



Pemanfaatan Kecerdasan Buatan dalam Aktivitas Dakwah Kontemporer di Era Digital

The Use of Artificial Intelligence in Contemporary Da'wah Activities in the Digital Age

Suci Ramadhani^{1*}, Hasan Sazali² & Elfi Yanti Ritonga³

¹²³Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

*suci3005243002@uinsu.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the utilization of Artificial Intelligence (AI) in contemporary da'wah activities and to identify its opportunities, methodological transformations, and associated challenges. The research employs a qualitative approach using the Systematic Literature Review (SLR) method through the PRISMA procedure. The literature selection results indicate that 10 relevant scientific articles were reviewed in this study. The findings reveal that AI plays a significant role in enhancing the effectiveness of da'wah, particularly in expanding outreach, increasing interactivity, and enabling content personalization through technologies such as chatbots, digital applications, and social media platforms. Furthermore, AI drives a transformation in da'wah methods from conventional approaches to more adaptive and responsive digital practices. However, the study also identifies several challenges, including ethical issues, content validity, algorithmic bias, data security concerns, and the potential diminishing role of scholars (ulama) in guiding the community. Therefore, collaboration between preachers and technology developers, as well as strengthening digital literacy, is essential to ensure that AI utilization remains aligned with Islamic values.

Keywords: AI ethics; artificial intelligence; digital da'wah; digital era.

PENDAHULUAN

Era digital ditandai oleh kemajuan pesat teknologi informasi dan komunikasi, yang menempatkan AI sebagai teknologi kunci yang merombak cara manusia berinteraksi, mengakses informasi, dan berkomunikasi (Brobbey et al., 2021; Qi, 2024). AI telah diterapkan meluas di bidang pendidikan, kesehatan, bisnis, media, dan komunikasi, mengubah pola operasional, peran profesional, serta dinamika pembelajaran dan informasi di masyarakat (Gedik & Ceyhan, 2024).

Beberapa studi menekankan bahwa digitalisasi membawa peluang untuk

personalisasi, efisiensi, dan skala luas dalam penyampaian informasi serta layanan, tetapi juga menimbulkan tantangan terkait privasi, kualitas informasi, keamanan data, serta potensi penyebaran misinformasi jika tidak dikelola dengan baik (Kantha et al., 2024).

AI meningkatkan kemampuan pembelajaran melalui konten yang dipersonalisasi, analitik pembelajaran, dan pemodelan kebutuhan belajar mahasiswa, sambil menuntut peningkatan literasi digital khususnya AI *literacy* dan etika teknologi (AI *literacy* mencakup pengetahuan AI, pemahaman dampak sosial, penggunaan teknologi, dan perilaku etis) (Ding, 2023; Hwang et al., 2023; Ibad et al., 2024). Pengembangan alat ukur literasi digital dan literasi AI pada kalangan mahasiswa menunjukkan bahwa kompetensi digital di era AI terbagi ke dalam beberapa dimensi seperti pemahaman kritis tentang AI, pengenalan dampak sosial AI, penggunaan teknologi AI, serta perilaku etika terkait AI (Hwang et al., 2023).

Era digital telah memperluas kanal dakwah dari ceramah tatap muka ke ranah digital, termasuk media sosial, platform video, dan aplikasi berbagi konten. Berbagai studi tentang dakwah digital menyoroti bahwa transmisi pesan ke mad'u melalui kanal digital menawarkan jangkauan yang luas serta peluang personalisasi konten, tetapi juga menimbulkan tantangan terkait keakuratan informasi, literasi digital, dan literasi dakwah yang memadai bagi dai (Efendi et al., 2023; Ridha et al., 2023; Staniyah et al., 2024; Thahir, 2023).

Bukti empiris di literatur dakwah digital menunjukkan adanya tren pergeseran dari format konvensional ke format audiovisual, interaktif, dan berbasis komunitas *online* yang dapat meningkatkan keterlibatan generasi milenial dan Gen Z (Fabriar & Muhajarah, 2024; Izzulloh & Moebin, 2022; Rustandi, 2023; Staniyah et al., 2024). Da'i perlu adaptif terhadap teknologi supaya pesan dakwah tetap relevan dengan kebutuhan masyarakat modern, sambil menjaga akhlak penyampaian, keaktifan komunitas online, dan literasi keislaman yang memadai bagi mad'u di media digital. (Ardana & Febriana, 2023; Halimatus & Muhid, 2023; Setiawan & Khiyaroh, 2022; Staniyah et al., 2024).

Pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) dalam aktivitas dakwah kontemporer menunjukkan potensi yang sangat signifikan, khususnya dalam produksi dan distribusi konten keagamaan berbasis digital. AI mampu digunakan untuk menghasilkan konten dakwah dalam berbagai format seperti teks, audio, dan video secara lebih cepat dan efisien, sehingga memudahkan para dai dalam menyampaikan pesan keislaman kepada khalayak luas (Anggreani, 2025). Selain itu, teknologi AI juga berperan dalam menganalisis karakteristik audiens, sehingga memungkinkan personalisasi pesan dakwah yang lebih tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mad'u (pengguna) (Putra & Novalia, 2026).

