

OTORITAS KEAGAMAAN DI ERA MEDIA BARU: DAKWAH GUS MUS DI MEDIA SOSIAL

Arnis Rachmadhani

Balai Penelitian dan Pengembangan Agama Semarang, Kementerian Agama
arnisuksw@yahoo.co.id

Abstrak

Artikel ini mengkaji tentang otoritas keagamaan dan media baru, dengan studi kasus pada model dakwah Gus Mus. Pertanyaan yang diajukan adalah bagaimana pergeseran otoritas sumber keagamaan dari era analog ke digital?; bagaimana peta otoritas sumber keagamaan tradisional di era disrupsi?; dan bagaimana strategi otoritas sumber keagamaan tradisional di era media baru? Untuk menjawab pertanyaan tersebut, penelitian ini mengkombinasikan data etnografi dan netnografi. Data etnografi dilakukan melalui wawancara dan mengikuti kegiatan dakwah Gus Mus di beberapa media sosial. Sedangkan data netnografi dilakukan melalui penelusuran data-data online dan observasi partisipan online.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kehadiran media sosial sebagai bentuk model dakwah baru tidak menggeser pengaruh otoritas keagamaan tradisional, tetapi justru semakin memperkuatnya. Berkat media sosial, Islam tradisional tetap menjadi sumber otoritatif pemahaman keagamaan mayoritas umat. Oleh karena itu, figur otoritas Islam tetap berasal dari lingkaran dai yang memiliki latar belakang pendidikan Islam formal ataupun pesantren yang menguasai kitab-kitab klasik (*turath*) pesantren dan menguasai ilmu-ilmu agama Islam lainnya.

Sebagai figur otoritatif keagamaan tradisional, Gus Mus secara masif mendiseminasikan dakwahnya ke ruang online, utamanya Instagram, YouTube, Facebook, Podcasts, maupun WhatsApp. Oleh karena itu, otoritas Gus Mus sebagai seorang dai tetap bertahan dan bahkan menguat berkat media baru. Berkat perpaduan antara kultur tradisional dan peran media baru, Gus Mus tampil sebagai figur karismatik otoritas Islam tradisional yang khas dan berbeda dari figur otoritas keagamaan baru lainnya. Berkat dukungan tim medianya, pesan universal dakwahnya dapat lebih luas tersebar ke setiap lapisan masyarakat.

Kata Kunci: Gus Mus; Otoritas; Sumber Keagamaan Tradisional; Moderat; Media Sosial.

Abstract

This article examines religious authority and new media, with a case study on Gus Mus' da'wah model. The research question of this research is how the authority of religious sources changes from the analog to digital era; how is the map of the authority of traditional religious sources in the era of disruption; and how is the strategies of traditional religious source authorities in the era of new media. To answer this question, this study combines ethnographic and netnographic data. Ethnographic data was carried out through interviews and following Gus Mus' da'wah activities on several social media. Meanwhile, netnographic data was carried out by searching online data and observing online participants.

The results of this study indicate that the presence of social media as a form of new da'wah model does not shift traditional religious authority, but instead strengthen this authority. Thanks to the social media. Traditional Islam would always become the authoritative source of public religious understanding. Therefore, new religious authorities or known as charismatic dai also come from the circle of dais who have a formal Islamic education background or pesantren which comprehend the pesantren classical books and other Islamic religious sciences.

Gus Mus, who was originally a traditional religious authority, massively disseminated his da'wah to online spaces, especially Instagram, YouTube, Facebook, Podcasts, and WhatsApp. Therefore, Gus Mus' authority as a preacher persisted and even strengthened, thanks to the charismatic clerical culture that was obtained from the new media. Finally, thanks to the combination of traditional culture and the role of new media, Gus Mus' charisma is distinguishing and different from other new religious authorities. Thanks to the support of his media team, his religious universal message can be more widely spread in every level of society.

Keywords: Gus Mus; Authority; Traditional Religious Sources; Moderate; Social Media.

I. PENDAHULUAN

Selama berabad-abad sebelumnya, para pendakwah dan ulama memperoleh otoritas dan wibawa mereka dengan mengabdikan diri bertahun-tahun mengaji secara mendalam (Heryanto, 2014). Secara umum, umat Islam di Indonesia lebih patuh dan mengikuti anjuran yang bersumber dari otoritas keagamaan tradisional. Meskipun demikian, terdapat pergeseran yang signifikan pasca gelombang masifnya penggunaan media sosial yang berdampak terhadap proses pencarian sumber pengetahuan yang lebih baru dan sesuai dengan preferensi umat muslim.

Metode dakwah konvensional—di atas mimbar—masih menjadi metode pilihan untuk menyampaikan ceramah. Akan tetapi, kemunculan internet dengan produk *new media* dalam satu dekade terakhir menunjukkan terjadinya pergeseran metode dan ruang berdakwah. Haryadi mengutip Ansori (2020) menyebutkan bahwa secara terminologi dakwah tidak hanya dilakukan dengan ceramah di atas mimbar, akan tetapi dakwah juga bisa dilakukan melalui aksi sosial yang lebih dikenal dengan pemberdayaan masyarakat dengan mengimplementasikan nilai-nilai dakwah Islam.

Pada 29 Juni 2018, salah satu media massa *online*, Tempo.co, mengunggah sebuah konten menarik dalam rubrik infografis tentang rumus pendapatan *platform* dakwah Ustaz Abdul Somad (UAS) dan tiga dai lainnya, yaitu Khalid Zeed Abdullah Basalamah atau yang dikenal dengan Khalid Basalamah, Hanan Attaki dan Adi Hidayat. Dalam postingan tersebut, Tempo.co menempatkan UAS sebagai dai terpopuler urutan pertama di media sosial, disusul dengan Ustaz Khalid Basalamah, Ustaz Hanan Attaki dan Ustaz Adi Hidayat. (<https://grafis.tempo.co/read/1312/rumus-pendapatan-platform-dakwah-abdul-somad-dan-3-dai-lain>)

Pada kemunculan media baru (misalnya Whatsapp, Instagram, YouTube, Facebook, Podcasts dan Twitter), penggunaannya lebih didominasi oleh kelompok milenial atau kaum muda yang lebih melek digital (*digital native*) dengan intensitas paparan informasi digital yang lebih tinggi. Dalam mempelajari agama, para generasi milenial dan generasi Z (Gen-Z) belajar otodidak secara instan. Di Indonesia, 55 persen dari pengguna internet berusia antara 15-19 tahun, dan 70 persen dari mereka menggunakan Facebook (Tempo 2012), menjadikan Indonesia sebagai pengguna sosial media kedua terbesar di dunia. Masalah-masalah keagamaan mendominasi segala bentuk percakapan di media sosial di Indonesia saat ini (Heryanto, 2014).

