

## FENOMENA BOIKOT (*CANCEL CULTURE*) DALAM DAKWAH ISLAM

Bambang Mudjiyanto<sup>1</sup>, Fit Yanuar<sup>2</sup>, Launa<sup>3</sup>, M. Daffa Shilbi<sup>4</sup>, Afkar K. Alfaruqi<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN)

<sup>2,3</sup>Prodi Ilmu Komunikasi, FIKOM, Universitas Sahid Jakarta

<sup>4</sup>Prodi Pendidikan Agama Islam, Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Hikmah Jakarta

<sup>5</sup>Departement of Islamic Studies, International Open University (IOU)

Email penulis:

<sup>1</sup>bamb065@brin.go.id

<sup>2</sup>fit\_yanuar@usahid.ac.id

<sup>3</sup>launa@usahid.ac.id

<sup>4</sup>daffarea7@gmail.com

<sup>5</sup>afkarfaruq2001@gmail.com

### ABSTRACT

*The phenomenon of boycott (cancel culture) in Islamic preaching has been increasingly prevalent in the digital era due to the strategic role of da'wah in the information society. This study aims to analyze the underlying factors, forms of expression, and social impacts of boycotts against preachers. A qualitative method with a social constructivist paradigm was employed, using literature review and non-participant observation of social media content such as YouTube, Twitter/X, and Instagram. The findings indicate that da'wah boycotts are driven by multiple factors, including the preacher's attitude or statements, content of the sermons, doctrinal differences, and media framing that influences public perception. In conclusion, the phenomenon of boycotts in Islamic da'wah should be addressed wisely through inter-sectarian dialogue, media literacy, and the reinforcement of the principle of tabayyun to uphold the spirit of da'wah as a mercy to all creation (rahmatan lil 'alamin).*

**Keywords:** *Islamic da'wah, cancel culture, boycott, digital da'wah, actual da'wah, social construction*

### ABSTRAK

Fenomena boikot (*cancel culture*) dalam dakwah Islam semakin meningkat seiring dengan berkembangnya era digital dan peran strategis dakwah dalam masyarakat informasi. Studi ini bertujuan untuk menganalisis faktor penyebab, bentuk ekspresi, serta dampak sosial dari praktik boikot terhadap pendakwah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme sosial, melalui studi pustaka dan observasi non-partisipan terhadap konten media sosial seperti YouTube, Twitter/X, dan Instagram. Hasil kajian menunjukkan bahwa boikot dakwah dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti sikap atau pernyataan pendakwah, konten dakwah, perbedaan mazhab/manhaj, serta *framing* media massa yang membentuk opini publik. Kesimpulannya, fenomena boikot dalam dakwah perlu disikapi secara bijak melalui dialog antarmazhab, literasi media, dan penguatan prinsip tabayyun untuk menjaga semangat dakwah yang rahmatan lil 'alamin.

**Kata kunci:** *Dakwah Islam, cancel culture, boikot, dakwah digital, dakwah aktual, konstruksi sosial*

### PENDAHULUAN

Dakwah Islam merupakan ikhtiar penting sekaligus upaya strategis dalam menyebarkan ajaran Islam kepada umat manusia. Dakwah adalah upaya spiritual untuk membimbing dan menata

kehidupan umat. Namun, dalam praktiknya, dakwah tidak selalu diterima secara positif oleh umat. Dalam banyak kasus, aktivitas dakwah juga menghadapi *cancel* dalam ragam bentuk dan alasan,

seperti alasan perbedaan mazhab/manhaj/*fiqh*; perbedaan simbol sosial dan atribut budaya Islam; perbedaan sudut pandang dan pendekatan dakwah; perbedaan metode dakwah yang digunakan; dan bentuk-bentuk *ikhtilaf* yang bersifat *furu'iyah* atau *khilafiyah* lainnya.

Dakwah atau majelis ilmu adalah *learning corner*, tempat di mana orang belajar memahami dan mengkaji ilmu agama. Dakwah atau forum majelis ilmu, bagi umat Islam adalah tempat mulia, istimewa, dan penuh keberkahan, bahkan Rasulullah menyebutnya 'taman surga'.

Tujuan dakwah Islam adalah mulia, yakni mengajak segenap umat manusia (*wa bil khusus* kaum muslimin) untuk mengkaji, memahami, dan mengamalkan ilmu agama dengan iman dan takwa, agar tercipta tatanan kehidupan manusia yang sesuai dengan ajaran, nilai, dan aturan Islam; guna mewujudkan peri kehidupan umat yang sejahtera lahir-batin, dunia dan akhirat (Muallif, 2022).

Secara konseptual, tujuan, sasaran, cara, metode, landasan/dalil, dan hukum dakwah (majelis ilmu) dapat diringkas sebagai berikut:

Tujuan	Menggapai keselamatan dan kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat
Sasaran	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menyeru pada kebaikan dan mencegah kemungkaran</li> <li>- Mengajak manusia untuk beriman dan taat kepada Allah, memeluk agama Islam, mengamalkan ajaran Islam sesuai perintah Allah dan tuntunan Rasulullah</li> <li>- Menyeru pada manusia untuk menjaga dan memelihara nilai-nilai kemanusiaan yang sesuai dengan petunjuk Al-Qur'an dan Hadist</li> </ul>
Cara	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Praktik/perbuatan (contoh langsung)</li> <li>- Lisan (ceramah mimbar/pengajian)</li> <li>- Tulisan (cetak)</li> <li>- Elektronik (audio, visual)</li> <li>- <i>New media</i> (internet)</li> </ul>
Metode	- <i>Mau'izah al-hasanah</i> (dilakukan dalam upaya membangun

	<p>kesadaran melalui nasihat, wasiat, <i>tabsyir</i>, <i>tandzir</i>, dan sebagainya)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Fardiyah</i> (dilakukan seseorang kepada individu lain [satu orang atau beberapa orang] dalam jumlah yang kecil dan terbatas)</li> <li>- <i>Ammah</i> (dilakukan oleh seseorang kepada khalayak dalam jumlah besar dengan media lisan. Metode Ammah disampaikan melalui khutbah atau pidato sehingga dapat didengar oleh banyak orang)</li> <li>- <i>bil-Lisan</i> (penyampaian informasi atau pesan dakwah melalui lisan, baik berupa ceramah atau kontak langsung antara subjek dan objek dakwah atau antara <i>da'i/ustadz/ulama/mubaligh</i> dan jama'ah)</li> <li>- <i>bil-Haal</i> (mengutamakan perbuatan nyata, melalui pemahaman teori beserta contoh praktisnya dalam kehidupan sehari-hari)</li> <li>- <i>bit-Tadwin</i> (dilakukan melalui tulisan, baik dengan menerbitkan kitab-kitab, buku, majalah, koran, artikel di internet, dan ragam saluran media lainnya)</li> <li>- <i>bil-Hikmah</i> (disampaikan dengan pendekatan komunikasi khusus yang bersifat persuasif. Dengan begitu, hati penerima dakwah tergerak untuk melaksanakan ajaran-ajaran yang baik atas inisiatif, kehendak, atau kemauannya sendiri)</li> </ul>
Landasan/ dalil	<p>QS. An-Nahl, ayat 125: (yang artinya: "Ajaklah manusia ke jalan Tuhan-mu dengan cara yang bijaksana, pengajaran yang baik dan berdialoglah dengan mereka dengan cara-cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk")</p> <p>QS. Ali Imran, ayat 104: (yang artinya: "Dan hendaklah ada dari kamu satu umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; mereka adalah orang-orang yang beruntung")</p>
Hukum	<i>Fardhu kifayah</i> (wajib bagi seorang muslim)

Fenomena penolakan umat terhadap dakwah Islam dalam kajian komunikasi

dan studi media dikenal sebagai peristiwa atau gejala *cancel culture*. *Cancel culture* (*canceling* atau *call-out*) saat ini menjadi istilah seksi yang digunakan sebagai ‘simbol perlawanan’ warganet di jagad sosial media. Per definisi, *cancel culture* memiliki banyak arti dan definisi. *Urban Dictionary* sendiri mencatat setidaknya ada 16 definisi terkait istilah ini.