Penggunaan chatbot Islami dan aplikasi berbasis AI, seperti sistem tanya jawab keagamaan otomatis, juga semakin berkembang dan mampu memberikan

respon cepat terhadap berbagai pertanyaan seputar fiqh, aqidah, dan ibadah, meskipun tetap memerlukan validasi dari sumber otoritatif (Afiyati et al., 2025). Lebih lanjut, penerapan AI dalam dakwah digital terbukti dapat meningkatkan efisiensi komunikasi serta memperluas jangkauan dakwah hingga menjangkau masyarakat global tanpa batas ruang dan waktu (Hamzah et al., 2024; Waseu, 2025).

Pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) dalam aktivitas dakwah kontemporer menghadapi berbagai tantangan serius, terutama terkait validitas dan otoritas keilmuan. (Ayu, 2023). Salah satu risiko utama adalah potensi distorsi pesan keagamaan, karena AI belum sepenuhnya mampu melakukan verifikasi terhadap sumber-sumber Islam yang otoritatif. (Putri, 2023). Dalam sebuah penelitian disebutkan bahwa penggunaan AI dalam konteks keislaman “menimbulkan tantangan terkait otoritas keilmuan, bias algoritma, dan resistensi budaya” (Masuroh & Mardani, 2025). Selain itu, persoalan etika juga menjadi perhatian penting, di mana penggunaan AI dapat mengaburkan batas antara otoritas ulama dan sistem otomatis dalam menyampaikan ajaran agama. Hal ini diperkuat oleh kajian dakwah digital yang menyatakan bahwa implementasi AI tidak hanya membawa manfaat, tetapi juga memunculkan “tantangan etis dan teologis yang menyertainya” (Fauzi, 2025).

Di sisi lain, potensi penyalahgunaan AI dalam menyebarkan informasi keagamaan yang tidak akurat juga semakin meningkat, terutama di era media digital yang sulit dikontrol. AI dapat menghasilkan konten secara cepat, namun tanpa validasi yang memadai, informasi tersebut berisiko menyesatkan masyarakat. Selain itu, kesenjangan literasi digital menjadi hambatan lain dalam pemanfaatan AI secara optimal. Penelitian menunjukkan bahwa integrasi AI dalam pendidikan Islam masih menghadapi berbagai tantangan yang harus disikapi secara kritis dan bijaksana (Jumhuri, 2025). Oleh karena itu, diperlukan penguatan literasi digital, etika penggunaan teknologi, serta peran aktif ulama dalam mengawasi pemanfaatan AI agar dakwah tetap berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam

Hingga saat ini, kajian mengenai pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) dalam aktivitas dakwah masih tergolong terbatas dan belum banyak dilakukan secara komprehensif. Sebagian besar penelitian yang ada cenderung bersifat parsial, yakni hanya berfokus pada aspek tertentu seperti penggunaan media sosial atau teknologi spesifik tanpa mengkaji secara menyeluruh keterkaitannya dengan praktik dakwah secara luas. Selain itu, masih terdapat kekurangan studi yang mengintegrasikan perspektif komunikasi dakwah dengan perkembangan teknologi AI, sehingga pemahaman yang holistik mengenai peran AI dalam dakwah kontemporer belum terbentuk secara optimal. (Isnaini & Fauzi, 2022).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji

bagaimana pemanfaatan *Artificial Intelligence* dalam aktivitas dakwah kontemporer, termasuk peluang, tantangan, dan implikasinya terhadap transformasi komunikasi dakwah digital. Secara khusus, penelitian ini berupaya menjawab pertanyaan mengenai bagaimana perkembangan penelitian AI dalam dakwah, bentuk implementasinya, manfaat yang dihasilkan, serta tantangan etis dan komunikatif yang muncul dalam penggunaannya.

Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR) guna merangkum, menganalisis, dan mensintesis berbagai hasil penelitian terkait pemanfaatan AI dalam dakwah kontemporer. Penggunaan metode SLR menjadi nilai kebaruan (*novelty*) penelitian ini karena mampu menyajikan pemetaan literatur secara sistematis mengenai konsep, implementasi, peluang, tantangan, dan isu etika penggunaan AI dalam aktivitas dakwah. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis maupun praktis dalam pengembangan strategi dakwah yang lebih adaptif, inovatif, dan relevan dengan perkembangan teknologi digital tanpa mengabaikan nilai-nilai keislaman.

METODE

Penelitian ini termasuk dalam pendekatan kualitatif dengan memanfaatkan metode *Systematic Literature Review* (SLR) sebagai teknik utama dalam mengkaji berbagai hasil penelitian terdahulu. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menyusun pemetaan kajian yang baru, relevan, serta memiliki tingkat akurasi akademik yang tinggi berdasarkan sintesis temuan sebelumnya. Dalam pelaksanaannya, studi ini mengadopsi metode *Preferred Reporting Items for Systematic Review and Meta-Analysis* (PRISMA) yang digunakan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, serta menganalisis beragam penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik yang diteliti. Seluruh data yang dihimpun kemudian disajikan secara komprehensif guna menampilkan berbagai temuan penting dari penelitian-penelitian sebelumnya.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak NVivo 12 Pro untuk mengelola dan mengkategorikan data hasil studi literatur secara sistematis. Tahapan analisis dimulai dengan proses *data import* dari artikel jurnal yang telah diseleksi, kemudian dilanjutkan dengan proses *coding* untuk mengidentifikasi tema-tema utama terkait pemanfaatan *Artificial Intelligence* dalam dakwah kontemporer. Selanjutnya, peneliti mengelompokkan data ke dalam beberapa kategori seperti potensi, tantangan, dan implikasi penggunaan AI. Melalui fitur *node* dan *query* pada NVivo, peneliti dapat melihat pola hubungan antar konsep serta frekuensi kemunculan tema dalam berbagai sumber literatur. Hasil analisis ini kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan yang komprehensif mengenai tren, peluang, dan problematika pemanfaatan AI dalam

aktivitas dakwah.