Kemunculan internet telah membuka ruang diskusi, proses pencarian pengetahuan, pemulihan krisis identitas, pengalaman spiritual dan distribusi nilai-nilai keagamaan tidak hanya bertumpu pada otoritas tertentu saja. Menurut Eickelman dan Anderson, perkembangan pendidikan massal dan internet melalui produknya, yaitu media baru (media sosial), memunculkan kondisi kesetaraan dalam hal wacana di ruang publik. Salah satunya adalah wacana keagamaan (Eickelman & Anderson, 2003). Beragam macam dakwah ustaz, ulama dan kiai menjamur di berbagai platform media sosial baik di Instagram, YouTube, Facebook, Podcasts, Telegram maupun WhatsApp.

Organisasi Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah menampilkan wajah Islam Indonesia yang damai dan bersahabat. Sebagai arus utama ormas Islam dan representasi otoritas Islam yang telah diterima secara luas, NU dan Muhammadiyah menjadi acuan dalam melakukan dakwah Islam di masyarakat. Artikel ini mendiskusikan salah satu tokoh NU karismatik, dan otoritatif, KH. Mustofa Bisri atau yang lebih terkenal dengan panggilan Gus Mus. Selain sebagai pengasuh Pondok Pesantren Leteh, Gus Mus banyak menyiarkan dakwahnya melalui media sosial.

Max Weber membagi otoritas ke dalam tiga bentuk, yakni otoritas tradisional, legal, dan karismatik. Otoritas tradisional merujuk kepada otoritas yang dimiliki oleh seorang pemimpin dalam masyarakat tradisional, yang memiliki otoritas dalam menafsirkan dan menegakkan aturan-aturan yang berlaku. Dalam pandangan Weber, seiring dengan modernisasi, otoritas tradisional ini akan tergantikan oleh otoritas legal yang muncul dan berkembang seperti dalam otoritas birokrasi sebagaimana terjadi dalam masyarakat Barat yang rasional. Sementara otoritas tradisional terkait dengan keyakinan terhadap kesakralan tatanan nilai tradisional dan kepatuhan terhadap pemimpinnya karena hubungannya dengan para pemimpin terdahulu, kepatuhan terhadap otoritas legal dibangun berdasarkan asas-asas rasionalitas modern. Sementara itu, otoritas karismatik merujuk kepada pengakuan bahwa pemimpin tersebut memiliki karisma, atau sering disebut *karomah* (Weber, 1947: 130; Adair-Toteff, 2005). Jika mengikuti pandangan Weber di atas, maka otoritas Gus Mus dikategorikan sebagai otoritas tradisional dan otoritas karismatik.

Para sarjana sebelumnya seperti Dale F. Eickelman, Anderson dan Bryan S. Turner berpendapat, bahwa kemunculan media baru membuat otoritas keagamaan terfragmentasi, dan pada saat yang bersamaan memunculkan otoritas keagamaan baru. Pada umumnya, mereka menggarisbawahi bahwa munculnya otoritas keagamaan baru akan menggeser peran otoritas keagamaan tradisional sebagai pemegang wacana keislaman. (Eickelman dan Anderson, 2007: 117– 134)

Namun, berbeda dengan para sarjana di atas, Muhammad Qasim Zaman memberikan argumentasi berbeda, bahwa kendatipun otoritas keagamaan baru muncul, tidak berarti peran otoritas keagamaan tradisional akan tergeser. Otoritas keagamaan tradisional tetap mampu beradaptasi dengan lingkungan baru. (Zaman, 2009: 230-231)

Artikel ini membahas tiga hal. *Pertama*, bagaimana pergeseran otoritas sumber keagamaan dari era analog ke digital; *kedua*, bagaimana peta otoritas sumber keagamaan tradisional di Rembang pada era disrupsi; *ketiga* bagaimana strategi otoritas sumber keagamaan tradisional di era media baru.

A. Kerangka Teori

Untuk memahami bagaimana otoritas tradisional beradaptasi dan menjawab tantangan baru, terutama dengan munculnya media baru pada kasus Gus Mus, maka penelitian ini mengeksplorasi diskursus akademik tentang otoritas keagamaan tradisional dan media baru. Diskusi akademik tentang otoritas keagamaan tradisional di Indonesia dapat merujuk pada studi yang dilakukan oleh Zamakhsyari Dhofier. Menurutnya, otoritas keagamaan tradisional adalah mereka yang memiliki pengetahuan agama Islam yang tinggi, seperti kemampuannya membaca kitab-kitab klasik berbahasa Arab, menguasai ilmu fikih, hadis, *tasawuf*, *nahwu*, *sharaf*, dan lainnya. (Dhofier, 1994: 22- 47)

Selain itu, otoritas keagamaan tradisional dapat juga terbentuk karena memiliki pengikut atau murid. Dalam tradisi pesantren, pengikut dikenal dengan sebutan *santri*. (Dhofier, 1994: 22- 47) Kemudian, merujuk pada otoritas keagamaan tradisional seorang kyai, Dhofier menyebutkan aspek lain yang membentuk otoritas keagamaan tradisional, yaitu karena faktor keturunannya dari keluarga kyai. (Dhofier, 1994: 59)

Lalu bagaimana pengaruh kemunculan otoritas keagamaan baru bagi otoritas keagamaan tradisional? Menurut Turner, fenomena tersebut memberikan tantangan bagi popularitas otoritas keagamaan tradisional. (Turner, 2007: 117-134) Berbeda dengan Turner, Zaman memberikan argumentasi berbeda, bahwa kemunculan otoritas keagamaan baru tidak secara langsung melemahkan peran otoritas keagamaan tradisional. Otoritas keagamaan tradisional ikut menyesuaikan diri dalam wacana keagamaan baru untuk memperkuat otoritasnya sebagai pemegang wacana keislaman. (Zaman, 2002: 1-16)

