di era digital perspektif Al-Qur'an. *ASWALALITA: Journal of Da'wah Management*, 4(2).
- Badruddin, & Rakhmat. (2023). *Viralitas dai di media sosial*, 2(2).
- Campbell, H. A. (2020). *Digital religion: Understanding religious practice in new media worlds*. Routledge.
- Darifah, U. H., Ahmad, N., & Suhartini, A. (2021). Perkembangan teologi Islam klasik dan modern. *J-KIP*, 2(3), 265-274.
- Dhora, S. T., dkk. (2023). *Dakwah Islam di Era Digital: Budaya Baru 'E-Jihad' atau Latah Bersosial Media*. *Al Qalam*, 17(1), 306-320.
- Fiardhi, M. H. (2021). Peran Dakwahtainment akun channel YouTube Jeda Nulis terhadap pemuda. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi*, 3(2).
- Gantina, T. S. (2026, May 6). Siapa Mama Ghufon? Viral 'Syududu' hingga ngaku bisa bahasa semut, jin, dan malaikat. *Metropolitan.id*.
- Hasibuan, I. A., & Jaya, C. K. (2025). *Komunikasi Dakwah di Era Digital*. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 3(1), 1-16.
- Hidayatullah, R. (2024). Otoritas keagamaan digital: Pembentukan otoritas Islam baru di ruang digital. *Ushuluna*, 10(2), 1-16.
- Indriyani, P. I., & Khadiq. (2023). Transformation of Islamic religious practices in the digital era. *Jurnal Dakwah*, 24(2), 175-192.
- Kushardiyanti, D., Mutaqin, Z., & Nurchotimah, A. S. I. (2021). Tren konten dakwah digital oleh content creator milenial melalui media sosial TikTok. *Orasi*, 12(1), 97-110.
- Majelis Ulama Indonesia. (2024, July 16). Respons polemik Mama Ghufon, MUI lakukan kajian termasuk video call dengan malaikat maut. <https://mui.or.id>
- Maulana, I., Saefullah, C., & Sukyat, T. (2018). *Dakwah di media sosial pada channel YouTube Akhyar TV*. *Tabligh*, 3(3), 258-274.
- Mokodongan, D. N., & Djafri, N. (2023). Pengaruh sejarah peradaban Islam di Indonesia terhadap kehidupan masyarakat. *Universitas Negeri Gorontalo*.
- Muhyiddin. (2024, July 13). Sosok Mama Ghufon, penceramah yang sedang viral. *Republika Online*.
- Mujib, A. (2021). *Sejarah masuknya Islam dan keragaman*

- kebudayaan Islam di Indonesia. *Jurnal Dewantara*, 11(1), 117-124.
- Muthalib, A. (2021). Sejarah perkembangan Islam Indonesia di era modern 1945-2021. *EDUKASI*, 9(1), 1-14.
- Nadhiroh, F. (2024, July 19). 7 fakta Mama Ghuftron viral bisa bahasa semut dan jin berujung minta maaf. *DetikJatim*.
- Panigoro, A. N. M. (2025). Islam digital dan negosiasi otoritas keagamaan. *Alhamra Jurnal Studi Islam*, 6(1), 71-90.
- Permana, F. E. (2024, July 11). Klaim bisa video call malaikat maut, ini daftar kontroversi Mama Gufron. *Republika Online*.
- Pulungan, S. (2021). Sejarah peradaban Islam. *Amzah*.
- Qonita, N. N., Sutanto, T. E., & Inayah, N. (2024). Analisis dinamika tren otoritas keagamaan: Studi kasus di Twitter Indonesia. *The Indonesian Journal of Computer Science*, 13(2).
- Rachman, A., Saumantri, T., & Hidayatulloh, T. (2025). Transformation of religious authority in the digital era. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 45(1), 107-122.
- Rahim, A. W. A. (2024). Dominasi budaya populer: Penguatan nilai-nilai budaya melalui pemanfaatan media sosial. *Al Qalam*, 18(4).
- Rofiani, R., Eq, N. A., & Suhartini, A. (2021). Konsep budaya dalam pandangan Islam sebagai sistem nilai budaya global. *At-Tajdid*, 5(1), 62-73.
- Romdoni, N. H., & Wulandari, M. P. (2025). Dakwah Islam di Era Digital: Perspektif Sosial dan Budaya. *At Tawasul*, 4(1), 59-72.
- Syarofi, A., Alwan, I., & Pratiwi, P. N. (2026). Transformasi otoritas dakwah di era digital. *Pendas*, 11(2), 295-306.
- Zaenuri, L. A. (2024). Komunikasi dakwah Islam dalam platform digital. *ARMADA*, 2(7), 395-405.
- Zuhri, S. I., & Riski, J. W. S. (2026). Like, share, follow dan otoritas keagamaan digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 10(1), 3457-3466.