Tahapan penerapan metode PRISMA diawali dengan perumusan permasalahan penelitian, dilanjutkan dengan penelusuran literatur, serta proses seleksi dan penyaringan artikel yang dinilai paling sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun prosedur pelaksanaannya meliputi: (1) pemaparan latar belakang dan tujuan penelitian, (2) perumusan pertanyaan penelitian, (3) penelusuran sumber literatur, (4) penetapan kriteria inklusi dan eksklusi, (5) penilaian kualitas studi, (6) penyusunan strategi ekstraksi data, dan (7) proses sintesis data (Ningsih & Sayekti, 2023).

Sebagai langkah awal dalam menetapkan fokus penelitian secara terstruktur, peneliti menyusun kerangka PICOC (*Population, Intervention, Comparison, Outcome, Context*) sebagaimana disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1.

Kerangka PICOC

Komponen	Deskripsi
(P) Population	Subjek yang terlibat dalam aktivitas dakwah kontemporer, seperti dai, pendakwah digital, lembaga dakwah, serta masyarakat atau audiens yang menjadi sasaran dakwah berbasis teknologi.
(I) Intervention	Pemanfaatan <i>Artificial Intelligence</i> dalam aktivitas dakwah, meliputi penggunaan chatbot, analisis data audiens, pembuatan konten otomatis, serta teknologi berbasis AI lainnya dalam penyampaian pesan dakwah.
(C) Comparison	Perbandingan antara metode dakwah konvensional (tanpa AI) dengan metode dakwah berbasis <i>Artificial Intelligence</i> dalam hal efektivitas, jangkauan, dan interaksi dengan audiens.
(O) Outcome	Dampak penggunaan <i>Artificial Intelligence</i> terhadap efektivitas dakwah, peningkatan jangkauan audiens, kualitas penyampaian pesan, serta keterlibatan (engagement) masyarakat dalam dakwah.
(C) Context	Lingkungan dakwah kontemporer yang berbasis digital, seperti media sosial, platform online, dan ekosistem komunikasi digital yang berkembang di era teknologi informasi.

Sumber: Observasi Penulis, 2026

Berdasarkan pemaparan data pada tabel sebelumnya, maka dirumuskan *research question* yang disesuaikan dengan fokus penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 2.

Research Question

Pengenal	Pertanyaan Penelitian	Motivasi
----------	-----------------------	----------

RQ1	Metode penelitian apa saja yang digunakan dalam studi terdahulu mengenai pemanfaatan <i>Artificial Intelligence</i> dalam aktivitas dakwah kontemporer dalam beberapa tahun terakhir?	Mengidentifikasi pendekatan metodologis yang digunakan dalam penelitian (kualitatif, kuantitatif, <i>mixed methods</i> , SLR, dan lainnya).
RQ2	Bagaimana bentuk pemanfaatan, strategi, atau model penggunaan <i>Artificial Intelligence</i> dalam aktivitas dakwah kontemporer?	Mengidentifikasi variasi implementasi dan strategi penggunaan <i>Artificial Intelligence</i> dalam praktik dakwah modern.
RQ3	Indikator apa yang digunakan untuk menilai efektivitas pemanfaatan <i>Artificial Intelligence</i> dalam aktivitas dakwah?	Mengidentifikasi ukuran keberhasilan seperti jangkauan audiens, tingkat keterlibatan (<i>engagement</i>), kualitas pesan dakwah, serta respons masyarakat.
RQ4	Dalam konteks apa saja penelitian mengenai pemanfaatan <i>Artificial Intelligence</i> dalam dakwah dilakukan (platform digital, media sosial, komunitas, institusi dakwah)?	Mengidentifikasi latar atau lingkungan penelitian, seperti media digital, lembaga dakwah, komunitas online, dan ekosistem komunikasi berbasis teknologi.
RQ5	Bagaimana relevansi temuan penelitian tentang pemanfaatan <i>Artificial Intelligence</i> dalam dakwah terhadap perkembangan dakwah di era digital?	Mengaitkan hasil penelitian dengan dinamika transformasi dakwah dalam menghadapi perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Sumber: Observasi Penulis, 2026

Data literatur dalam penelitian ini dihimpun melalui basis data jurnal, yaitu Google Scholar dan DOAJ, dengan rentang publikasi selama lima tahun terakhir, yakni periode 2020–2025. Untuk memperoleh sumber pustaka yang mutakhir dan relevan dengan fokus kajian mengenai pemanfaatan *Artificial Intelligence* dalam aktivitas dakwah kontemporer, peneliti menerapkan strategi pencarian menggunakan keyword yang dikombinasikan dengan boolean operator sebagai berikut: “*Artificial Intelligence*” dan “dakwah”; “AI” dan “komunikasi dakwah”; “teknologi digital” dan “dakwah Islam”; “*Artificial Intelligence*” dan “*Islamic preaching*”; dan “AI” dan “religious communication”.