Penulis berbeda pendapat dengan Turner yang mengatakan bahwa gelombang perkembangan teknologi informasi, yang bersamaan dengan munculnya otoritas keagamaan baru, memberikan tantangan bagi popularitas otoritas keagamaan tradisional. Dalam kasus Gus Mus justru otoritas keagamaan tradisional mampu bertahan dan bahkan menjadi pemain utama dalam gelombang teknologi komunikasi

dan informasi, media sosial. Pada gilirannya, jangkauan otoritasnya tidak terbatas pada ruang lingkup tradisional saja, namun menyebar ke seluruh segmentasi wacana keislaman yang ada. Di samping itu, pertemuan antara status tradisional dan media baru, dapat membentuk kultur *selebriti* bagi seorang dai berlatar belakang pendidikan keagamaan tradisional. Seperti yang dikatakan oleh Zaman dan Turner, otoritas baru diisi oleh orang-orang yang tidak memiliki kemampuan agama Islam yang cukup, berasal dari pendidikan umum (bukan pesantren), dan tidak memiliki akses ke sumber pengetahuan Islam tradisional (*turath*). Penulis mengamati bahwa otoritas keagamaan baru saat ini tidak hanya diisi oleh orang-orang yang tidak memiliki kemampuan agama Islam, tetapi juga diisi oleh figur otoritas keagamaan tradisional seperti Gus Mus. Meskipun Gus Mus berasal dari otoritas keagamaan tradisional, tetapi dengan penggunaan media baru, dia memasuki kultur selebriti seperti halnya terdapat pada otoritas keagamaan baru lainnya. Pada akhirnya, kultur selebriti tersebut membuat karisma Gus Mus sebagai tokoh agama menjadi khas dan berbeda dari dai-dai lainnya.

B. Kajian Pustaka

Terdapat beberapa studi tentang otoritas keagamaan dan media. Studi-studi tersebut bisa dibagi menjadi beberapa kelompok yaitu: Pertama, studi-studi tentang otoritas keagamaan yang fokus pada aspek estetika dakwah, terdapat pada studi Hew Wai Weng. Weng mengeksplorasi bagaimana otoritas Felix Siauw terbangun melalui estetika visual di dalam media sosial. Studi Weng menunjukkan, bahwa Felix Siauw produktif melakukan dakwah melalui media sosial dalam bentuk teks, gambar, dan video yang menarik perhatian kalangan anak muda Islam, utamanya dalam menyebarkan ideologi Hizbut Tahrir Indonesia. (Weng, 2018: 61-79)

Kedua, studi-studi tentang otoritas keagamaan yang fokus pada aspek figur lokal dan luar Indonesia. Salah satu studi yang mengkaji otoritas dai lokal Indonesia dilakukan oleh C. W. Watson. Watson menelaah popularitas Aa Gym sebagai ustaz selebriti di Indonesia. Studinya menunjukkan bahwa popularitas Aa Gym meningkat bersamaan dengan perkembangan teknologi baru terutama pasca runtuhnya rezim Orde Baru. (Watson, 2005: 773–792)

Studi yang dilakukan oleh Siti Mariatul Kiptiyah lebih menekankan pada figur otoritas tradisional. Dia menelaah bagaimana media baru membentuk kembali otoritas

keagamaan tradisional pada figur K.H. Anwar Zahid. Studi ini menunjukkan bahwa media baru tidak menggeser otoritas tradisional yang dimiliki K.H. Anwar Zahid, tetapi justru semakin memperkuat otoritas tradisionalnya. (Kiptiyah, 2017: 339–352).

II. METODE PENELITIAN

Artikel ini merupakan hasil riset studi kualitatif deskriptif tentang sumber otoritas keagamaan di era disrupsi dengan menggunakan pendekatan etnografi dan *netnografi*. Pendekatan etnografi berasumsi bahwa pengetahuan dari semua kebudayaan memiliki nilai sangat tinggi. Maka menjadi penting mendeskripsikan dan menerangkan keteraturan berbagai tingkah laku sosial melalui proses alami atau enkulturatif penuh (Spradley, 1997: 12-13). Sedangkan data *netnografi* dikumpulkan melalui penelusuran data-data *online* melalui observasi partisipan *online*. Perspektif inilah yang penulis gunakan dalam menelaah kreatifitas Gus Mus dalam berdakwah melalui media sosial. Data dikumpulkan dengan beberapa metode berikut ini: Wawancara; metode ini dilakukan untuk mendapatkan data mengenai perubahan dan peta otoritas sumber keislaman di era disrupsi, serta bagaimana upaya pemangku otoritas keislaman tradisional dalam menghadapi era disrupsi. Observasi; cara ini digunakan untuk mengamati data-data yang ada di media digital yang diproduksi oleh sumber-sumber keislaman tradisional, serta bagaimana pesan keagamaan tersebut disampaikan. Dalam tahapan ini juga digunakan *netnografi* yaitu etnografi terhadap sumber-sumber di internet untuk mendapatkan data mengenai peta otoritas sumber keislaman di media digital. Studi Pustaka; merupakan penelusuran terhadap dokumen-dokumen mengenai otoritas sumber keislaman tradisional di era disrupsi. Data ini mencakup hasil penelitian terdahulu, artikel-artikel yang diterbitkan oleh jurnal akademik, media masa, dan video-video yang diunggah melalui media sosial seperti Facebook dan YouTube. *Focus Group Discussion* (FGD), dilaksanakan dengan beberapa informan kunci yang memahami peta otoritas sumber keislaman tradisional di era disrupsi dan bagaimana perkembangan dan perubahan yang terjadi pada otoritas sumber keislaman di era digital, serta kesiapan para pemegang otoritas-nya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konteks Sosial Keagamaan di Rembang

Rembang adalah salah satu kota yang paling representatif menampilkan kekentalan budaya Islam yang unik dan khas di Indonesia. Umat muslim mendominasi setiap wilayah perkotaan dan pedesaan di Rembang, Meskipun berdampingan dengan komunitas agama lain seperti Kristen dan *penghayat kepercayaan*, namun mereka hidup dengan rukun dan harmonis. Terdapat 23 gereja di Rembang.