Namun, secara sederhana, *cancel culture* dapat diartikan sebagai usaha kolektif pengguna media sosial (warganet) untuk ‘memboikot’ individu atau tokoh tertentu karena perkataan, pernyataan, postingan, perbuatan, atau tindakannya dianggap mengandung unsur pelecehan, narsisme, *doxing*, *flexing*, atau bersifat frontal, ofensif dan kontroversial.

Biasanya tokoh yang di-*cancel* telah melakukan hal yang dianggap buruk oleh publik, seperti mengusik agama, etika/moral; bersikap ekstrim, radikal, dan intoleran; atau mencederai aturan dan nilai-nilai sosial. Praktik boikot, penolakan, atau pengucilan umumnya terjadi di ranah media sosial, seperti Twitter, Instagram, Facebook, TikTok, Telegram, Line, atau platform lainnya. Impaknya, individu ter-*cancel* bisa dipermalukan, tidak dipercaya, cacat reputasi, hingga kehilangan pekerjaan/profesinya.

Dalam konteks dakwah Islam, juga terjadi kasus boikot (*cancel culture*) pada *da’i* kondang. Di ranah boikot aktual non virtual, *cancel culture* menysasar para *da’i* di banyak tempat, seperti kasus boikot Ustadz Syafiq Basalamah di Pamekasan (Agustus 2016), boikot Ustadz Khalid Basalamah di Sidoarjo (Maret 2017), boikot Ustadz Abdul Somad di Bali (Desember 2017), atau kasus boikot Ustadz Firanda Andirja di Banda Aceh (Juni 2014) dan di Kabupaten Wajo (Maret 2022) (Khafi, 2016; detik.com; 2017; Saut, 2017; akurat.co, 2022).

Sementara di ranah dakwah virtual, pemboikotan juga terjadi pada kasus penceramah Gus Miftah. Dalam salah satu sesi acara tabligh akbar di Cirebon, Gus Miftah dianggap mengolok-olok penjual

es teh. Videonya lantas beredar luas di Youtube, dan warganet merespons cepat video itu lewat tagar #BoikotGus Miftah (Sahroji, 2024).



Gambar 1. Ceramah Gus Miftah di Cirebon  
Sumber: swaindonesia.com, 2024

Boikot berikut juga terjadi pada 200 *mubaligh* yang memantik polemik dan kontroversi, karena boikot dimuat secara resmi di akun milik Kementerian Agama RI (kemenag.go.id, 2018). Boikot versi Kemenag RI pada awal Mei 2018 itu kemudian viral di media sosial, dan di posting ulang oleh akun Facebook Generasi Muda NU pada akhir Mei 2018, yang merilis 20 nama ustadz dari 200 penceramah radikal. Ke-20 nama ustadz tersebut dirilis oleh *fanspage* Facebook milik Generasi Muda NU, diantaranya Habib Riziek Shihab, Ustadz Abdul Somad, Ustadz Bachtiar Nasir, Ustadz Yazid bin Jawas, Ustadz Ismail Yusanto, Ustadz Khalid Basalamah, Ustadz Haikal Hasan, dan Ustadz Salim Fillah.

*Fanspage* Facebook milik Generasi Muda NU itu diikuti oleh lebih dari 196 ribu followers. Unggahan tersebut disukai oleh 13 ribu warga Facebook, dibagikan lebih dari 10 ribu kali, serta mendapat 32 ribu komentar (kumparan.com, 2018).

Berbagai kasus *cancel culture* dalam dakwah Islam, baik yang beciri langsung (bersifat aktual; nyata) maupun termediasi oleh media sosial (bersifat virtual; digital)—dalam paradigma ilmu sosial konstruktivis—dipahami sebagai gejala/fenomena sosial unik dan spesifik, bukan gejala/fenomena sosial biasa, karena kasus penolakan/boikot memiliki latar

motif, ekspresi, tendensi, dan implikasi sosial yang berbeda.



Gambar 2. Tangkapan Layar akun Facebook Generasi Muda NU  
Sumber: suaranasional.com, 2018

Membiaknnya gejala *cancel culture* di Indonesia tentu tak bisa dilepaskan dari peningkatan jumlah pengguna media sosial. Data Reportal Indonesia menyebut, hingga awal 2025, ada sekitar 143 juta pengguna media sosial di Indonesia. Angka ini setara dengan 50,2% dari total jumlah penduduk Indonesia, yang menurut data BPS berjumlah ± 284.438.800 juta jiwa. Jumlah pengguna media sosial ini meningkat 4 juta (2,9%) dibandingkan Januari 2024 (Kemp, 2025). Sementara menurut survei Down Emprit (2023), 50% pengguna internet Indonesia mencari informasi seputar Islam melalui media sosial. Sebanyak 90 persen lebih (dari 50% pengguna internet tersebut) mengulik informasi seputar isu-isu keagamaan paling dasar, seperti *lafadz* syahadat, rukun Islam, rukun iman, tata cara sholat, tata cara puasa, dan tata cara ibadah lainnya. Mereka umumnya adalah para remaja (usia 15-20 tahun) atau orang dewasa (21-35 tahun) yang tidak terbiasa sholat rutin di masjid, ikut mengaji/mejelis. Mereka adalah penikmat dakwah digital melalui kanal media sosial (republika.co.id, 2023).

Berangkat dari identifikasi masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi penyebab, bentuk, dan dampak boikot terhadap dakwah Islam baik secara aktual maupun digital.

## TINJAUAN PUSTAKA

### A. Dakwah Aktual dan Dakwah Digital

Secara etimologis, dakwah berasal dari bahasa Arab, bentuk *mashdar* dari *do'a* dan *yad'u* yang berarti seruan, ajakan, atau panggilan. Kata *da'a-yad'u-da'watan* memiliki kesamaan makna dengan *an Nida'* yang berarti memanggil atau mengajak. Secara terminologi, dakwah adalah kegiatan menyeru kepada sekalian manusia untuk beriman dan bertakwa kepada Allah (Syukur, 2017: 3).

Dalam praktek, istilah dakwah seringkali dirangkai dengan kata ilmu dan kata Islam, sehingga di kemudian hari istilah dakwah berkembang menjadi ilmu dakwah atau ilmu dakwah Islam (*ad dakwah al Islamiyah*) (Muhtar, 2024).

Dakwah aktual dan dakwah virtual adalah dua pendekatan dalam sosialisasi ajaran Islam. Jika dakwah aktual (dakwah konvensional) berinteraksi langsung dengan masyarakat (jama'ah/umat), maka dakwah virtual bersifat tidak langsung, menggunakan alat bantu (internet), berinteraksi dengan warganet. Dakwah aktual fokus pada metode interaksi langsung (*bil-Hikmah*, seperti ceramah atau pengajian), sementara dakwah virtual memanfaatkan kanal media sosial untuk menjangkau khalayak lebih luas dengan metode *Mau'izah al-hasanah*, *Ammah*, *bil-Lisan*, *bil-Haal*, atau metode *bil-Hikmah* (Primayudha, 2022).