Tabel 3.

Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Inklusi	Eksklusi
Artikel ilmiah yang diterbitkan dalam rentang waktu 2020–2025	Artikel yang dipublikasikan di luar periode 2020–2025

Artikel yang ditulis dalam bahasa Indonesia	Artikel yang menggunakan bahasa selain bahasa Indonesia
Artikel yang mengkaji pemanfaatan <i>Artificial Intelligence</i> dalam aktivitas dakwah kontemporer	Artikel yang tidak memiliki keterkaitan dengan penggunaan <i>Artificial Intelligence</i> dalam konteks dakwah
Artikel yang berasal dari jurnal terindeks DOAJ atau jurnal nasional terakreditasi (SINTA)	Artikel yang diterbitkan pada jurnal yang tidak terindeks atau tidak memenuhi standar ilmiah
Artikel yang berbasis penelitian empiris, seperti kualitatif, kuantitatif, <i>mixed methods</i> , studi kasus, maupun survei	Artikel yang bersifat non-penelitian, seperti opini, esai, atau tulisan tanpa dasar data empiris

Sumber: Observasi Penulis, 2026

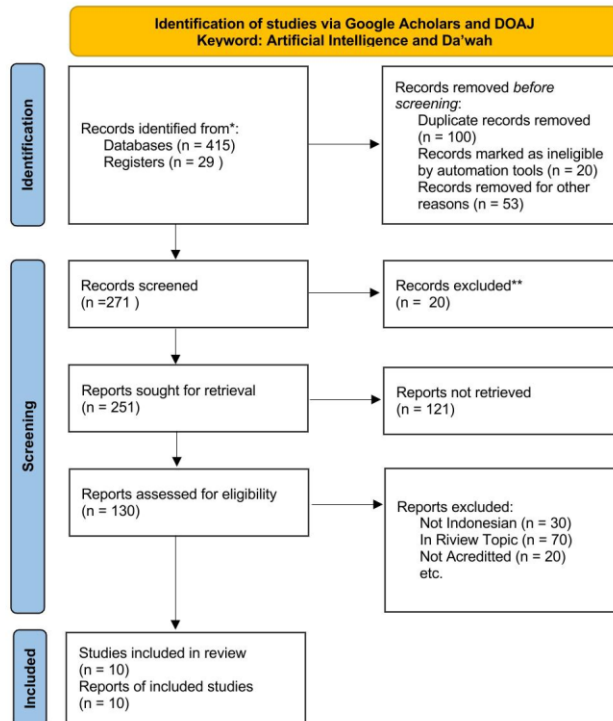
Berdasarkan proses identifikasi awal, diperoleh sebanyak 444 artikel yang berasal dari Google Scholar dan DOAJ. Setelah dilakukan proses penghapusan artikel duplikat, artikel yang tidak relevan, serta artikel yang tidak memenuhi kriteria inklusi, jumlah artikel yang lolos tahap skrining sebanyak 130 artikel. Selanjutnya, dilakukan proses penilaian kelayakan (*eligibility assessment*) secara mendalam sehingga diperoleh 10 artikel akhir yang dianalisis dalam penelitian ini. Seluruh artikel yang dinyatakan layak dan digunakan dalam analisis akhir berasal dari Google Scholar, sedangkan artikel dari DOAJ tidak memenuhi kriteria inklusi dan relevansi penelitian secara memadai.

Jumlah artikel akhir yang relatif terbatas disebabkan oleh penerapan kriteria inklusi dan eksklusi yang cukup ketat, khususnya terkait relevansi langsung antara *Artificial Intelligence* (AI) dan aktivitas dakwah kontemporer. Selain itu, peneliti secara selektif memilih artikel yang memiliki keterwakilan data dan mampu menjawab *research question* penelitian secara spesifik. Dengan demikian, artikel yang dianalisis benar-benar sesuai dengan fokus kajian mengenai implementasi AI dalam dakwah digital, peluang dan tantangannya, serta implikasi etika dan komunikasi yang ditimbulkan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penelitian mengenai AI dalam dakwah masih tergolong baru dan belum banyak dikaji secara khusus dalam literatur ilmiah. Alur proses seleksi artikel dalam penelitian ini disajikan menggunakan diagram PRISMA. Diagram tersebut menunjukkan tahapan identifikasi, skrining, kelayakan, hingga jumlah artikel yang akhirnya dianalisis dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap awal dalam pelaksanaan telaah pustaka pada penelitian ini dilakukan dengan mengadopsi prosedur PRISMA yang mencakup tiga fase utama, yaitu identifikasi, penyaringan, dan inklusi. Pada fase identifikasi, peneliti menelusuri

artikel ilmiah melalui basis data *Google Scholar* dan *Directory of Open Access Journals* (DOAJ). Selanjutnya, proses penyaringan dilakukan dengan menerapkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan sebelumnya, sehingga diperoleh sejumlah artikel yang sesuai dengan fokus kajian. Hasil dari proses tersebut menghasilkan 10 artikel yang dinilai relevan dan kemudian dimasukkan ke dalam tahap inklusi. Adapun hasil proses penyaringan literatur dengan menggunakan metode PRISMA disajikan sebagai berikut.



