

Research Article

Reconstructing Pulpit Professionalism: Standardization of MUI Preachers in Facing the Commodification of Contemporary Preaching

Muhammad Khoerul Anam

Universitas Muhammadiyah Jakarta

E-mail: 24050700038@student.umj.ac.id

Mabruri

Universitas Muhammadiyah Jakarta

E-mail: 24050700028@student.umj.ac.id

Syaripudin

Universitas Islam Jakarta

E-mail: syaripudin.edu@gmail.com

Siti Nuri Nurhaidah

Universitas Islam As-Syafiiyah Jakarta

E-mail: sitinurinurhaidah.fai@uia.ac.id

Ahmad Irfan

Universitas Muhammadiyah Jakarta

E-mail: ahmad.irfan@umj.ac.id

Copyright © 2026 by Authors, Published by Aslama: Journal of Islamic Studies. This is an open access article under the CC BY License: (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>).

Received : July 14, 2026

Revised : August 18, 2026

Accepted : September 1, 2026

Available online : September 08, 2026

How to Cite: Muhammad Khoerul Anam, Mabruri, Syaripudin, Siti Nuri Nurhaidah, & Ahmad Irfan. (2026). Reconstructing Pulpit Professionalism: Standardization of MUI Preachers in Facing the Commodification of Contemporary Preaching. *Aslama: Journal of Islamic Studies*, 3(3), 105–111. <https://doi.org/10.63738/aslama.v3i3.70>

Abstract

The phenomenon of da'wah commodification in the contemporary era has shifted the orientation of religious messaging from spiritual education to market-oriented popular culture commodities. This has significantly impacted the degradation of da'wah quality and the emergence of popular preachers (da'i) who often lack adequate scholarly authority. This study aims to analyze the urgency and implementation of the da'i standardization program by the Indonesian Council of Ulama (MUI) as a strategy for reconstructing pulpit professionalism amidst the wave of religious commercialization. This

Reconstructing Pulpit Professionalism: Standardization of MUI Preachers in Facing the Commodification of Contemporary Preaching

Muhammad Khoerul Anam, Mabruhi, Syaripudin, Siti Nuri Nurhaidah, Ahmad Irfan

study employs a qualitative method with a descriptive-analytical approach, supported by data collection through literature studies and document analysis of MUI's official guidelines and contemporary religious discourses. The results indicate that MUI's da'i standardization functions effectively as a quality control mechanism to restore religious authority based on scholarly lineage (*sanad*), da'wah ethics, and national insight. This program offers an antithesis to the industrialization of religion by mandating basic competencies and a comprehensive understanding of Islam Wasathiyah (moderate Islam). In conclusion, the da'i standardization policy is not a form of restricting freedom of expression, but rather an essential mitigation measure in reconstructing preacher professionalism. This step is crucial to safeguard the dignity of the pulpit from pragmatic commodification practices while protecting the ummah (Muslim community) from potential misinformation and religious polarization.

Keywords: Da'wah Commodification, Da'i Standardization, Pulpit Professionalism, Religious Authority, Islam Wasathiyah.

Rekonstruksi Profesionalisme Mimbar: Standardisasi Dai MUI dalam Menghadapi Komodifikasi Dakwah Kontemporer

Abstrak

Fenomena komodifikasi dakwah di era kontemporer telah menggeser orientasi penyampaian pesan agama dari edukasi spiritual menjadi komoditas budaya populer yang berorientasi pasar. Hal ini berdampak signifikan pada degradasi kualitas dakwah serta kemunculan dai populer yang kerap minim otoritas keilmuan mumpuni. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis urgensi dan implementasi program standardisasi dai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai strategi rekonstruksi profesionalisme mimbar di tengah arus komersialisasi agama. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis, yang didukung oleh pengumpulan data melalui studi literatur dan analisis dokumen terhadap pedoman resmi MUI serta wacana keagamaan mutakhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa standardisasi dai MUI berfungsi secara efektif sebagai mekanisme kontrol mutu untuk mengembalikan otoritas keagamaan berbasis sanad keilmuan, etika dakwah, dan wawasan kebangsaan. Program ini memberikan antitesis terhadap industrialisasi agama dengan mewajibkan kompetensi dasar dan pemahaman Islam wasathiyah. Kesimpulannya, kebijakan standardisasi dai bukanlah bentuk pembatasan kebebasan berekspresi, melainkan langkah mitigasi yang esensial dalam merekonstruksi profesionalisme pendakwah. Langkah ini krusial untuk menjaga marwah mimbar dari praktik komodifikasi pragmatis sekaligus melindungi umat dari potensi misinformation serta polarisasi keagamaan.