Dakwah digital (atau digitalisasi dakwah) saat ini menjadi fenomena aktual dakwah Islam modern yang di dukung penuh oleh perangkat teknologi digital. Dakwah digital adalah teknik penyebaran (*syiar*) ajaran Islam melalui platform digital (Youtube, Instagram, TikTok, *Podcast*, Twitter/X, Telegram, dan platform sosial media lainnya). Digitalisasi dakwah tak hanya wujud transformasi, namun merupakan bentuk adaptasi dakwah Islam

modern yang saat ini terus bergerak di tengah tuntutan dan arus perubahan pesat masyarakat informasi (*digital society*) (Huda, 2022).

Dakwah digital adalah wujud nyata Islam untuk mengajak umat ke jalan yang lurus melalui pemanfaatan media sosial, situs web, dan jenis aplikasi menarik lain yang bersifat *shareable*. Konten dakwah bisa berupa infografis, video, atau audio pendek (berisi ceramah singkat), animasi kisah islami, atau *quotes* islami sesuai dengan tingkat kebutuhan dan karakteristik jama'ah/umat. Dalam realitas hidup masyarakat virtual, dakwah Islam harus mampu beradaptasi dan bertransformasi dengan teknologi digital. Format dakwah tidak melulu ceramah konvensional, tapi juga bisa tampil dalam konten-konten menarik, kreatif, inovatif, interaktif, dan mudah diakses secara digital oleh semua kalangan (Safariningsih, 2025).

Dakwah digital (melalui Youtube, Instagram, TikTok, atau *Podcast*) saat ini praktis telah memberi akses jangkauan lebih luas dalam perluasan dakwah Islam tanpa harus terkendala faktor usia, suku, ras, golongan, dan geografis serta tempat, fasilitas, biaya, ruang, dan waktu.

### **B. Konstruksi Sosial Dakwah**

Sebagai dasar teoritis, penelitian ini merujuk pada pemikiran Berger & Luckmann (1966) yang memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi bersama melalui interaksi simbolik. Konstruksi sosial dakwah mengacu pada proses bagaimana dakwah membentuk dan dipengaruhi oleh realitas (norma dan nilai-nilai sosial) masyarakat. Konstruksi sosial membantu kita memahami bagaimana nilai, norma, dan praktik keagamaan terbentuk melalui proses komunikasi dan interaksi sosial. Dalam pemahaman paradigma konstruksi sosial, dakwah adalah wujud dari simbol, orientasi, persepsi, nilai, norma, dan perilaku sosial keagamaan yang memberi pengaruh pada pembentukan konstruksi sosial Islam. Sebagai wujud simbolik,

dakwah Islam tidak hanya sekedar soal transmisi pesan keagamaan, tetapi juga membentuk pemahaman, sikap, dan praktik sosial keagamaan kaum muslim secara *kaffah* (Setyawan & Nugroho, 2021).

Paradigma konstruksi sosial juga meyakini bahwa dakwah Islam adalah hasil konstruksi sosial dari para tokoh/ulama Islam. Nilai, norma, keyakinan, dan perilaku umat Islam akan terkonstruksi secara efektif jika simbol-simbol Islam kompatibel dengan latar sejarah, realitas sosial, tradisi, dan fitur budaya umat Islam Indonesia (Setyawan & Nugroho, 2021).

### **C. Cancel Culture dan Media Baru**

Di tengah gemuruh aktivitas media sosial yang kian masif, fenomena *cancel culture* telah memantik kontroversi dan pro-kontra baru dari banyak pihak. Eksistensi *cancel culture* sulit dilepaskan dari kian literasi, kritisisme *netizen*/warganet, merebaknya sinisme dan sentimen sosial serta ketidakadilan informasi dan ketimpangan komunikasi. Perkembangan pesat teknologi digital menjadi 'tungku panas' dari penyebaran *cancel culture*, termasuk dalam dakwah/majelis ilmu.

*Cancel culture* atau 'budaya boikot' awalnya hanya digunakan untuk menganalisis fenomena 'penarikan dukungan' dalam wujud ekspresi kemarahan publik (*public ostracism*) sebagai dampak dari pernyataan (*statement*), postingan (*post*) atau tindakan (*action*) individu/kelompok yang mengandung unsur *doxing*, *flexing*, atau bersifat ofensif dan kontroversial.

Sebab, era digital telah mengubah secara mendasar cara kita berinteraksi dan berkomunikasi, termasuk cara kita berdakwah. Di ranah dakwah, *cancel culture* merujuk pada tindakan umat dalam memboikot/menolak pencemarah atau *da'i* tertentu. Alasannya bisa karena muatan (isi) ceramah, cara berkomunikasi penceramah, metode/pendekatan ceramah, perbedaan mazhab (hukum/*fiqh*) atau manhaj (aplikasi ibadah), atau faktor

lain seperti faktor kompetisi atau faktor perbedaan afiliasi politik.

Meski tujuan *cancel culture* dalam banyak aspek bersifat positif (menuntut tanggung jawab moral dan sosial pada individu atau kelompok tertentu akibat perkataan, pernyataan, atau tindakannya yang merugikan, namun praktik *cancel culture* juga menuai banyak kritik dan kontroversi, karena dampaknya yang bisa merugikan orang dalam jangka panjang.

Menurut Amalia, et al (2023) dan Altamira dan Movementi (2023), *cancel culture* adalah fenomena boikot dalam versi *new media* yang digunakan sebagai:

1. Pemanfaatan algoritma media sosial untuk meng-‘amplifikasi’ isu-isu lokal menjadi isu nasional (bahkan regional atau global) dalam waktu singkat.
2. Penggunaan ruang publik digital untuk memberi dukungan publik atau penolakan sosial; serta menciptakan ruang ‘keheningan’ (*spiral of silence*) atau ‘ruang gema’ (*echo chamber*).
3. Mekanisme kontrol sosial, di mana publik digital bisa menuntut tanggung jawab individu atau kelompok yang dianggap membuat *statement*, opini atau postingan kontroversial.
4. Mekanisme publik dalam membentuk atau menyebarkan opini secara luas, cepat, sistematis, dan masif dengan memanfaatkan ruang sosial media.

#### **D. Studi Terdahulu**

Studi kualitatif ini bersandar pada kajian terdahulu yang membahas topik sejenis, seperti studi Bukhari: *Penerimaan dan Penolakan Pesan Dakwah dalam Interaksi Simbolik Da’i dan Mad’u Pada Jamaah Tabligh di Kota Padang* (2015); Arifin (*Mubaligh Youtube dan Komodifikasi Konten Dakwah*, 2019); Makombang, et al (*Perilaku Boikot Dalam Perspektif Islam dan Implementasinya di Era Kontemporer*, 2023); Ferdiansyah, et al (*Fenomena Perilaku Cancel-Culture di Media Sosial dalam Perspektif Fiqh Siyasa: Kasus Umayyad Shahab*, 2024); dan studi Sambodo & Maksum (*Analisis*

*Penolakan Dakwah Salafi di Indonesia dalam Perspektif Sosial*, 2024).