Sumber: Prisma Flow Diagram

Gambar 1.

Hasil Penyaringan Literatur Metode PRISMA

Proses seleksi literatur dalam penelitian ini menggunakan prosedur PRISMA melalui tiga tahapan utama. Pada tahap identifikasi, ditemukan 444 artikel dari Google Scholar dan DOAJ, kemudian 173 artikel dieliminasi karena duplikasi, tidak memenuhi syarat otomatis, dan alasan lainnya, sehingga tersisa 271 artikel untuk diskriming. Pada tahap screening, dari 271 artikel yang diskriming, 20 artikel langsung dieksklusi, lalu 121 artikel tidak dapat diakses penuh, sehingga 130 artikel dinilai kelayakannya dan kembali dieksklusi 120 artikel karena bukan berbahasa Indonesia, tidak sesuai topik kajian, dan tidak terakreditasi. Pada tahap

included, diperoleh 10 artikel yang memenuhi seluruh kriteria inklusi dan dinyatakan layak untuk dianalisis dalam penelitian ini.

Tabel 4.

Hasil Riview

Penulis & Judul	Metode	Temuan
(Hamzah et al., 2024) Peningkatan Pemahaman Kecerdasan Buatan (AI) untuk Dakwah Bagi Remaja Masjid Kresen Bantul	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada 25 peserta pelatihan. Materi pelatihan mencakup penggunaan ChatGPT dan HeyGen untuk mendukung dakwah. Data dianalisis menggunakan persentase, dengan hasil menunjukkan 87,4% peserta menilai pelatihan sangat bermanfaat.	Artikel ini membahas kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) untuk mendukung dakwah bagi remaja Masjid Al Aman di Kresen, Bantul. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan teknologi AI yang berpotensi dimanfaatkan secara positif oleh generasi muda, khususnya dalam penyampaian dakwah yang lebih kreatif dan menarik. Pelatihan difokuskan pada penggunaan aplikasi berbasis teks seperti ChatGPT untuk mencari referensi materi dakwah, serta aplikasi berbasis video seperti HeyGen untuk mengemas konten secara visual. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan ini efektif meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta, dengan mayoritas responden (sekitar 87%) menilai kegiatan sangat bermanfaat. Selain itu, peserta menjadi lebih termotivasi dan antusias dalam memanfaatkan teknologi AI secara bijak untuk kegiatan dakwah di era digital.
(Fauzi, 2025) Dakwah Islam dan Artificial Intelligence: Penelitian Atas Pemanfaatan AI Dalam Penyebaran Nilai-nilai Islam	Metode penelitian dalam artikel tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi pustaka (library research), yaitu dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber literatur seperti buku, jurnal ilmiah, dan dokumen keislaman yang relevan dengan tema dakwah dan kecerdasan buatan. Selain itu, sumber utama seperti Al-Qur'an dan hadis juga digunakan	Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dalam dakwah Islam telah berkembang dalam berbagai bentuk, seperti chatbot Islami, aplikasi pengingat ibadah, serta sistem pembelajaran Al-Qur'an berbasis teknologi. AI terbukti mampu meningkatkan efektivitas dakwah dengan menjangkau audiens yang lebih luas, memberikan layanan yang cepat, serta memungkinkan personalisasi materi sesuai kebutuhan pengguna. Namun, di balik potensinya, terdapat tantangan penting seperti masalah otoritas keilmuan, validitas konten dakwah, serta

<p>(Nuha, 2025)</p> <p>Etika dan Tantangan Dakwah dengan Artificial Intellegence</p>	<p>sebagai dasar analisis normatif. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif-analitis untuk memahami hubungan antara konsep dakwah Islam dan pemanfaatan AI, serta untuk merumuskan kesimpulan dan rekomendasi terkait penggunaan AI dalam dakwah di era digital.</p>	<p>risiko berkurangnya aspek humanis dalam proses dakwah. Oleh karena itu, penggunaan AI dalam dakwah perlu dilakukan secara bijak dengan tetap memperhatikan nilai-nilai etika dan prinsip-prinsip Islam.</p>
	<p>Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (library research). Data dikumpulkan dari berbagai sumber literatur seperti buku, jurnal, dan artikel ilmiah yang relevan dengan tema penggunaan AI dalam dakwah serta aspek etisnya. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan mengidentifikasi tema-tema utama terkait peran, tantangan, dan etika AI dalam dakwah, serta didukung oleh sumber-sumber yang kredibel untuk memastikan validitas temuan.</p>	<p>Temuan penelitian menunjukkan bahwa meskipun kecerdasan buatan (AI) semakin banyak digunakan dalam dakwah terlihat dari tingginya pemanfaatan AI untuk mencari informasi agama peran ulama tetap tidak tergantikan karena memiliki kemampuan memahami konteks sosial, budaya, dan spiritual secara lebih mendalam. Selain itu, ditemukan adanya masalah bias algoritma yang dapat menyebabkan informasi keagamaan yang disampaikan AI menjadi kurang akurat atau cenderung pada perspektif tertentu. Penelitian ini juga menyoroti risiko terkait privasi dan keamanan data pengguna, di mana masih banyak pengguna yang belum menyadari potensi pengumpulan dan penyalahgunaan data oleh sistem AI. Oleh karena itu, diperlukan pengawasan, keterlibatan ulama, serta regulasi yang jelas agar pemanfaatan AI dalam dakwah tetap etis dan bertanggung jawab.</p>