Peta otoritas keislaman di Rembang ada dua, yaitu jaringan ulama Rembang dan jaringan ulama Lasem. Di Rembang, Pondok Roudlotut Tholibien Leteh yang diasuh KH. Mustofa Bisri merupakan salah satu pusat otoritas keislaman di Rembang. Artinya *dawuh* atau perintah yang paling didengarkan mengenai perkara Islam berasal dari Gus Mus. Berbeda halnya dengan Sarang, *dawuh* yang dipatuhi adalah *dawuh* Almarhum Mbah Maimoen (KH Maimon Zubair, w. 2019). Sedangkan di Lasem sangat heterogen karena ada banyak Kiai muda dan tak sedikit politisi yang berasal dari keluarga Kiai. Namun, mayoritas warga Lasem lebih mendengarkan pendapat Gus Zaim (KH Zaim Ahmad Ma'shoem). Beliau merupakan Musytasyar NU dan berasal dari keluarga Mbah Maksum (KH Maksum Djauhari). Lasem merupakan asal trah para kiai yang paling sepuh. Banyak kiai-kiai yang tersebar di penjuru pelosok Jawa berasal dari Lasem. Jaringan ulama Rembang yang ber-*home base* di Pondok Pesantren Leteh di antaranya KH. Mustofa Bisri, KH. Yahya C. Staquf, Gus Yaqut Cholil, KH. Syarafuddin, dan KH. Bisri Adib Hattani. Jaringan ulama Lasem tersebar di beberapa wilayah, di antaranya, Sarang, Narukan Kragan, dan Lasem. Kiai-kiai yang menjadi ulama panutan masyarakat di antaranya adalah Gus Baha', Gus Qoyyum Mansyur, Gus Ahfas Hamid Baidlowi, Gus Najih, Gus Zaim, Gus Ghofur, Gus Idror, dan KH. Hamid Baidlowi.

Jaringan Gusdurian di Rembang dipimpin oleh Gus Yahya Staquf, namun masih belum memiliki kegiatan yang terjadwal. Gus Yahya juga memiliki platform *Terong Gosong* yang menampilkan tulisan-tulisan renyah khas beliau.

Saat ini, isu lintas agama di Rembang yang sedang berkembang adalah, Lasem akan menjadi kota pusaka. Sebelumnya Lasem dicanangkan sebagai kota Tiong Hoa. Hal ini wajar karena Lasem merupakan kota peninggalan warisan nenek moyang Tiong Hoa tertua. Perubahan Lasem dari rencana awalnya menjadi kota Tiong Hoa beralih menjadi kota pusaka dikarenakan banyak sekali pihak yang menentang rencana perubahan itu (Wawancara dengan Ali Muchyidin, Kamis, 27 Mei 2021).

B. Profil Gus Mus

KH Mustofa Bisri Lahir di Rembang, Jawa Tengah, 10 Agustus 1944, dari keluarga santri. Kakeknya, Kyai Mustofa Bisri adalah seorang ulama. Seperti ayahnya, KH Bisri Mustofa atau Gus Mus, yang pada tahun 1941 mendirikan Pondok Pesantren RoudlatutThalibin, adalah seorang ulama karismatik termasyur.

Ia dididik orang tua-nya dengan sangat intens dalam hal prinsip-prinsip agama. Setamatsekolah dasar tahun 1956, ia melanjutkan ke sekolah *tsanawiyah*. Baru setahun di *tsanawiyah*, ia pindah ke Pesantren Lirboyo, Kediri selama dua tahun. Kemudian pindah lagi ke Pesantren Krpyak, Yogyakarta. Di Yogyakarta, ia diasuh oleh KH Ali Maksum selama hampir tiga tahun, lalu kembali ke Rembang untuk mengaji langsung kepada ayahnya. Pada tahun 1964, Gus Mus dikirim ke Kairo, Mesir, untuk belajar di Universitas Al-Azhar. Ia mengambil jurusan studi keislaman dan bahasa Arab dan tamat tahun 1970. Gus Mus satu angkatan dengan KH Abdurrahman Wahid (Gus Dur).

Menikah dengan Siti Fatimah, ia dikaruniai tujuh orang anak. Enam di antaranya perempuan. Anak lelaki satu-satunya adalah si bungsu Mochamad Bisri Mustofa, yang lebih memilih tinggal di Madura dan menjadi santri di sana. Kakek dari empat cucu ini sehari-hari tinggal di lingkungan pondok hanya bersama istri dan anak ke-enamnya Almas.

Sebagai sosok Kiai Sepuh, Gus Mus dikenal sangat humanis. Karismanya mendapat tempat hingga ke semua agama. Respon komunitas lintas agama terhadap Gus Mus sangat luar biasa, berbagai tokoh lintas agama *sowan* kepada beliau untuk mendengarkan *wejangan* yang penuh hikmah dan bermuatan nilai-nilai kemanusiaan yang universal.

C. Karya-Karya dan Penghargaan Gus Mus

Penghargaan	Pemberi Penghargaan	Tahun
Anugerah Sastra Asia	Majelis Sastra, Mastera, Malaysia	2005

Gelar Doktor Honoris Causa dalam bidang Kebudayaan Islam	UIN Sunan Kalijaga	2009
Tanda Kehormatan Bintang Budaya Parama Dharma	Presiden Joko Widodo	2015

Tabel 1. Penghargaan Gus Mus.

Judul	Penerbit, Tahun Terbit	Keterangan
<i>Dasar-dasar Islam</i>	Penerbit Abdillah Putra Kendal, 1401 H	Terjemahan
<i>Ensklopedi Ijma'</i>	Pustaka Firdaus, Jakarta, 1987	Terjemahan bersama KH. M.A. Sahal Mahfudh
<i>Nyamuk-Nyamuk Perkasa dan Awas, Manusia</i>	Gaya Favorit Press Jakarta, 1979	Gubahan cerita anak-anak
<i>Kimiya-us Sa'aadah</i>	Assegaf Surabaya	Terjemahan bahasa Jawa
<i>Syair Asmaul Husna</i>	Penerbit Al-Huda Temanggung	Bahasa Jawa
<i>Ohoi, Kumpulan Puisi Balsem</i>	Pustaka Firdaus, Jakarta, 1991, 1994	
<i>Tadarus, Antologi Puisi</i>	Prima Pustaka Yogya, 1993	
<i>Mutiara-mutiara Benjol</i>	Lembaga Studi Filsafat Islam Yogya, 1994	
<i>Rubaiyat Angin dan Rumput</i>	Majalah Humor dan PT. Matra Media, Cetakan II, Jakarta, 1995	
<i>Pahlawan dan Tikus</i>	Pustaka Firdaus, Jakarta, 1996	Kumpulan puisi
<i>Mahakiai Hasyim Asy'ari</i>	Kurnia Kalam Semesta, Yogya, 1996	Terjemahan
<i>Metode Tasawuf Al-Ghazali</i>	Pelita Dunia Surabaya, 1996	Terjemahan dan komentar
<i>Saleh Ritual Saleh Sosial</i>	Mizan, Bandung, Cetakan II, September, 1995	
<i>Pesan Islam Sehari-hari</i>	Risalah Gusti, Surabaya, 1997	
<i>Al-Muna</i>	Yayasan Pendidikan Al-Ibriz, Rembang, 1997	Syair Asmaul Husna, Bahasa Jawa
<i>Fikih Keseharian</i>	Yayasan Pendidikan Al-Ibriz, Rembang, bersama Penerbit Al-Miftah, Surabaya, Juli 1997	
<i>Kado pengantin</i>	1997	Kumpulan nasihat

		untuk pengantin yang ditulis tokoh kiai dan cendekiawan
<i>Bingkisan Pengantin</i>	2002	Antologi puisitokoh penyair
<i>Cerita-Cerita Pengantin</i>	2004	Kumpulan cerpen yang ditulis para tokoh cerpenis