Studi Bukhari (2015) memiliki ciri kualitatif-fenomenologis ini menemukan fakta, bahwa Jama’ah Tabligh Kota Padang terbagi dalam dua *cluster*, yakni jama’ah Tabligh yang menerima pesan dakwah karena kecocokan ideologis, keyakinan, metodenya persuasif, pemilihan bahasa (diksi) yang menarik, dan tidak mempersoalkan *khilafiyah* antar mazhab. Namun, ada *cluster* jama’ah yang menolak dakwah Tabligh, baik karena argumen cara penyampaian yang dianggap kurang simpatik atau materi dakwah yang kurang *equal* saat memosisikan aspek kehidupan duniawi dan aspek kehidupan *ukhrawi* dalam penekanan isi/materi dakwah.

Studi Arifin (2019) memiliki ciri kualitatif dengan pendekatan analisis konten. Studi ini menemukan fakta, bahwa dakwah digital via Youtube berdampak negatif, karena konten dakwah dari masing-masing *mubaligh* memiliki variasi, orientasi, dan persepsi berbeda dalam mengelaborasi ajaran Islam. Dakwah digital melalui Youtube saat ini sangat relevan bagi umat Islam yang hidup di era virtual, namun konten ceramah yang berbeda dari tiap-tiap *mubaligh* potensial mendistorsi persepsi umat terhadap ajaran Islam.

Studi Makombang, dkk (2023) yang memiliki ciri kualitatif dengan pendekatan studi pustaka ini menemukan fakta, bahwa Dalam sejarah Islam, kasus boikot dapat ditemukan di banyak peristiwa, seperti boikot yang dialami Nabi Muhammad dan kaum Muslimin di Mekah oleh kaum Quraisy, boikot (pengucilan sosial) suku Quraisy pada klan Bani Hashim (dilarang berinteraksi dan menikah) dan pengucilan ekonomi (dilarang berdagang/bertransaksi dengan suku lain), boikot umat Islam pada pemimpin dzalim Hajjaj bin Yusuf ats-Tsaqafi (Gubernur Kufah, Irak), dan beberapa kasus boikot umat Islam lainnya. Di era kontemporer saat ini, perilaku boikot tetap relevan dilakukan oleh umat Islam di tingkat global (terutama negara-

negara Islam), seperti boikot umat Islam dunia terhadap produk-produk Israel atau produk negara-negara Barat yang mendukung okupasi atau berafiliasi dengan kepentingan bisnis rezim zionisme Israel.

Studi kualitatif Ferdiansyah (2023) berhasil mengelaborasi posisi/kedudukan boikot (*cancel culture*) dari perspektif *fiqih siyasah*, yakni sejauh mana *cancel culture* memberi rasa adil dan ruang kebebasan berpendapat pada umat; tidak semata bertujuan untuk merusak reputasi seseorang dan menimbulkan dampak psikologis yang serius. Dalam perspektif *fiqih siyasah*, kebebasan berpendapat harus diimbangi dengan tanggung jawab moral dan sosial; tidak boleh merugikan kepentingan dan hak orang lain secara tidak adil. Prinsip keadilan, *masalah*, *syura*, dan taubat dalam Islam sesungguhnya telah memberi landasan komprehensif untuk menilai secara kritis dan seimbang fenomena *cancel culture* sesuai dengan perintah Al-Qur'an dan Hadist.

Studi kualitatif Sambodo & Maksom (2024) yang berbasis *field research* dengan pendekatan *literature review* juga menemukan fakta, bahwa boikot pada banyak kasus dakwah Salafi di Indonesia terjadi karena faktor *khilafiyah* terkait dakwah dan tata cara ibadah kelompok Salafi yang dianggap unik dan eksklusif. Perbedaan bukan pada substansi dakwah atau ibadah, namun lebih pada aspek perbedaan persepsi (*ikhtilaf*) yang memicu bias pemahaman dan intoleransi. Sikap mencurigai antar sesama mazhab *ahlussunah* (nahdliyin vs Salafi) sangat mempengaruhi soliditas sosial, solidaritas umat, dan kerukunan antarumat/antar kelompok Islam (*ukhuwah islamiyah*).

Kajian ini memiliki perbedaan (*research gap*) dengan kelima studi terdahulu, baik dari sisi fokus kajian (*cancel culture* sebagai fenomena boikot dakwah virtual), dari sisi teori dan pendekatan, juga dari sisi kasus yang digunakan dalam kajian.

## **METODE PENELITIAN**

Kajian ini menggunakan paradigma konstruktivis memiliki ciri kualitatif (subjektif dan interpretif). Kajian kualitatif bergenre *social construction* ini menimba sumber datanya dari studi literatur dan konten media sosial terkait fenomena boikot (*cancel culture*) dalam dakwah Islam. Studi literatur digunakan untuk memberi latar masalah (*setting of problem*) terkait posisi teoritis mutakhir fenomena *cancel culture* sebagai wujud konstruksi sosial dalam dakwah Islam.

Sumber data kajian sepenuhnya bersandar pada data sekunder, yakni observasi non partisan yang berasal dari konten dakwah media sosial dan temuan data deksriptif yang relevan dari hasil studi pustaka. Jika metode observasi non partisipan berguna untuk mengamati dinamika *cancel culture* (boikot) dakwah digital di media sosial, maka studi literatur digunakan untuk mengamati fenomena yang boikot berlangsung di ranah sosial-aktual.

Observasi non partisipan dan studi literatur sengaja dipilih sebagai kombinasi analisis untuk menjaga objektivitas dan meminimalisir bias dalam penelitian (Hasanah, 2017). Platform media sosial yang diamati antara lain YouTube, Twitter/X, dan Instagram. Unit analisis adalah konten ceramah pendakwah yang mengalami boikot. Teknik analisis dilakukan dengan *thematic coding* terhadap narasi-narasi boikot dan literatur akademik yang relevan. Hasil observasi data (dari media sosial maupun studi pustaka) kemudian dianalisis secara deskriptif-tematis melalui langkah berikut: (1) tahap pengumpulan dan pengorganisasian data; (2) tahap identifikasi dan kategorisasi data; (3) tahap interpretasi dan analisis data; dan (4) tahap penarikan kesimpulan/ verifikasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Boikot Dalam Perspektif Islam**

Dalam Islam, boikot adalah bentuk penolakan, penghindaran, atau penghentian hubungan sosial, ekonomi, atau inter-aksi dengan

individu/kelompok/produk, atau entitas tertentu yang dianggap bertentangan dengan nilai-nilai ajaran Islam (sisi akidah, syariah, dan akhlak). Dalam kajian Islam, akar boikot bersumber dari konsep *a'rada* (berpaling), *hajara* (menghalangi; menahan), dan *naha* (melarang) (Shihab, 2017).

Dalam studi boikot Islam, fenomena ini ada dalam beberapa studi, seperti kajian boikot dalam konteks *akidah* (Zainu, 2003), kajian boikot *muamalah* (Sutrisno, et al, 2024; Mukhtar, 2024), kajian boikot *ekonomi* (Khoiriyah, 2024; Makombang, et al., 2023), kajian boikot sosial (Majid, et al., 2019), dan kajian dalam konteks boikot *dakwah* (Bukhari, 2015; Prima-yudha, 2022).

Boikot akidah merujuk pada penolakan umat Islam terkait pelanggaran yang diyakini umat berpotensi merusak ajaran Islam dan sendi-sendi keimanan umat. Boikot ini adalah media ekspresi kolektif umat Islam dalam mempertahankan ajaran Islam dari hal-hal yang nyata atau tersembunyi berpotensi menodai akidah dan syariat. Boikot akidah terjadi dalam bentuk penolakan umat terhadap kehadiran keyakinan baru, ideologi asing (sekularisme, liberalisme, atau pluralisme), atau praktik ibadah yang menyimpang.