Kata Kunci: Komodifikasi Dakwah, Standardisasi Da'i, Profesionalisme Mimbar, Otoritas Keagamaan, Islam Wasathiyah.

PENDAHULUAN

Dakwah secara hakiki merupakan instrumen fundamental dalam transmisi nilai-nilai ajaran Islam yang berorientasi pada pencerahan spiritual dan perbaikan moral umat (*al-amr bi al-ma'ruf wa al-nahy 'an al-munkar*). Dalam lintasan sejarah Islam, mimbar dakwah senantiasa diisi oleh figur ulama yang memiliki kedalaman ilmu, integritas moral, serta transmisi keilmuan (*sanad*) yang terverifikasi secara ketat. Hal ini sejalan dengan spirit normatif bahwa penyampaian pesan agama bukanlah sekadar orasi retorik, melainkan sebuah pertanggungjawaban teologis dan sosial yang mensyaratkan kualifikasi khusus (*mutafaqqih fi al-din*). Otoritas seorang dai pada masa klasik dan pertengahan mutlak diukur dari sejauh mana penguasaannya terhadap *turats* Islam dan keluhuran etikanya di tengah masyarakat. (Syekh Ali Mahfudz, 1979).

Namun, seiring dengan masifnya penetrasi media sosial dan industri budaya populer di era kontemporer, paradigma dakwah mengalami pergeseran yang cukup radikal. Transformasi ini melahirkan fenomena komodifikasi dakwah, di mana pesan-pesan transendental agama direduksi menjadi komoditas siap saji yang tunduk pada logika pasar

dan tuntutan *rating*. Dakwah tidak lagi diukur dari kedalaman makna teologisnya, melainkan dari tingkat popularitas, gaya hiburan (*infotainment*), dan nilai jual komersial sang pendakwah. Pergeseran ini secara perlahan memunculkan kelas "dai selebritas" yang kerap kali memiliki pengikut jutaan orang, namun acap kali dijumpai minimnya penguasaan terhadap fundamental ilmu-ilmu syariat. (Akh. Muzakki, 2013).

Kondisi ini bermuara pada degradasi otoritas keagamaan dan memicu krisis profesionalisme di atas mimbar. Absennya kontrol kualitas terhadap narasi dakwah yang beredar bebas di ruang publik sering kali menimbulkan dampak destruktif, mulai dari misinformasi hukum Islam, penyebaran hoaks bernuansa agama, hingga polarisasi umat akibat retorika dakwah yang provokatif dan intoleran. Mimbar agama, yang sejatinya merupakan medium pemersatu dan pencerah, rentan dibajak oleh kepentingan pragmatis, baik untuk akumulasi kapital maupun mobilisasi politik identitas. Oleh karena itu, terdapat urgensi yang sangat mendesak untuk merumuskan ulang batasan etis dan kualifikasi akademis bagi para penceramah guna menjaga marwah agama dan keutuhan umat. (Azyumardi Azra, 2016).

Di tengah kompleksitas tersebut, kajian-kajian terdahulu mengenai komodifikasi agama umumnya lebih banyak berfokus pada kritik kultural dan sosiologis terhadap fenomena dai media. Masih terdapat kesenjangan (*research gap*) berupa minimnya telaah akademik yang mengkaji strategi mitigasi institusional secara struktural dan sistematis untuk mengatasi degradasi ini. Merespons kekosongan tersebut, Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai representasi kelembagaan ulama di Indonesia menggagas program standarisasi dai. Kebijakan ini hadir bukan dalam kerangka otoritarianisme untuk membungkam kebebasan berekspresi, melainkan sebagai mekanisme kontrol untuk membentengi umat dengan menetapkan standar minimal kompetensi, pemahaman Islam *wasathiyah* (moderat), dan wawasan kebangsaan. (Komisi Dakwah Majelis Ulama Indonesia, 2020).