(Batubara, 2024)
Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) Sebagai Strategi Dakwah: Analisis Peluang dan Tantangan

Metode penelitian dalam artikel ini menggunakan **studi kepustakaan (library research)**, yaitu dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber seperti buku, artikel jurnal, makalah, dokumen, dan website yang relevan dengan topik penelitian. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui membaca dan menelaah literatur terkait, sedangkan analisis data menggunakan **metode deskriptif-analitis**, yaitu dengan mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan informasi untuk mengungkap fakta mengenai peluang dan tantangan pemanfaatan AI dalam dakwah.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) sebagai strategi dakwah memiliki peluang besar dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi penyebaran ajaran Islam, seperti melalui personalisasi konten, penggunaan chatbot, analisis audiens, serta optimalisasi media sosial. Namun, penelitian ini juga menemukan berbagai tantangan, antara lain terkait etika dan keamanan data, risiko ketergantungan pada teknologi, keterbatasan akses, serta rendahnya pemahaman dan penerimaan teknologi di sebagian kalangan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang bijak, kerangka kerja yang tepat, serta tetap menjaga nilai-nilai etika dan humanis dalam pemanfaatan AI untuk dakwah.

(Waseu, 2025)
Peran Teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam Memperkuat Dakwah Islam di Era Digital

Metode penelitian yang digunakan adalah **pendekatan kualitatif dengan studi kepustakaan (library research)**, yaitu dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber seperti jurnal ilmiah, artikel, dokumen, dan literatur keislaman. Data dianalisis menggunakan **metode deskriptif-analitis** untuk menggambarkan dan menafsirkan fenomena pemanfaatan AI dalam dakwah.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kecerdasan buatan (AI) telah dimanfaatkan dalam berbagai bentuk dakwah digital, seperti chatbot Islami, aplikasi pengingat ibadah, serta platform pembelajaran Al-Qur'an berbasis teknologi. Pemanfaatan ini mampu meningkatkan efektivitas, jangkauan, dan personalisasi dakwah. Namun, penelitian juga menemukan adanya tantangan penting, seperti masalah keabsahan konten keagamaan, otoritas keilmuan, serta risiko berkurangnya aspek humanis dalam proses dakwah. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi antara ulama, akademisi, dan ahli teknologi agar penggunaan AI tetap etis dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

(Insana & Satriah, 2024)
Etika dan literatur dan studi kasus,

Temuan penelitian menunjukkan bahwa penggunaan chatbot AI dalam konsultasi keagamaan mampu **meningkatkan**

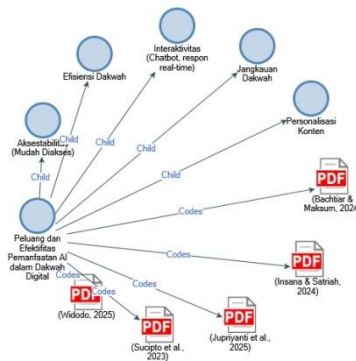
<p>Tantangan Dakwah di Era Kecerdasan Buatan Studi Kasus Penggunaan Chatbot AI untuk Konsultasi Keagamaan</p>	<p>yaitu dengan mengkaji berbagai sumber pustaka yang relevan serta menganalisis secara mendalam contoh penggunaan chatbot AI dalam konsultasi keagamaan untuk memahami manfaat, tantangan, dan aspek etisnya.</p>	<p>aksesibilitas dan efisiensi dalam memberikan bimbingan agama, karena dapat diakses kapan saja dan menjangkau lebih banyak pengguna. Namun, penelitian juga menemukan berbagai tantangan etis dan teologis, seperti keakuratan informasi, potensi bias, keterbatasan pemahaman konteks, serta berkurangnya interaksi humanis dalam dakwah. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan etis, kolaborasi dengan ulama, serta pengawasan yang ketat agar pemanfaatan chatbot AI dapat mendukung dakwah secara optimal dan bertanggung jawab.</p>
<p>(Jupriyanti et al., 2025)</p> <p>Pemanfaatan Kecerdasan Buatan Dalam Mengembangkan Dakwah Digital</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan <i>Systematic Literature Review (SLR)</i>, yaitu dengan mengumpulkan, menyeleksi, mengevaluasi, dan menganalisis secara sistematis berbagai artikel jurnal yang relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian terkait pemanfaatan AI dalam dakwah digital.</p>	<p>Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dalam dakwah digital banyak diterapkan melalui website dan aplikasi AI, termasuk chatbot yang digunakan untuk menyampaikan materi dan menjawab pertanyaan keagamaan secara lebih interaktif dan personal. Selain itu, AI mampu meningkatkan efisiensi dan relevansi konten dakwah melalui analisis data pengguna. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa tantangan utama yang paling sering muncul adalah masalah etika, nilai-nilai agama, serta keamanan dan privasi data pengguna, yang perlu mendapat perhatian serius agar penggunaan AI tetap bertanggung jawab dan sesuai dengan prinsip Islam.</p>
<p>(Sucipto et al., 2023)</p> <p>Dakwah di Era Teknologi Informasi: Manfaat, Tantangan, Dan Strategi Penggunaan Artificial Intelligence (AI) dan Internet Of Things (Iot) Dalam Dakwah</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan adalah kombinasi studi literatur, observasi, dan analisis-sintesis, yang dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu pengumpulan data dari berbagai sumber pustaka, analisis hubungan antara AI, IoT, dan dakwah, serta perancangan strategi dakwah berbasis teknologi informasi.</p>	<p>Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi <i>Artificial Intelligence</i> (AI) dan Internet of Things (IoT) dalam dakwah memiliki potensi besar untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi, terutama dalam proses perencanaan, penyusunan materi, penyampaian, hingga pengelolaan dakwah. Teknologi ini membantu mempercepat akses informasi, memperluas jangkauan dakwah, serta membuat penyajian materi lebih menarik dan terstruktur. Namun, penelitian juga menemukan adanya tantangan, seperti</p>