Boikot muamalah adalah tindakan penolakan umat atas aktivitas ekonomi atau hubungan sosial yang melanggar syariat agama. Tindakan ini bisa dalam bentuk menolak melakukan transaksi/kerjasama bisnis dengan individu/kelompok/ perusahaan yang melanggar syariat atau merugikan kepentingan umat Islam atau syariat Islam. Boikot berfungsi sebagai kontrol untuk menjaga kemurnian Islam dan menegakan keadilan dalam hubungan sosial-ekonomi antar manusia.

Boikot ekonomi dalam Islam bisa dibagi ke dalam larangan atas jenis makanan/minuman yang diharamkan (seperti bangkai, darah, daging babi, burung berkuku tajam, dan hewan yang disembelih tanpa menyebut nama Allah.

Selain itu, minuman keras (*khamr*) dan makanan yang mengandung racun juga diharamkan (Fatwa MUI No. 10 Tahun 2018). Boikot ekonomi juga bisa terjadi pada institusi, seperti boikot pada perusahaan yang mensponsori, memproduksi, atau mendistribusikan makanan/minuman yang tidak sesuai dengan syariat Islam.

Salah satu contoh boikot yang saat ini masih berlangsung masif di berbagai negara (terutama di negara Islam) adalah boikot produk-produk Israel. Boikot ini didorong oleh: a. Rasa solidaritas dan dukungan penuh umat Islam atas perjuangan rakyat/bangsa Palestina; b. Terus menyuarakan kecaman atas kejahatan perang/genosida rezim zionis Israel melalui media sosial; c. Meminta pemerintah dan perusahaan di negara-negara Islam memutus hubungan diplomatik dan memutus hubungan dagang dengan rezim zionis Israel; d. Boikot total atas produk-produk Israel dan produk perusahaan yang terafiliasi bisnis dengan Israel (Wibowo, et al., 2024).

Sementara boikot dakwah—baik yang diinisiasi langsung oleh jamaah, tokoh Islam/ulama, ormas Islam, atau oleh pemerintah—adalah bentuk pelarangan/penolakan (secara halus atau pun terbuka) terhadap kehadiran/partisipasi *da'i*, ustadz, ulama atau *mubaligh* dalam kegiatan dakwah. Ini bisa terjadi karena berbagai alasan, seperti perbedaan pendapat (*khilafiyah*), materi dakwah dianggap bertentangan dengan ajaran/syariat Islam, atau ucapan yang berpotensi merusak persatuan (memuat unsur *flexing*, *hate speech*, narsisme, rasis, kekerasan verbal, hingg pelecehan). Beberapa kasus boikot (*cancel culture*) dalam konteks dakwah, coba diurai dalam bahasan di bawah.

## **B. Fenomena Boikot Dakwah**

Kasus boikot penceramah kondang Ustadz Abdul Somad (UAS) di Hotel Aston Bali pada Desember 2017 lalu oleh Gerakan Nasionalis Patriot Indonesia. Hasil analisis menunjukkan, boikot UAS

dilatari oleh alasan: a. Ceramah UAS dianggap kontroversial (terutama soal isu khilafah); b. Dalam dakwahnya dianggap kerap menyinggung agama/keyakinan lain; c. UAS dianggap tidak menghormati Pancasila dan NKRI; d. Sosok UAS dianggap tidak nasionalis karena sang ustadz tak bersedia mencium bendera merah-putih dihadapan para pendemnya di Bali (Martony, 2017).

Berikutnya, kasus penolakan dan pendeportasian UAS oleh pemerintah Singapura pada Mei 2022. Penolakan dakwah UAS menjadi isu sensitif yang memicu spekulasi diplomatik dan isu panas di media massa dan media sosial. Sebagai negara multiagama, Singapura memiliki kebijakan yang ketat terhadap ajaran agama, terutama para tokoh agama yang radikal atau ujarannya memiliki ciri segregatif (cnnindonesia.com, 2022).



Gambar 3. Penolakan Dakwah UAS di Bali  
Sumber: eramuslim.com, 2017

Pemerintah Singapura menolak UAS karena beberapa alasan, seperti: UAS dikenal sebagai peyebar ajaran agama ekstremis dan berpotensi memecah belah (segregatif) yang sulit diterima di entitas masyarakat harmonis; UAS dianggap pendakwah yang gemar mengkafirkan ajaran agama lain; dan materi ceramah UAS pernah memuat isu ‘bom bunuh diri’ (cnnindonesia.com, 2022).

Kasus boikot Ustadz Bahar bin Smith (UBS) oleh atusan massa dari ormas adat Minahasa. Penolakan UBS di Bandara Sam Ratulangi Manado terjadi pada 15 Oktober 2018 lalu. Penolakan ini terjadi karena massa menganggap UBS (dan koleganya, Habib Hanif al-Athos)

cenderung provokatif, intoleran, dan radikal dalam berdakwah (Syakur, 2018). Namun, oleh sebagian kalangan, UBS dipersepsi sebagai *da'i* berkarakter tegas dan lantang dalam menyuarakan aspirasi umat. Paradigma dakwahnya memiliki ciri *nahi munkar*: keras, tegas, dan konfrontatif terhadap isu ketidakadilan.

Gaya ceramahnya yang berapi-api dan provokatif membuat banyak pihak merasa terusik. Apalagi UBS juga dikenal dekat dengan Habib Rizieq Shihab, pimpinan Front Pembela Islam (FPI) dan aktivis Islam garis keras (ber-ciri *ma'ruf nahi munkar*) lain. UBS juga dikenal sebagai pendiri Pondok Pesantren Tajul Alawiyin dan tokoh muda Majelis Pembela Rasulullah. Pendekatan dakwah yang konfrontatif dan kontroversial menjadikan sosoknya UBS tidak disukai pemerintah. UBS kerap berhadapan dengan aparat penegak hukum, para tokoh ormas Islam, atau organisasi massa lain yang berbeda pandangan dengan dirinya (republika.co.id, 2023).



Gambar 4. Penolakan Dakwah UBS di Manado  
Sumber: cnnindonesia.com, 2018



Gambar 5. Penolakan Dakwah KHB di Sidoarjo  
Sumber: deras.co.id, 2017

Berikutnya, kasus penolakan Ustadz Khalid Basalamah (KHB) terkait agenda ceramah dan tabligh akbar di beberapa tempat di wilayah Jawa dan Sulawesi, seperti boikot ceramah KHB di Masjid Raya Al Jabbar, Bandung (Maret 2023), boikot tabligh akbar di Kota Palu (Januari 2022), dan pembubaran kajian di Masjid Shalahuddin, Sidoarjo (Maret 2017) yang diwarnai ketegangan (tvone news.com, 2023; detik.com, 2017).

Penolakan dakwah KHB, umumnya dikonstruksi dalam tema atau alasan yang sama, seperti penuh kebencian, menjelek-jelekkan pihak tertentu, tidak sesuai dengan tradisi/adat istiadat/budaya Islam Indonesia, provokatif, radikal, intoleran, dan berpaham Salafi/Wahabi (Sambodo & Maksum, 2024).

Senada dengan KHB, Ustadz Syaifiq Riza Basalamah (SRB), *da'i* kondang asal Jember ini juga beberapa kali mendapat penolakan, seperti di Masjid Assalam Surabaya (Februari 2024), di Masjid Muhibbul Qur'an (24 April) Kota Tanjung Pinang, serta di Masjid Nurul Falah di Kabupaten Natuna (25 April 2025). Adapun alasan penolakan SRB dikaitkan dengan dakwah Salafi/Wahabi, dianggap radikal dan provokatif serta berpotensi menyulut gesekan sosial di masyarakat (tvonenews.com, 2024).