Tabel 2. Karya Gus Mus

D. Perubahan Sumber Otoritas Keagamaan dari Era Analog ke Digital

Media diseminasi dakwah pada dekade belakangan mengalami pergeseran signifikan, dari televisi ke *platform* media sosial. Para dai lebih aktif menyebarkan dakwahnya melalui media sosial daripada media televisi. Namun, sebelum media sosial signifikan sekarang, sejumlah dai seperti Zainuddin MZ, Abdullah Gymnastiar (Aa Gym), Yusuf Mansur dan dai-dai televisi lainnya telah siaran melalui radio dan televisi. Zainuddin MZ misalnya, yang sangat populer di era 80-an sampai 90-an. Pada era tersebut, ceramah Zainuddin MZ bergeming keras di sejumlah radio lokal Indonesia. Di saat yang bersamaan, kaset ceramahnya pun tersebar luas di pasaran Indonesia dan Asia. Belakangan, setelah namanya populer di ruang publik Indonesia, dia dikontrak oleh sejumlah televisi swasta untuk mengisi sejumlah program keislaman. (Zainuddin, 1997: 46)

Selain Zainuddin MZ, pada era 2000-an, muncul dai-dai lainnya yang sangat populer di layar televisi Indonesia seperti Aa Gym dan Yusuf Mansur. Aa Gym sering tampil dalam program siaran radio dan televisi swasta Indonesia. Nama Aa Gym sangat populer dan dikenal sebagai dai yang mendedahkan pentingnya menjaga hati dengan programnya Manajemen Qalbu (MQ). MQ telah berhasil menarik perhatian Muslim Indonesia, sehingga pada tahun 2002, jutaan orang Indonesia menyaksikan acara-acara televisinya dan di masa-masa itu lah MQ menjadi *brand* dakwah Aa Gym di kancah nasional. (Hoesterey, 2008: 95)

Meskipun demikian, dakwah melalui layar televisi bukanlah sebuah hal yang baru waktu itu. Fealy (2008) mencatat, pada tahun 2000 nama Abdullah Gymnastiar (Aa Gym) adalah yang pertama meroket menjadi mega bintang pendakwah populer di televisi Indonesia. Popularitas Aa Gym selanjutnya diikuti oleh penceramah lain seperti

Ustaz Arifin Ilham, Jeffry Al Buchory, dan Yusuf Mansyur, yang secara masif memanfaatkan perkembangan teknologi informasi.

Begitu juga Yusuf Mansur. Namanya sangat populer di layar kaca televisi Indonesia, dengan mempromosikan gagasan pentingnya bersedekah, yang berbeda dari dai-dai lainnya. Dia memandang sedekah bukan hanya sebagai bentuk amal ibadah semata, tetapi juga sarana untuk mendapatkan kesejahteraan dan kekayaan dunia. Salah satu program populer Yusuf Mansur di televisi adalah *Nikmatnya Sedekah*. Program ini sukses menarik perhatian kalangan Muslim Urban Indonesia yang bercita-cita untuk mendapatkan kesejahteraan dan kekayaan. (Kailani, 2015: 57)

Sejumlah dai di atas, mulai dari Zainuddin MZ, Aa Gym, sampai Yusuf Mansur mendapatkan popularitasnya berkat media radio dan televisi. Belakangan, muncul dai-dai baru yang mendapatkan popularitas, bukan dari dua media lama tersebut, melainkan dari media sosial, seperti Felix Siau, Evie Effendi, Handy Bonny dan dai-dai lainnya. Mereka sangat populer di kalangan anak muda Islam Indonesia, karena menggunakan media baru yaitu media sosial, untuk berdakwah. Alih-alih tampil dengan busana serba agamis, mereka tampil layaknya anak muda dengan memakai pakaian *gaul* dan *trendi*. Pesan dakwahnya dikemas dalam bentuk cerita dan motivasi. Mereka mengambil sejarah latar belakang perjalanan hidupnya untuk memotivasi anak muda Islam Indonesia. Felix Siau misalnya. Ia sering mengambil cerita perjalanan hidupnya sebagai seorang non-Muslim beretnis Tionghoa untuk memotivasi semangat hijrah bagi anak Muda Islam Indonesia (Weng, 2018: 61–79).

Begitu juga Evie Effendi. Dalam dakwahnya, ia sering memotivasi anak muda Islam untuk berhijrah dengan menceritakan pengalaman hijrahnya dari seorang anggota *geng* motor yang sering terlibat dalam perkelahian hingga ditahan di dalam penjara. Cerita hijrah Evie sering dikemas dengan pengantar bahasa-bahasa *gaul*, misalnya, “*dear mantan! Maafkan aku yang dulu*”. Diksi *gaul ala* Evie Effendi yang sangat populer di kalangan anak muda adalah *gapleh* atau singkatan dari *gaul* tapi saleh. (Han, 2018: 172-175) Selain Felix dan Evie, Handy Bonny juga adalah dai muda yang mengusung dakwah bertema anak muda Islam. Dia tampil layaknya anak muda, dengan menggunakan kemeja *flanel*, celana *jeans* dan *kupluk*. Selain itu, dia juga aktif menyebarkan dakwahnya melalui media sosial, seperti *Facebook*, *YouTube*, *Instagram* dan lainnya. (Han, 2018: 6)

Gus Mus merupakan Ulama tradisional yang aktif melakukan dakwah di ruang digital. Gus Mus sangat konsisten dalam mendakwahkan kemanusiaan sebagai wujud keberimanan seseorang. Dawuh-dawuh Gus Mus mudah diterima oleh banyak kalangan karena mengajarkan nilai-nilai universal Islam, sebagaimana juga beberapa Kiai lain seperti Gus Baha' dan Gus Muwafiq. Meski demikian, nama besar Gus Mus juga sesekali dikomodifikasi dan dipolitisasi oleh pihak tertentu. Gus Mus sering menjadi role model bagi para dai dalam berdakwah di media sosial (Wawancara dengan Mohammad Sobirin, Rabu, 26 Mei 2021).