<p>(Bachtiar & Maksu, 2024)</p> <p>Menghadapi Dinamika Dakwah di Era <i>Artificial Intelligence</i>: Perspektif Muhammadiyah</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kepustakaan (library research), di mana data dikumpulkan melalui dokumentasi dari berbagai sumber seperti buku dan artikel jurnal yang relevan, kemudian dianalisis menggunakan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (model Miles dan Huberman).</p>	<p>keterbatasan pemahaman dan penguasaan teknologi oleh pelaku dakwah, serta perlunya penyesuaian agar teknologi dapat digunakan secara tepat dan tidak menggantikan peran utama pendakwah. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat agar pemanfaatan AI dan IoT dapat optimal dalam mendukung kegiatan dakwah di era teknologi informasi.</p>
<p>(Widodo, 2025)</p> <p>Dakwah Berbasis Teknologi <i>Artificial Intelligence</i> (Pendekatan Teori Komunikasi Massa Dalam Mempengaruhi Khalayak)</p>	<p>Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu dengan mengkaji dan mendeskripsikan fenomena pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dalam dakwah berdasarkan data kualitatif dari berbagai sumber seperti buku dan jurnal.</p>	<p>Temuan penelitian menunjukkan bahwa dakwah Muhammadiyah di era kecerdasan buatan (AI) menghadapi dinamika berupa peluang dan tantangan yang kompleks. Di satu sisi, perkembangan AI dan media sosial membuka peluang untuk memperluas jangkauan dakwah dan meningkatkan efisiensi penyebaran pesan Islam. Namun di sisi lain, Muhammadiyah dinilai belum mampu memaksimalkan potensi tersebut sehingga dakwahnya kurang populer dibandingkan kelompok lain. Selain itu, terdapat berbagai tantangan seperti perubahan pola dakwah akibat digitalisasi, maraknya informasi keagamaan yang tidak valid, serta munculnya paham ekstrem di ruang digital. Oleh karena itu, diperlukan inovasi, penguatan literasi digital, serta strategi dakwah yang tetap berlandaskan nilai-nilai Islam agar dakwah Muhammadiyah tetap relevan di era AI.</p> <p>Temuan penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dalam dakwah mampu meningkatkan efektivitas, jangkauan, dan interaktivitas penyampaian pesan keagamaan, terutama melalui media digital seperti chatbot, aplikasi, dan platform sosial yang memungkinkan komunikasi dua arah secara real-time. AI juga memungkinkan personalisasi konten dakwah sesuai kebutuhan audiens serta distribusi informasi secara cepat dan luas hingga skala global. Namun, penelitian ini juga menyoroti</p>

adanya **tantangan penting**, seperti isu etika, validitas konten, bias algoritma, serta potensi berkurangnya peran manusia (ulama) dalam bimbingan spiritual. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi antara dai dan pengembang teknologi agar pemanfaatan AI tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam dan digunakan secara bertanggung jawab.

Sumber: Observasi Penulis, 2026

Hasil analisis data dalam penelitian ini juga dilakukan menggunakan perangkat lunak NVivo 12 Pro untuk mengidentifikasi, mengelompokkan, dan memetakan tema-tema utama terkait pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam aktivitas dakwah kontemporer. Melalui proses coding terhadap sepuluh artikel yang telah direview, diperoleh beberapa kategori utama yang mencerminkan pola temuan penelitian, yaitu peluang dan efektivitas pemanfaatan AI, transformasi metode dakwah, serta tantangan dan isu etika. Visualisasi hasil analisis NVivo digunakan untuk menunjukkan hubungan antar tema serta frekuensi kemunculan konsep dalam literatur, sehingga memberikan gambaran yang lebih sistematis dan komprehensif mengenai tren pemanfaatan AI dalam dakwah digital, sebagaimana ditunjukkan pada gambar berikut:



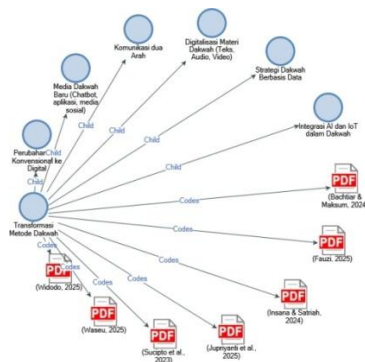
Sumber: Analisis Nvivo 12 Pro

Gambar 2.