Gambar 6. Kontroversi Penolakan Dakwah SRB  
Sumber: tvonenews.com, 2024

Selanjutnya, kasus boikot Ustadz Mizan Qudsiyah (UMQ) oleh masyarakat Lombo. Dalam salah satu pernyataan dakwahnya di kanal Youtube, UMQ menyindir kebiasaan masyarakat Lombok yang kerap berziarah ke makam-makam

orang suci yang tidak ada sandaran dalil *shahih*-nya. Pernyataan UMQ, menjadi viral dan memancing amarah publik.

*Statement* UMQ akhirnya menjadi perbincangan luas di kalangan *netizen*/warganet yang membuat sang ustadz kehilangan aksesnya sebagai pendakwah, dan menjadi tersangka Polda NTB atas tuduhan penghinaan terhadap umat Islam. Kemarahan publik di Lombok bahkan berdampak pada penyerangan dan pembakaran pondok pesantren Assunah milik UQM di Desa Bagek Nyaka, Kecamatan Aikmel, Kabupaten Lombok Timur, NTB (radarlombok.co.id, 2024).

### C. Analisis Fenomena Boikot Dakwah

Analisis konstruksi sosial dalam sub bab ini digunakan untuk menganalisis fenomena boikot dakwah pada tiga aspek berikut. *Pertama*, sejauhmana media massa (baik cetak, elektronik, visual, dan digital) menarasikan atau mengonstruksi pesan-pesan dakwah/*syiar* agama secara objektif, tanpa dipengaruhi oleh persepsi subjektif (prasangka), seperti seleksi isu (penonjolan pada aspek-aspek tertentu), pemilihan fakta (bagaimana peristiwa ditulis; bagaimana fakta dipahami; dan bagaimana berita dibingkai secara proporsional, tanpa motif tertentu).

*Kedua*, konstruksi sosial media terhadap sosok pendakwah (*da'i*/ustadz/ulama/*mubaligh*), apakah sudah ditulis secara benar, misalnya melalui penelusuran rekam jejak pendakwah (seperti pendidikan, orientasi mazhab/manhaj, isi/muatan materi dakwahnya, sikap dan perilaku sosialnya, dan aspek-aspek penting lainnya) secara utuh dan objektif.

*Ketiga*, konstruksi sosial media atas kondisi (realitas) sosial umat Islam Indonesia, terutama pada aspek pemahaman agama yang masih fluktuatif, variatif, dan beragam. Sebab, jika media massa keliru dalam menyajikan berita, maka dampaknya bisa berpotensi ganda: bisa menenangkan, menyejukan, mengedukasi, merajut soliditas/solidaritas sosial umat atas perbedaan yang ada; atau

sebaliknya, bisa memicu gesekan, konflik, perpecahan, dan permusuhan sosial di antara umat.

Terkait fenomena boikot dakwah seperti telah dijelaskan secara konseptual di atas, di bawah akan diulas beberapa kasus boikot dakwah.

#### a. *Boikot Dakwah UAS*

Penolakan dakwah UAS di Bali dilatari oleh miskomunikasi akibat *framing* yang disematkan media massa pada sosok UAS sebagai pendakwah yang frontal, tegas, literalis, dan puritan. Konstruksi sosial media seperti itu tentu tak bisa dilepaskan dari labeling media pada sosok/figur UAS secara tidak seimbang (Wibiksana, 2023). Boikot UAS oleh pemerintah Singapura tak bisa dilepaskan dari konstruksi wacana ‘Islamophobia’ (baca: ketakutan, prasangka, dan kebencian terhadap Islam) hasil konstruksi media Barat. Media Barat kerap memosisikan Islam ke dalam ‘bingkai tertentu’, terutama membingkai dakwah Islam yang dilihat keras dan tegas terhadap isu ketidakadilan, kebatilan, kedzaliman, dan kemunkaran. Singkatnya, media Barat memiliki frame negatif pada para ulama Islam yang kritis, anti-kemapanan, dan anti-Barat.

#### b. *Boikot Dakwah UBS*

Boikot UBS di Manado dilatari oleh frame media terhadap sosok UBS sebagai *da’i* dengan gaya dakwah ‘adu domba’. Konstruksi itu tak bisa dilepaskan dari pemberitaan media massa dan media sosial telah meposisi sosoknya sebagai *da’i* memiliki ciri *hate speech* (Mubarok, 2012). Sebagai *dai’* memiliki ciri frontal (*nahi munkar*), UBS, sejak lama telah diposisikan media sebagai *da’i* radikal, intoleran, provokatif, kontroversial, emosional, penebar kebencian, dan pemecah belah umat Islam.

Bagi media arus utama (baik media massa asing maupun lokal), *framing* seperti itu penting untuk memosisikan sekaligus mengeliminasi figur UBS dalam bingkai ‘radikal’ dan ‘intoleran’—yang kontras dengan kebijakan ‘dakwah sejuk’ *amar ma’ruf* versi pemerintah. Di hampir tiap sesi/materi ceramahnya, UBS kerap

menyinggung kebijakan pemerintah yang dianggap merugikan kepentingan rakyat, terutama kepentingan umat Islam; seperti kritik UBS dalam kasus reklamasi pulau di Pantai Utara Jawa (Wahid, 2019).

#### c. *Boikot dakwah KHB dan SRB*

Boikot dakwah dua tokoh ulama *ahlusunnah* ini dirangkai dalam satu analisis karena kemiripan konstruksi sosial media terhadap dua sosok ulama di atas, yakni konstruksi/penonjolan negatif dakwah Salafi/Wahabi sebagai tema sentral (*master of frame*) pemberitaan. Tema sentral berita tidak membahas pada aspek personal kedua sosok ustadz (sikap, perilaku, akhlak, atau adab), namun pada pengaitan konjungtif dakwah Salaf dengan Wahabi, dan penonjolah diksi aliran sesat, radikal, dan intoleran. Label ini sengaja ditiup karena kehadiran dakwah Salaf dianggap mengusik entitas lain (Redjosari, 2019).

Penolakan dakwah KHB di Sidoarjo (2017), di Palu (2022), dan Bandung (2023) tak bisa dilepaskan dari konstruksi negatif KHB sebagai tokoh utama aliran Salafi/Wahabi. Pun dalam konteks boikot dakwah SRB, jamaah Surabaya juga menunjukkan respon negatif, karena SRB dikonstruksi sebagai representasi ustadz pemuka aliran Salafi/Wahabi. Umat muslim Surabaya melihat dakwah Salafi sebagai ancaman nyata bagi kelanjutan dakwah *ahlusunnah* yang telah diajarkan sejak ratusan tahun lalu oleh para kyai NU. Dalam pandangan ulama Jawa Timur, dakwah Salaf tidak sesuai dengan ajaran dan nilai-nilai Islam Indonesia; dianggap sebagai paham/aliran baru yang berbeda dengan paham Islam kultural yang dianut oleh mayoritas umat Islam Indonesia (Kholis, et al., 2023).

#### d. *Boikot Dakwah UMQ*

Berbeda dengan kasus boikot dakwah para ustadz *ahlusunnah* lain (UAS, UBS, KHB, dan SRB), kasus boikot UMQ akibat kekeliruan pemilihan istilah atau diksi dalam ceramahnya, dimana UMQ menyinggung kebiasaan umat Islam Lombok berziarah ke makam-makam ulama kramat, dengan analogi

merendahkan. Video ceramah UMQ kemudian tersebar luas di Youtube. UMQ dianggap telah melecehkan dan merendahkan tradisi ziarah yang sangat dihormati umat Islam di Lombok.