Berpijak pada latar belakang permasalahan di atas, artikel ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam urgensi, mekanisme implementasi, serta signifikansi program standarisasi dai MUI dalam merekonstruksi profesionalisme mimbar di tengah arus komersialisasi agama. Penelitian ini didesain menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan kepustakaan (*library research*) yang bersifat deskriptif-analitis. Pengumpulan data difokuskan pada analisis dokumen resmi MUI mengenai pedoman dakwah, didukung oleh penelusuran literatur primer maupun sekunder seperti buku, jurnal mutakhir, serta wacana keagamaan terkait dinamika otoritas Islam di Indonesia. (Lexy J. Moleong, 2017).

Agar pembahasan lebih komprehensif dan terarah, sistematika penulisan artikel ini disusun dalam beberapa subbab. *Pertama*, artikel akan mendiskusikan anatomi komodifikasi dakwah dan dampaknya terhadap otoritas keagamaan kontemporer. *Kedua*, menelaah kerangka konseptual profesionalisme mimbar dalam perspektif keislaman. *Ketiga*, menganalisis implementasi standarisasi dai oleh MUI sebagai instrumen *quality control*. *Keempat*, memaparkan peran kebijakan tersebut dalam mengarusutamakan dakwah *wasathiyah* sebagai antitesis atas industrialisasi agama, sebelum diakhiri dengan kesimpulan yang merangkum temuan penelitian. (Nyoman Kutha Ratna, 2010).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-analitis untuk mengkaji secara mendalam fenomena komodifikasi dakwah serta implementasi program standarisasi dai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Pendekatan kualitatif dipilih karena dinilai paling tepat untuk mengeksplorasi realitas sosial, wacana keagamaan, dan kebijakan institusional yang bersifat kompleks dan dinamis tanpa harus menggunakan manipulasi statistik. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat mendeskripsikan secara

komprehensif bagaimana mekanisme kontrol mutu dijalankan oleh lembaga keagamaan di tengah arus komersialisasi media dan budaya populer kontemporer.

Prosedur pengumpulan data dilakukan sepenuhnya melalui studi kepustakaan (library research) dan analisis dokumen (document analysis). Sumber data primer dalam penelitian ini meliputi dokumen resmi, pedoman dakwah, serta naskah kebijakan standardisasi dai yang diterbitkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Selain itu, data sekunder ditunjang oleh penelusuran literatur komprehensif yang mencakup buku referensi, artikel jurnal ilmiah bereputasi, serta hasil kajian mutakhir yang relevan dengan dinamika otoritas keagamaan, sosiologi dakwah, dan ekonomi politik media.

Seluruh data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis isi kualitatif (qualitative content analysis) melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi, data diseleksi secara ketat untuk memilah informasi yang berkaitan langsung dengan urgensi dan bentuk implementasi standardisasi dai. Data yang telah tersusun kemudian diinterpretasikan secara kritis dengan menghubungkannya pada kerangka konseptual profesionalisme mimbar dan Islam Wasathiyah, sehingga menghasilkan sintesis yang objektif dan mendalam mengenai rekonstruksi otoritas keagamaan di ruang publik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Anatomi Komodifikasi Dakwah dan Pergeseran Otoritas Keagamaan

Fenomena komodifikasi dakwah di Indonesia tidak dapat dilepaskan dari arus globalisasi dan neoliberalisme yang merambah ranah religi. Secara teoretis, komodifikasi adalah proses transformasi nilai guna (*use value*) sebuah ajaran agama menjadi nilai tukar (*exchange value*) dalam sirkulasi ekonomi pasar. Dalam konteks dakwah kontemporer, agama tidak lagi sekadar menjadi pedoman hidup, melainkan produk budaya yang dikemas sedemikian rupa agar sesuai dengan selera konsumen urban. Akibatnya, otoritas keagamaan yang sebelumnya bersifat asketik dan berbasis pada kedalaman literasi *turats*, kini bergeser ke arah otoritas karismatik yang bersifat artifisial, di mana validitas seorang dai diukur dari jumlah pengikut di media sosial dan kemampuannya mengemas pesan agama dalam format hiburan. Hal ini menciptakan paradoks; di satu sisi agama semakin populer, namun di sisi lain terjadi kedangkalan makna teologis yang serius. (Vincent Mosco, 2009).