Tulisan-tulisan Gus Mus banyak didominaasi oleh pemikirannya sebagai budayawan. Gus Mus aktif memproduksi wacana keagamaan di media sosial. Pesannya secara tersirat banyak menyampaikan gagasan moderasi, meski secara tersurat beliau tidak menyebut istilah moderasi beragama, karena inti moderasi beragama adalah tentang toleransi, menghormati tradisi, dan *hubbul wathan*. (Wawancara dengan Dzikrullah Zulkarnain, Jumat, 28 Mei 2021)

E. Peta Otoritas Sumber Keislaman Tradisional di Rembang

KH. Mustofa Bisri (Gus Mus) merupakan salah satu Kyai sepuh yang sangat aktif berdakwah di media sosial. Beberapa penelitian memasukkan Gus Mus dalam kategori Kyai yang aktif di media sosial. Ada dua jenis akun resmi (*official account*) Gus Mus. *Pertama*, akun yang dikelola secara mandiri oleh Gus Mus, antara lain: Facebook; facebook.com/simbah.kakung; Twitter: @gusmusgusmu; Instagram: instagram.com/s.kakung. *Kedua*, akun yang dikelola oleh admin, yaitu Facebook: facebook.com/GusMusChannel/; Instagram: <https://instagram.com/gusmuschannel>; Twitter: @GusmusChannel; YouTube: YouTube.com/c/GusMusChannel. Konten dikelola oleh santrinya dengan mengoptimalkan desain grafisnya yang menarik, pemilihan tema yang relevan, dan keberlanjutan update konten secara konsisten. Kolaborasi dakwah media sosial Gus Mus melalui beberapa media yaitu:

1. GusMus Channel

Media GusMus Channel dikelola tanpa menggunakan manajemen khusus. Pengelolanya adalah para santri. Para santri ini memperoleh pelatihan *movie making* dan

movie editing dari salah satu trainer asal Amerika Serikat sekaligus praktisi perfilman Hollywood, Dominic Jackson selama sembilan hari pada 26 Januari 2016 yang lalu.

Dalam rangka regenerasi, Gus Rizal Wijaya yang merupakan menantu Gus Mus mewajibkan tim GMC memberikan pelatihan dan pendampingan kepada calon tim GMC. Hal ini dimaksudkan agar GusMus Channel ini terus berjalan secara berkesinambungan dengan tetap memperhatikan kualitas.

Gus Rizal menjelaskan bahwa GusMus Channel telah melalui proses pengembangan yang sangat panjang sejak tahun 2017. Kunci utamanya adalah kesabaran, ketekunan, istiqomah dan kerja keras. Kendala paling utama adalah biaya perawatan (*maintenance*) karena penyediaan alat dan perawatan membutuhkan biaya yang cukup besar. Apalagi, tim media GMC oleh Gus Mus tidak diperbolehkan untuk mengajukan proposal ke manapun. Hal ini merupakan sebuah tantangan besar bagi tim sampai saat ini.

Tim GMC mengikuti arahan Gus Mus dalam pemilihan dan penentuan tema serta kitab yang akan dipublish. Tahapannya, pengajian Gus Mus direkam, kemudian, hasil rekaman tersebut diedit di dapur produksi. Sebelum diunggah, draft video akan direview oleh Gus Rizal. Motivasi terbesar Gus Rizal dalam mengelola dakwah Gus Mus di medsos adalah agar kelak anaknya, cucunya bahkan cicitnya bisa merasakan lautan ilmu Gus Mus. Mereka bisa mendengarkan suara khas beliau, dan bisa mendapatkan untaian-untaian nasehat dari beliau sampai kapanpun. (Wawancara dengan Gus Rizal, Senin, 24 Mei 2021)

a. Akun Media Sosial Gus Mus

Jenis Platform	Nama	Follower	Link	Pengelola
Facebook	Ahmad Mustofa Bisri (Simbah Kakung)	387.940	https://www.facebook.com/simbah.kakung	Gus Mus
	GusMus Channel	58.097 Orang	https://www.facebook.com/GusMusChannel	GusMus Channel
Twitter	@gusmusgusmu	2.4 M	https://twitter.com/gusmusgusmu?lang=en	Gus Mus
	@GusmusChannel	16.4 K	https://twitter.com/GusmusChannel	GusMus Channel
Instagram	s.kakung	541K	https://www.instagram.com/s.kakung/	Gus Mus
	GusMus Channel	32.7K	https://www.instagram.com/gusmuschannel/	GusMus Channel

			muschannel/	Channel
YouTube	GusMus Channel	116K	https://www.YouTube.com/channel/UCZ9uhiZz1FzrMo9fHP8c9uA	GusMus Channel

Tabel 2. Media Sosial Gus Mus

Tim media GusMus Channel merupakan admin yang bertanggung jawab dalam produksi konten digital berupa teks, visual, dan audiovisual. Tim ini merupakan bagian dari manajemen MataAir di bawah bimbingan dan arahan KH. Ahmad Mustofa Bisri. Tim GusMus Channel, terdiri atas:

- 1) Muhammad Yusuf (Koordinator teknis);
- 2) Muhammad Denwari (Movie maker, editor, content creator bidang sosial);
- 3) Makbul Khair (Movie maker, editor, contentcreator bidang agama);
- 4) Ahmad Abdul Rokhim (Movie maker, editor, subtitle editor)

Tim merupakan santri Pesantren Raudhatut Thalibin, Leteh, Sarang. Mekanisme pemilihan dan kaderisasi dilakukan oleh Gus Rizal. Saat penelitian ini dilakukan, kepengurusan tim telah memasuki generasi ketiga. Beberapa pelatihan telah dilakukan, yang salah satunya mengundang Dominic Jackson, produser film ternama asal Jerman kelahiran Amerika. Pelatihan tersebut digelar pada bulan Januari 2016 selama sembilan hari di Rembang. Inisiator pelatihan tersebut adalah C. Holland Taylor yang mengatakan bahwa ajaran Islam Nusantara yang damai perlu disampaikan ke dunia di tengah pemberitaan negatif tentang Islam pada sejumlah media digital. Islam di Indonesia tidak dijalankan dengan badan, akan tetapi dengan hati.