Seperti diungkap War'i (2022), kontroversi materi ceramah UMQ tentang ziarah kubur telah menabur benih-benih konflik agama di Lombok. Sementara konstruksi berita versi kicknews.today (2022), semakin mengokohkan argumen boikot umat sebagai akibat dari sikap kelompok Wahabi yang tidak menghormati identitas kultural dan tradisi masyarakat Lombok yang masih memegang teguh tradisi leluhur, seperti ziarah kubur, ta'ziah, tahlilan, dan maulid. Kasus ini mencerminkan bentuk konstruksi tak berimbang, dimana *slip of the tongue* penceramah digeneralisasi sebagai pola/gaya dakwah Salafi. Sebagai upaya pemurnian ajaran Islam, dakwah Salaf memang memiliki ciri tekstual (berbasis *nash-nash* Qur'an dan Hadits *shahih*). Isu-isu *ikhtilaf* dalam dakwah Salaf (seperti ziarah kubur, taziah, tahlil, atau maulid) memang sulit dihindari. Namun, sebagai sesama muslim, *ikhtilaf* itu tentu bisa di-*tabayyun*-kan, bukan dinilai spontan sebagai aliran/paham sesat yang berujung pada cacik, hujatan, boikot, atau tindak kekerasan massa.

Konstruksi media atas dakwah Salaf, faktual telah membentuk bingkai negatif. Pemosisian ini pada akhirnya melahirkan semacam kesepakatan sosial, bahwa dakwah Salafi 'sesat'. Wajar jika umat Islam berpersepsi negatif atas dakwah Salafi sebagai gerakan dakwah radikal, intoleran, kontroversial, anti-Islam kultural, dan berpotensi memecahbelah umat Islam.

## KESIMPULAN

Mengacu pada hasil pemaparan dan analisis, studi ini menyimpulkan bahwa fenomena boikot dakwah di ranah sosial-aktual maupun di ranah virtual-digital saat ini telah menjadi 'realitas campuran' (*mixed reality*); sebagai fenomena aktual masyarakat informasi. Di ranah virtual,

*cancel culture* tampil dalam bentuk seruan boikot di ruang digital. Sementara di ruang sosial, *cancel culture* tampil dalam wujud boikot fisik-massa. Dalam konteks dakwah, boikot biasanya menyoal sikap dan perilaku pendakwah yang dianggap menyimpang, kontroversial, seperti mencederai ajaran agama; atau melanggar nilai/norma sosial yang berlaku (dihormati) dalam kehidupan masyarakat. Kesimpulan dari studi ini menyatakan bahwa boikot dakwah dipengaruhi oleh perilaku pendakwah, isi dakwah, serta konstruksi media. *Cancel culture* berdampak serius terhadap dinamika dakwah Islam dan perlu disikapi secara bijak dengan dialog dan literasi media. Secara praktis, diperlukan pelatihan komunikasi dakwah yang berwawasan multikultural, peningkatan kolaborasi antartokoh Islam lintas mazhab, serta panduan etika bermedia bagi para pendakwah digital.

## DAFTAR RUJUKAN

- akurat.co (2022, March 25). "4 Fakta Ustadz Firanda Andirja, Ditolak Kehadirannya di Kabupaten Wajo". Available on <https://www.akurat.co/daerah/1302350478/4-Fakta-Ustaz-Firanda-Andirja-Ditolak-Kehadirannya-di-Kabupaten-Wajo>.
- Altamira, M. B., & Movementi, S. G. (2023). Fenomena Cancel Culture di Indonesia: Sebuah Tinjauan Literatur. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 10(1), 37-45. doi: 10.7454/jvi.v10i1.1177.
- Amalia, W., et al. (2023). Mengungkap Cancel Culture: Studi Fenomenologis tentang Kebangkitan dan Dampaknya di Era Digital. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(4), 10384–10402. Retrieved from <https://jinnovative.org/index.php/Innovative/article/view/4483>.
- Arifin, F. (2019). Mubalig Youtube dan Komodifikasi Konten Dakwah. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 4(1), 91-120. doi: 10.22515/balagh.v4i1.1718.

- Bukhari (2015). Penerimaan dan Penolakan Pesan Dakwah Dalam Interaksi Simbolik Da'i dan Mad'u Pada Jamaah Tabligh di Kota Padang. *MIQOT: Jurnal Ilmu-ilmu Keislaman*, 39(2), 377-389. doi: 10.30821/miqot.v39i2.31.
- cnnindonesia (2022, May 18) "4 Alasan Singapura Tolak Abdul Somad" Available on <https://www.cnnindonesia.com/internasional/4-alasan-singapura-tolak-abdul-somad>.
- cnnindonesia.com (2016, October 16). "Habib Bahar Ditolak ke Manado, Polisi Minta Warga Tak Emosi". Available on <https://www.cnnindonesia.com/nasional/habib-bahar-ditolak-ke-manado-polisi-minta-warga-tak-emosi>.
- detik.com (2017, March 04). "Ansor dan Banser Sidoarjo Minta Ceramah Khalid Basalamah Dihentikan. Available on <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-3438277/ansor-dan-banser-sidoarjo-minta-ceramah-khalid-basalamah-dihentikan>.
- eramuslim.com (2017, December 12). "Soal Video Persekusi Terhadap UAS, Polisi Bali Sebut Hoaks". Available on <https://www.eramuslim.com/berita/nasional/soal-video-persekusi-terhadap-uas-polisi-bali-sebut-hoaks/>
- Ferdiansyah, et al. (2024). Fenomena Perilaku Cancel-Culture di Media Sosial Dalam Perspektif *Fiqh Siyasah*: Studi Kasus Umay Shahab. *At-Thullab: Jurnal Studi Islam*, 6(2), 1723-11734. doi: 10.20885/tullab.vol6.iss2.art8.
- Hasanah, H. (2017). Teknik-Teknik Observasi (Metode Pengumpulan Data Kualitatif Dalam Ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21-46. doi: 10.21580/at.v8i1.1163.
- Huda, S. (2022). *Dakwah Digital: Pola Baru Dakwah Era Disrupsi*. Bantul: Samudera Biru.
- Kemenag.go.id (2018, May 18). "Kemenag Rilis Daftar 200 Nama Muballigh". Available on <https://kemenag.go.id/nasional/kemenag-rilis-daftar-200-nama-mubaligh-iisxp4>.
- Kemp, S. (2025, February 25). Digital 2025: Indonesia. Available on <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>.
- Khafi, P. (2016, August 25). "Gasper Pamekasan Menolak Kedatangan Da'i Ekstremis". Available on <https://timesindonesia.co.id/gasper-pamekasan-menolak-kedatangan-dai-ekstremis>.
- Khoiriyah, B. N. (2024). Analisis Dampak Ekonomi dan Sosial Boikot Produk Pro-Israel Dalam Perspektif Hukum Islam di Indonesia. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(5), 3233-3235. doi: 10.53625/jirk.v4i5.8806.
- Kholis, N., et al. (2023). Dinamika Gerakan Dakwah Salafi pada Masyarakat Multikultur di Indonesia. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 4(2), 52-65. doi: 10.55623/au.v4i2.233.
- kicknews.today (2022). "Warga Desa Memben Lombok Timur Tolak Pembangunan Masjid Aliran Wahabi. Available on <https://kicknews.today/regional/warga-desa-memben-lombok-timur-tolak-pembangunan-masjid-aliran-wahabi>.
- kumparan.com (2018, May 21). "Polemik Daftar Ustadz Radikal Versi Generasi Muda NU". Available on <https://kumparan.com/polemik-daftar-ustaz-radikal-versi-generasi-muda-nu>.
- Makombang, et al. (2023). Perilaku Boikot Dalam Perspektif Islam Serta Implementasinya di Era Kontemporer. *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 3(2), 88-95. doi: 10.30984/maqrizi.v3i2.769.
- Martony, Y. (2017, December, 08) "Disambut Demo, Ustadz Abdul Somad Akhirnya Boleh Ceramah di Bali". Available on [https://kbr.id/berita/nasional/disambut\\_demo\\_\\_ustaz\\_abdul\\_somad\\_akhirnya\\_boleh\\_ceramah\\_di\\_bali](https://kbr.id/berita/nasional/disambut_demo__ustaz_abdul_somad_akhirnya_boleh_ceramah_di_bali).