Pergeseran ini berdampak langsung pada maraknya narasi dakwah yang bersifat instan dan fragmentaris. Para "dai pasar" cenderung menghindari pembahasan hukum Islam yang kompleks dan mendalam, lalu menggantinya dengan retorika motivasi spiritual yang bersifat permukaan guna menjaga loyalitas audiens. Kriteria "profesional" dalam ekosistem ini mengalami penyempitan makna, yakni hanya sebatas profesionalitas dalam aspek teknis pertunjukan (vokal, kostum, dan retorika) namun mengabaikan profesionalitas substantif dalam aspek kualifikasi keilmuan. Tekanan industri media memaksa dai untuk terus memproduksi konten yang viral, yang sering kali mengorbankan ketelitian ilmiah dan etika dakwah demi mengejar algoritma digital. Kondisi inilah yang disebut sebagai industrialisasi agama, di mana mimbar dakwah kehilangan ruh edukatifnya dan berubah menjadi panggung sirkus spiritual. (Akh. Muzakki, 2011).

Standardisasi Dai MUI sebagai Strategi Rekonstruksi Profesionalisme Mimbar

Merespons degradasi kualitas dakwah tersebut, Majelis Ulama Indonesia (MUI) merumuskan kebijakan standardisasi dai sebagai langkah konkret untuk merekonstruksi profesionalisme mimbar. Profesionalisme dalam perspektif Islam bukan sekadar tentang kemahiran teknis, melainkan mencakup integritas moral (*al-adalah*), penguasaan materi (*al-itqan*), dan tanggung jawab sosial (*al-mas'uliyah*). Standardisasi ini bertujuan menciptakan

sistem *check and balances* agar para pendakwah yang tampil di ruang publik memiliki standar minimum kompetensi syar'i. Melalui program ini, MUI menetapkan kriteria ketat yang meliputi aspek pemahaman Al-Qur'an dan Sunnah secara benar, kemampuan membaca literatur klasik (kitab kuning), serta pemahaman yang mendalam mengenai etika berdakwah (*manhaj al-dakwah*) yang moderat. (Sayyid Muhammad bin Alawi al-Maliki, 2002).

Secara regulatif, standardisasi ini juga diarahkan pada penguatan wawasan kebangsaan dan komitmen terhadap NKRI. Hal ini krusial mengingat mimbar dakwah sering kali disalahgunakan untuk menyebarkan paham radikal-ekstremis yang mengancam integrasi nasional. Dengan adanya standardisasi, MUI berfungsi sebagai penjaga gerbang (*gatekeeper*) yang memastikan bahwa dai yang direkomendasikan adalah mereka yang memiliki pemahaman Islam *wasathiyah* (moderat). Profesionalisme yang dibangun oleh MUI mencoba mengembalikan marwah dai sebagai *warasatul anbiya* (pewaris nabi) yang tidak hanya cerdas secara intelektual, tetapi juga bijaksana dalam menyikapi keragaman sosial budaya di Indonesia. Upaya ini merupakan bentuk perlindungan terhadap hak-hak umat untuk mendapatkan bimbingan agama yang otoritatif dan kredibel. (Majelis Ulama Indonesia, 2011).

Sintesis Kritis: Antara Kontrol Mutu dan Kebebasan Dakwah

Analisis kritis terhadap kebijakan standardisasi dai menunjukkan bahwa upaya ini merupakan sebuah keniscayaan sosiologis untuk mengimbangi dampak negatif komodifikasi. Namun, implementasinya harus tetap menjaga keseimbangan agar tidak terjebak pada birokratisasi agama yang kaku. Standardisasi harus dipandang sebagai upaya peningkatan kapasitas (*capacity building*) dan sertifikasi keahlian, bukan sebagai instrumen politik untuk melakukan hegemoni pemikiran tunggal. Rekonstruksi profesionalisme mimbar akan efektif apabila didukung oleh kesadaran kolektif dari lembaga penyiaran dan platform media digital untuk lebih memprioritaskan dai yang kompeten daripada sekadar dai yang populer. Profesionalisme sejati haruslah mengintegrasikan antara kedalaman ilmu syariat dengan kemahiran memanfaatkan media sebagai wasilah, tanpa harus tunduk pada logika komodifikasi yang pragmatis. (Yusuf al-Qaradawi, 1996).