Jenis konten yang diproduksi meliputi teks, visual, dan audiovisual. Ada beberapa kitab yang dikaji Gus Mus dan beberapa Kiai yang mengajar di pesantren yang ditayangkan secara langsung (*streaming*) di akun YouTube GusMus Channel:

- Gus Mus: *Arbain Nawawi, Kasidah Burdah, SiyarusSalafis Sholihin, Akhlaqul Muslimin, Idhotun Nasyi'in, Tafsir al-Ibris;*
- KH. Yahya C. Staquf: *Tafsir Jalalain; Minhajul Abidin*
- KH. Syarofuddin IQ: *Tafsir Jalalain;*
- KH. Bisri Adib Hattani: *al-Adzkar an-Nawawiyah.*

Selain kajian kitab, di YouTube juga mengunggah konten-konten tematik, seperti:

- Sastra;
- Kajian Islam Singkat;
- Gus Mus & Gus Dur;
- Percik;
- Ulil Abshar

Sementara untuk Instagram, Facebook dan Twitter yang dimulai produksinya pada November 2017, beberapa kontennya meliputi:

- Jumat Call (telah diterbitkan dalam buku berjudul Pesan Jum'at Gus Mus)
- Lentera Petang;
- Senyum Subuh.

MataAir Radio

Meski sedikit terlihat tertinggal, dan tergantikan oleh media-media lain, terutama Podcast, radio tetap memiliki pemirsa setianya sendiri. Pengalaman menyimak suara dari radio yang tidak tergantikan, membuatnya tetap bertahan di era percepatan inovasi media dan informasi ini. Radio, dengan demikian, juga memiliki peran penting sebagai sumber diseminasi moderasi beragama.

MataAir Radio merupakan saluran radio GMC yang telah mengudara sejak November 2012 yang menyajikan informasi-informasi tentang Agama Islam dalam sejumlah program siaran. *MataAir Radio* menyebarkan pesan-pesan moral serta nilai-nilai agama dalam bersosial dari sejumlah tokoh agama di Kabupaten Rembang. Pembicaranya antara lain, Kiai Haji Ahmad Mustofa Bisri, Kiai Haji Yahya Cholil Staquf, dan Kiai Haji Syarofuddin Ismail Qoimaz. Berikut adalah program-program MataAir Radio.

1. Program Siaran Harian

a. Embun Pagi

Program siaran ini berisi tentang Kajian kitab kuning yang diampu oleh Kiai Haji Ahmad Mustofa Bisri (Gus Mus). Disiarkan setiap hari pukul 05.15 - 06.00 WIB. Program siaran ini diproduksi terlebih dahulu sebelum disiarkan.

b. Telaga Hati

Hampir sama dengan *Embun Pagi*, Program siaran *Telaga Hati* juga berisi tentang Kajian kitab kuning yang diampu oleh Kiai Haji Ahmad Mustofa Bisri (Gus

Mus). Disiarkan setiap hari pukul 16.30 - 18.00 WIB. Program siaran ini direkam terlebih dahulu sebelum disiarkan. Meskipun sama-sama kajian kitab kuning, namun di Program *Telaga Hati* kitab yang dikaji berbeda dengan Program *Embun Pagi*.

2. Program Siaran Mingguan

a. Siaran Langsung *Ngaji Selasa Jumat*

Program siaran *Ngaji Selasa Jumat* ini pun menayangkan kajian kitab kuning yang diampu langsung oleh Kiai Haji Ahmad Mustofa Bisri (Gus Mus) pada setiap hari Jumat pukul 09.30 - 10.00 WIB, dengan kitab *Al-Ibriz* sebagai kitab yang dikaji. Sedangkan Kiai Haji Yahya Cholil Staquf (Gus Yahya) mengkaji kitab *Irsyadul Ibad* pada setiap hari Selasa di jam yang sama, yakni pukul 09.00-10.00 WIB. Juga disiarkan secara langsung atau *live*.

b. Siaran Langsung *Ngaji Malam Jumat*

Sama seperti *Ngaji Selasa Jumat*. Program siaran ini pun menayangkan secara langsung kajian kitab kuning yang diampu oleh Kiai Haji Syarofuddin Ismail Qoimaz. Yakni kitab *Annashōihuddīniyyah*. Tayangnya pada setiap Hari Jumat pukul 19.00 - 21.30 WIB.

Dalam menentukan narasumber radio, pihak *MataAir Radio* selektif. Dalam beberapa program siaran, terlebih pada program siaran yang memuat informasi keagamaan, ada standar dan ketentuan khusus dalam memilih narasumber. Hal ini penting untuk menjaga kualitas materi yang disampaikan atau disiarkan. Semangat beragama yang diusung oleh *MataAir Radio* adalah spirit ke-Indonesia-an dan kemanusiaan, sehingga perlu pembicara yang benar-benar jelas kapasitasnya.

Sebenarnya tidak ada kendala berarti yang muncul dalam peran radio sebagai sumber dakwah keagamaan tradisional. Hal ini bergantung sesuai dengan kebijakan masing-masing perusahaan. Kalaupun ada kendala, lebih pada kendala yang sifatnya teknis, seperti harus tersedia sarana dan prasarana yang memadai, serta sumber daya manusia yang mumpuni. (Wawancara dengan Gus Wahyu, Selasa, 15 Juni 2021)

IV. KESIMPULAN

Dakwah konvensional di era 80-an sampai 90-an diwarnai oleh ceramah Zainuddin MZ yang bergemeng keras di sejumlah radio lokal. Pada era 2000-an, muncul dai-dai baru

yang populer berkat layar televisi Indonesia seperti Aa Gym dan Yusuf Mansur. Pergeseran metode dakwah terjadi seiring dengan munculnya *platform* dakwah Ustadz Abdul Somad (UAS) dan tiga dai lainnya, yaitu Khalid Zeed Abdullah Basalamah atau yang dikenal dengan Khalid Basalamah, Hanan Attaki, dan Adi Hidayat yang memanfaatkan media digital sebagai ruang dakwah. Dalam postingan tersebut, Tempo.co menempatkan UAS sebagai dai terpopuler urutan pertama di media sosial sebagai pemegang otoritas sumber keagamaan di era pergantian media analog ke digital.

Peta otoritas sumber keagamaan tradisional moderat di Rembang terlihat pada dakwah Gus Mus yang biasanya berdakwah secara konvensional melalui mimbar, beralih menggunakan teknologi digital media sosial. Gus Mus merupakan ulama yang aktif melakukan dakwah di ruang media digital. Gus Mus sangat aktif berdakwah di media sosial dengan akselerasi tim media GMC. Ada dua jenis akun resmi Gus Mus. *Pertama*, akun yang dikelola secara mandiri oleh Gus Mus, dan akun yang dikelola oleh admin. Daya tarik akun media sosial Gus Mus ini terletak pada kutipan (*quotes*) Gus Mus. Seperti kutipan pesan Gus Mus di *Jum'at Call* yang sering beliau sampaikan di Facebook dan Twitter setiap hari Jum'at. Media sosial lainnya yang dipakai oleh Gus Mus adalah YouTube dan Instagram.