- Muallif (2022, November 08). "Tujuan Dakwah Islam: Mendalami Makna dan Pencapaian Kebahagiaan Dunia Akhirat. Available on <https://an-nur.ac.id/tujuan-dakwah/>
- Mubarok, M. (2012). Stigmatisasi Pemberitaan Terorisme di Media Massa. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 34-45. doi: 10.14710/interaksi.1.1.34-45.
- Muhtar, M. R. P. (2024). "Fiqih Boikot Perspektif Maqasid Syariah", dalam Gustano, Edo Segara (ed.), *Fiqih Boikot Perspektif Islam, Sejarah, Ekonomi, Politik, Filsafat, Sosiologi, Hukum, dan Komunikasi*. Bantul: Samudra Biru (pp 131-52).
- Primayudha, R. P. (2022). Konsep Boikot dalam Alquran dan Implementasinya (Studi Tafsir Tematik Konsep atas Ayat-ayat Boikot). *Skripsi*. Surabaya: UIN Sunan Ampel.
- Redjosari, S. M. (2019) Salafi dan Stigma Sesat-Radikal. *Islamica: Jurnal Studi Keislaman*, 13(2), 305-324. doi: /10.15642/islamica.2019.13.2.305-324.
- republika.co.id (2033, May 15). "Ini Profil Habib Bahar bin Smith dan Kontroversinya". Available on <https://news.republika.co.id/berita/ru-p07w330/ini-profil-habib-bahar-bin-smith-dan-kontroversinya>.
- Rohmaniyah, I., & Woodward, M. (2012). Wahhabism, Identity, and Secular Ritual: Graduation at an Indonesian High School. *Al-Jami'ah: Journal of Islamic Studies*, 50(1), 119-145. doi: 10.14421/ajis.2012.50 1.119-145.
- Safariningsih (2025). Social Media as a Bridge for Da'wah in Expanding Access and Participation in the Digital Era. *Al-Waarits*, 2(1), 88-96. doi: 10.34306/alwaarits.v2i1.755.
- Sahroji, M. I. (2024, December 07). "Cancel Culture Perspektif Islam: Belajar dari Viralnya Ceramah Miftah Maulana". Available on <https://www.arina.id/syariah/aroMy1H/cancel-culture-perspektif-islam-belajar-dari-viralnya-ceramah-miftah-maulana>.
- Sambodo, A. R., & Maksum, M. N. R. (2024). Analisis Penolakan Dakwah Salafi di Indonesia Dalam Perspektif Sosial. *Jurnal Kajian Agama Islam*, 8(6), 397-403. <https://rel.ojs.co.id/index.php/jkai/article/view/136/154>.
- Saparudin, S. (2017). Salafism, State Recognition and Local Tension: New Trends in Islamic Education in Lombok. *Ulumuna*, 21(1), 81-107. doi: 10.20414/ujis.v21i1.1188.
- Setiawan, W., & Midia, F. G. (2020). Community Acceptability To The Salafi Movement. *Akademika: Jurnal Pemikiran Islam*, 24(2), 391-410. doi: 32332/akademika.v24i2.1819.
- Setyawan, B., & Nugroho, D (2021). The Socio-Religious Construction: The Religious Tolerance Among Salafi Muslim and Christian in Metro. *Dialog*, 44(2), 190-203. doi: 10.47655/dialog.v44i2.479.
- Shihab, M. Q. (2017). *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Quran*. Tangerang: Lentera Hati.
- suaranasional.com (2018, May 22). "Generasi Muda NU Rilis 20 Penceramah Agama Islam Radikal". Available on <https://suaranasional.com/2018/05/22/generasi-muda-nu-rilis-20-penceramah-agama-islam-radikal/>
- Sutrisno, et al. (2024). Analisis Perilaku Konsumen Islam Terhadap Boikot Produk Israel. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 4128-4151. doi: 10.47467/elmal.v5i7.4403
- Syakur, M. A. (2018, October 15). "Habib Hanif Alatas dan Habib Bahar Diadang di Bandara Manado". Available on [ayatullah.com/berita/nasional/2018/10/15/152722/habib-hanif-alatas-dan-habib-bahar-diadang-di-bandara-manado.html](http://ayatullah.com/berita/nasional/2018/10/15/152722/habib-hanif-alatas-dan-habib-bahar-diadang-di-bandara-manado.html).
- swaindonesia.com (2024, June 12). "Netizen Tuntut Gus Miftah Dipecat dan Diboikot!" Available on <https://swaindonesia.com/netizen-tuntut-pecat-dan-boikot-gus-miftah/>
- Syukur, Y. (2017). *Menulis di Jalan Tuhan*. Sleman: Deepublish.

- tvonenews.com (2023, March 16) “3 Momen Ustadz Khalid Basalamah Ditolak Ceramahnya, dari Sidoarjo hingga Masjid Al Jabbar”. Available on <https://www.tvone.news.com/berita/nasional/momen-ustaz-khalid-basalamah-ditolak-ceramahnya-oleh-banser-hingga-gp-ansor-mulai-dari-sidoarjo-hingga-masjid-al-jabbar>.
- tvonenews.com (2024, February 26). “Kontroversi Penolakan Ustadz Syafiq Riza Basalamah”. Available on <https://www.tvonenews.com/channel/news/169863-kontroversi-penolakan-ustadz-syafiq-riza-basalamah>.
- Wahid, M (2019). Analisis Isi Ujaran Kebencian Ceramah Habib Bahar Kepada Presiden Jokowi Di Media Sosial Youtube. *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- War’i, M. (2022). Affirming Religious Harmony Through Inclusive Da’wah (Content Analysis and Social Response of Controversial Lectures on The Law of Tomb Pilgrimage on Lombok Island). *Hamoni*, 21(1), 45-63. doi:10.32488/harmoni.v21i1.606.
- Wibiksana, M. R. P. (2023). Konstruksi Islamophobia dalam Pemberitaan Ustad Abdul Somad Ditolak Masuk Singapura Pada Berita tvonenews.com Tahun 2022. *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Wibowo, P., et al. (2024). Respon Publik Terhadap Fatwa Boikot Produk Israel Oleh Majelis Ulama Indonesia. *Jurnal Publicuho*, 7(1), 382-395. doi: 10.35817/publicuho.v7i1.371.
- Zainu, M. I. J. (2003) *al-Firqoh an-Najiyah* (terj. Abu Shafiya). Yogyakarta: Media Hidayah.