Lebih jauh lagi, sinergi antara MUI, pemerintah, dan masyarakat sipil menjadi kunci dalam menjaga otoritas keagamaan di ruang publik. Standardisasi dai harus inklusif dan transparan, sehingga mampu merangkul berbagai elemen ormas Islam yang bernaung di bawah prinsip moderasi beragama. Penulis berargumen bahwa tanpa adanya standar yang jelas, mimbar agama akan terus menjadi ladang eksploitasi oleh aktor-aktor yang hanya mencari keuntungan ekonomi atau popularitas sesaat. Oleh karena itu, rekonstruksi profesionalisme melalui standardisasi adalah langkah mitigasi esensial untuk mengembalikan posisi dakwah sebagai pilar pencerahan peradaban, bukan sekadar komoditas hiburan yang kehilangan orientasi sakralitasnya. (M. Quraish Shihab, 1992).

KESIMPULAN

Berdasarkan paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa fenomena komodifikasi dakwah di era kontemporer telah menciptakan krisis otoritas dan degradasi profesionalisme mimbar. Logika pasar yang mengedepankan popularitas di atas kedalaman keilmuan (*deep literacy*) telah mereduksi sakralitas dakwah menjadi sekadar komoditas budaya populer. Dalam konteks inilah, kebijakan standardisasi dai yang diinisiasi oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) menemukan relevansinya sebagai instrumen rekonstruksi profesionalisme. Standardisasi ini bukan sekadar urusan administratif, melainkan upaya teologis dan sosiologis untuk mengembalikan kualifikasi pendakwah pada prinsip *mutafaqqih fi al-din* yang moderat (*wasathiyah*) dan berwawasan kebangsaan.

Reconstructing Pulpit Professionalism: Standardization of MUI Preachers in Facing the Commodification of Contemporary Preaching

Muhammad Khoerul Anam, Mabruhi, Syaripudin, Siti Nuri Nurhaidah, Ahmad Irfan

Implementasi standarisasi dai berfungsi sebagai mekanisme kontrol mutu (*quality control*) yang esensial untuk membentengi umat dari konten dakwah yang fragmentaris, provokatif, dan minim basis sanad keilmuan. Dengan mengintegrasikan aspek integritas moral (*al-adalah*), penguasaan materi (*al-itqan*), dan tanggung jawab sosial, kebijakan ini menjadi antitesis terhadap praktik industrialisasi agama yang pragmatis. Rekonstruksi profesionalisme mimbar melalui jalur regulasi ini pada akhirnya bertujuan untuk menjaga marwah institusi ulama sekaligus memastikan hak masyarakat dalam mendapatkan bimbingan keagamaan yang otoritatif dan kredibel di ruang publik.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian ini, penulis merumuskan beberapa saran strategis sebagai berikut:

1. Bagi Majelis Ulama Indonesia (MUI): Perlu melakukan penguatan literasi dan sosialisasi program standarisasi secara lebih masif dan inklusif kepada berbagai ormas Islam. Proses standarisasi hendaknya tetap bersifat partisipatif dan transparan guna menghindari kesan birokratisasi agama atau pembatasan kebebasan berpendapat.
2. Bagi Lembaga Penyiaran dan Platform Media: Diharapkan memiliki komitmen etik untuk memprioritaskan kompetensi keilmuan pendakwah di atas pertimbangan *rating* semata. Sinergi antara industri media dan otoritas keagamaan (MUI) perlu diperkuat melalui nota kesepahaman terkait kriteria dai yang layak tampil di ruang publik.
3. Bagi Masyarakat (Umat): Diharapkan lebih selektif dan kritis dalam mengonsumsi konten keagamaan di media sosial. Umat perlu didorong untuk kembali merujuk pada dai-dai yang memiliki rekam jejak akademik dan sanad keilmuan yang jelas guna menghindari jebakan disinformasi agama.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya: Kajian ini terbatas pada perspektif institusional MUI. Penelitian mendatang disarankan untuk mengeksplorasi efektivitas program standarisasi ini di tingkat akar rumput (*grassroots*) serta bagaimana respons para dai milenial terhadap kebijakan sertifikasi kompetensi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghazali, A. H. (1998). *Ihya' 'Ulum al-Din (Jilid 1, Kitab al-'Ilm)*. Jeddah: Dar al-Minhaj.
- Al-Qaradawi, Y. (1996). *Tsaqafah al-Da'iyah*. Kairo: Maktabah Wahbah.
- Azra, A. (2016). *Transformasi Politik Islam: Radikalisme, Khilafatisme, dan Demokrasi*. Jakarta: Kencana.
- Fealy, G. (2008). Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirations in Indonesia. Dalam *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia* (hlm. 15–39). Singapore: Institute of Southeast Asian Studies.
- Hasan, N. (2009). The Making of Public Islam: Piety, Agency, and Commodification on the Landscape of Contemporary Indonesia. *Anthropological Forum*, 19(3), 229–250. <https://doi.org/10.1080/00664670903278387>
- Heryanto, A. (2011). Upgraded Piety and Pleasure: The New Middle Class and Islam in Indonesian Popular Culture. *Islam and Popular Culture in Indonesia and Malaysia*, 1–15. <https://doi.org/10.4324/9780203829004>
- Heryanto, A. (2015). *Identitas dan Kenikmatan: Politik Budaya Layar Indonesia*. Jakarta: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia).
- Hoesterey, J. B. (2008). Marketing Morality: The Rise, Fall and Rebranding of Aa Gym. Dalam *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia* (hlm. 95–112). Singapore: ISEAS.
- Hoesterey, J. B. (2016). *Rebranding Islam: Piety, Prosperity, and a Muslim Public Sphere*. California: Stanford University Press.

Reconstructing Pulpit Professionalism: Standardization of MUI Preachers in Facing the Commodification of Contemporary Preaching

Muhammad Khoerul Anam, Mabruhi, Syaripudin, Siti Nuri Nurhaidah, Ahmad Irfan

- Ibn al-Jawzi, A. F. (2006). *Qushshash wa al-Mudzakkirin*. Kairo: Maktabah al-Khonji.
- Kurniawan, S. (2015). *Studi Islam: Suatu Pengantar dengan Pendekatan Multidisipliner*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Mahfudz, A. (1979). *Hidayah al-Mursyidin ila Thuruq al-Wa'dh wa al-Irsyad*. Kairo: Dar al-I'tisham.
- Majelis Ulama Indonesia. (2011). *Himpunan Fatwa MUI Sejak 1975*. Jakarta: Erlangga.
- Murni, M. (2019). Komodifikasi Agama: Tren Dakwah Kontemporer di Media Televisi. *Jurnal Komunikasi Islam (JKI)*, 9(1), 1–22. <https://doi.org/10.15642/jki.2019.9.1.1-22>
- Muzakki, A. (2011). *Edutainment Dakwah: Menyeimbangkan Agama dan Hiburan di Televisi*. Jakarta: Gramedia.
- Muzakki, A. (2014). The Cultural Economy of Islam in Indonesia: Analyses of the Rise of Islamic Pop Culture. *Journal of Indonesian Islam*, 8(2), 170–190. <https://doi.org/10.15642/JIIS.2014.8.2.170-190>
- Nisa, E. F. (2018). Creative and Lucrative Da'wa: The Rise of Muslim Women Entrepreneurs in Indonesia. *Al-Jami'ah: Journal of Islamic Studies*, 56(2), 343–376. <https://doi.org/10.14421/ajis.2018.562.343-376>
- Syam, N., & Niam, Z. B. (2020). Standardisasi Dai Majelis Ulama Indonesia (MUI): Antara Profesionalisme Dakwah dan Kontestasi Otoritas Keagamaan. *Jurnal Dakwah Risalah*, 31(2), 215–230. <https://doi.org/10.24014/jdr.v31i2.10543>
- Zamroni, M. (2016). Strategi Komunikasi Dakwah di Tengah Fenomena Komodifikasi Agama di Media Massa. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 36(1), 1–24. <https://doi.org/10.21580/jid.v36.1.1624>
- Zulkifli, Z. (2013). The Ulama in Contemporary Indonesia: Clerics as Central Figures in the Muslim Community. *Journal of Indonesian Islam*, 7(1), 136–156. <https://doi.org/10.15642/JIIS.2013.7.1.136-156>