Tim pengelola Gus Mus Channel di bawah Gus Rizal. Tim Pengelola Mata Air di bawah Gus Wahyu, suami dari Ning Bisriyah (Putri KH Mustofa Bisri). Ada beberapa jenis konten yang diproduksi: teks; visual; dan audiovisual.

Satu hal yang sering membuat Gus Mus dan tim GMC geram adalah pencatutan nama dan foto Gus Mus di beberapa meme atau tulisan yang sebetulnya bukan dari beliau. Mbak Ienas Tsurroya (putri Gus Mus) sering sekali menyampaikan klarifikasi di akun media sosialnya tentang hoaks atas nama Gus Mus. Bahkan Gus Mus sendiri tidak mampu mengendalikan kondisi tersebut. Menurut Gus Rizal dan Mak Ienas, jika masyarakat tahu bagaimana gaya tulisan beliau dan pesan-pesan mendalamnya tentang kehidupan, maka akan dengan sangat mudah membedakan mana yang benar-benar tulisan beliau, dan mana yang bukan.

Selain kasus di atas, tim medsos juga sangat menyayangkan atas banyaknya kanal YouTube yang seringkali mencuri konten-konten Gus Mus Channel untuk *diupload* di kanalnya sendiri. Kanal-kanal YouTube ini justru *viewers*-nya lebih banyak dari pada di akun GusMus Channel sendiri. Tanpa izin dari GMS terlebih

dahulu, dan tanpa pencantuman sumber konten, tindakan ini dapat dikatakan tak bertanggung jawab.

Harapan besar dari tim GMC yang dikelola oleh Gus Rizal adalah adanya kode etik publikasi, sehingga peristiwa pencatutan dan ‘pencurian’ karya tidak terjadi karena hak cipta adalah milik tim.

Meski pengelolaannya tidak menggunakan manajemen khusus, pengelola GusMus Channel adalah para santri yang direkrut dengan selektif dan terlatih secara profesional. Ini menjadi kelebihan penting dalam diseminasi dakwah keagamaan tradisional yang moderat, untuk meneguhkan otoritas keagamaan tradisional di era disrupsi, terkhusus di Rembang.

Daftar Pustaka

- Adair-Totef, Christopher. 2005. “Max Weber’s Charisma”. *Journal of Classical Sociology* 5, no. 2.
- Dhofier, Zamakhsyari. 1994. *Tradisi Pesantren: Studi Tentang Pandangan Hidup Kyai*. Jakarta: LP3ES..
- Eickelman, D. F., & Anderson, J. W. 2003. Redefining Muslim Publics. *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere*.
- Eickelman Dale F. dan Anderson, Jon W. 2007. *New Media in the Muslim World: The Emerging Public Sphere* (Bloomington, IN: Indiana University Press, 2003), 1–18; Bryan S. Turner, “Religious Authority and the New Media,” *Theory, Culture & Society*, Vol. 24, No. 2
- Fealy, G., & White, S. 2008. Expressing Islam: Religious life and politics in Indonesia. *In Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*.
- Han, Muhammad Ibtissam. 2018. “Ustadz Hits, Bahasa Gaul dan Social Media Effect,” dalam Sunarwoto (ed.), *Islam Antara Teks, Kuasa dan Identitas*. Yogyakarta: Arti Bumi Intaran.
- Han, Muhamad Ibtissam. 2018. *Anak Muda, Dakwah Jalanan dan Fragmentasi Otoritas Keagamaan: Studi atas Gerakan Dakwah Pemuda Hijrah dan Pemuda Hidayah*. Yogyakarta: Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga.
- Haryadi. Didid 2020. Otoritas Keagamaan Baru: Habitiasi dan Arena Dakwah Era Digital. *Islamic Insights Journal*. Vol. 2(2): PP 69-82.

- Heryanto, A. 2014. Identity and pleasure: The politics of Indonesian screen culture. *In Identity and Pleasure: The Politics of Indonesian Screen Culture*. <https://doi.org/10.1355/sj31-1k>.
- Hoesterey, James B. 2008. "Marketing Morality: The Rise, Fall and Rebranding of Aa Gym," dalam Greg Fealy & Sally White, (eds.), *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia* (Singapore: Institute of Southeast Asian Studies).
- Kailani, Najib 2015. *Aspiring to Prosperity: The Economic Theology of Urban Muslims in Contemporary Indonesia*. Canberra: School of Humanities and Social Sciences UNSW.
- Kiptiyah, Siti Mariatul. 2017. "Kyai Selebriti dan Media Baru," *Jurnal Masyarakat & Budaya*, Vol. 19, No. 3.
- Spradley, James P. (1997). *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Turner, 2007. *Religious Authority and the New Media*. United Kingdom: SAGE Publications.
- Tempo.co. 2021. "Rumus Pendapatan Platform Dakwah Abdul Somad dan 3 Dai Lain," (<https://grafis.tempo.co/read/1312/rumus-pendapatan-platform-dakwah-abdul-somad-dan-3-dai-lain>) Diakses pada 23 Februari 2021.
- Watson, C.W. 2005. "A Popular Indonesian Preacher: The Significance of Aa Gymnastiar," *Journal of the Royal Anthropological Institute*, Vol. 11, No. 4.
- Weber, Max. 1947. *The Theory of Social and Economic Organization*. Illinois: The Free Press.
- Weng, Hew Wai. 2018. "The Art of Dakwah: Social Media, Visual Persuasion and the Islamist Propagation of Felix Siauw" *Indonesia and the Malay World*, Vol. 46, No. 134.
- Zainuddin MZ. 1997. *Dakwah dan Politik: Dai Berjuta Umat*, cet.1 Bandung: Mizan.
- Zaman, Muhammad Qasim. 2009. *The Ulama in Contemporary Islam: Custodians of Change*, (Princeton: Princeton University Press, 2002), 1-16; Muhammad Qasim Zaman, "The Ulama and Contestations on Religious Authority," dalam Muhammad Khalid Masud, Armando Salvatore dan Martin van Bruinessen (eds.), *Islam and Modernity: Key Issues and Debates*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Zaman, Muhammad Qasim. 2002 *The Ulama in Contemporary Islam*. United States: Princeton University Press.