Peluang dan Efektivitas Pemanfaatan AI dalam Dakwah Digital

Gambar 2 di atas menunjukkan hasil pemetaan analisis NVivo yang mengelompokkan tema “Peluang dan Efektivitas Pemanfaatan AI dalam Dakwah Digital” ke dalam beberapa subtema utama, yaitu aksesibilitas (kemudahan akses), efisiensi dakwah, interaktivitas (*chatbot* dan respon *real-time*), jangkauan dakwah, serta personalisasi konten. Seluruh subtema ini terhubung sebagai “child nodes”

yang menunjukkan bahwa AI berkontribusi dalam meningkatkan kualitas dan efektivitas dakwah secara menyeluruh. Selain itu, diagram juga memperlihatkan keterkaitan temuan dengan beberapa sumber artikel yang direview, seperti Widodo (2025), Sucipto et al. (2023), Jupriyanti et al. (2025), Insana & Satriah (2024), serta Bachtiar & Maksu (2024), yang memperkuat bahwa berbagai aspek tersebut merupakan hasil sintesis dari literatur yang dianalisis.

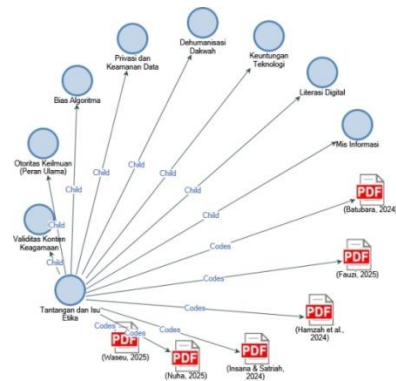


Sumber: Analisis Nvivo 12 Pro

Gambar 3.

Transformasi Metode Dakwah

Gambar 3 di atas menggambarkan hasil analisis NVivo terkait tema “Transformasi Metode Dakwah” yang menunjukkan bahwa pemanfaatan AI mendorong perubahan signifikan dari dakwah konvensional menuju dakwah digital. Transformasi ini ditandai dengan munculnya berbagai subtema seperti perubahan dari metode ceramah tradisional ke digital, penggunaan media dakwah baru (chatbot, aplikasi, media sosial), komunikasi dua arah yang lebih interaktif, digitalisasi materi dakwah dalam bentuk teks, audio, dan video, serta penerapan strategi dakwah berbasis data dan integrasi AI dengan IoT. Diagram ini juga memperlihatkan bahwa temuan tersebut didukung oleh berbagai artikel yang direview, seperti Widodo (2025), Waseu (2025), Sucipto et al. (2023), Jupriyanti et al. (2025), Insana & Satriah (2024), Fauzi (2025), serta Bachtiar & Maksu (2024), yang secara kolektif menunjukkan bahwa AI telah mentransformasi metode dakwah menjadi lebih adaptif, sistematis, dan relevan dengan perkembangan teknologi digital.



Sumber: Analisis Nvivo 12 Pro

Gambar 4.

Tantangan dan Isu Etika

Gambar 4 di atas menunjukkan hasil pemetaan analisis NVivo yang mengelompokkan tema “Tantangan dan Isu Etika Pemanfaatan AI dalam Dakwah Digital” ke dalam beberapa subtema utama, yaitu validitas konten keagamaan, otoritas keilmuan (peran ulama), bias algoritma, privasi dan keamanan data, dehumanisasi dakwah, keuntungan teknologi, literasi digital, serta misinformasi. Seluruh subtema tersebut terhubung sebagai child nodes yang menunjukkan bahwa pemanfaatan Artificial Intelligence dalam dakwah tidak hanya menghadirkan peluang inovasi komunikasi, tetapi juga memunculkan berbagai tantangan etis, teologis, dan sosial yang saling berkaitan. Selain itu, diagram juga memperlihatkan keterkaitan temuan dengan beberapa sumber artikel yang direview, seperti Waseu (2025), Nuha (2025), Insana & Satriah (2025), Hanum et al. (2024), Fauzi (2025), serta Batubara (2024), yang memperkuat bahwa berbagai isu tersebut merupakan hasil sintesis dari literatur yang dianalisis dalam penelitian ini.

Peluang dan Efektivitas Pemanfaatan AI dalam Dakwah Digital

Berdasarkan hasil telaah terhadap sepuluh artikel yang direview, pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) dalam dakwah digital menunjukkan peluang besar dalam meningkatkan efektivitas penyebaran pesan keagamaan. Widodo (2025) menjelaskan bahwa AI mampu memperluas jangkauan dakwah secara global serta meningkatkan interaksi yang lebih efektif melalui media digital seperti chatbot dan platform interaktif, sehingga pesan dakwah dapat tersebar dengan cepat dan mempengaruhi pandangan masyarakat. Sementara itu, Insana & Satriah (2024) mengungkapkan bahwa penggunaan chatbot AI dalam konsultasi keagamaan

mampu meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi layanan dakwah, terutama karena dapat diakses kapan saja oleh masyarakat luas.

Lebih lanjut, Sucipto et al. (2023) menekankan bahwa AI berperan dalam mengoptimalkan proses dakwah mulai dari perencanaan, penyusunan materi, hingga distribusi informasi secara lebih cepat dan sistematis. Jupriyanti et al. (2025) juga menambahkan bahwa AI memungkinkan personalisasi konten dakwah berbasis data pengguna, sehingga pesan yang disampaikan menjadi lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Di sisi lain, Bachtiar & Maksum (2024) menunjukkan bahwa perkembangan AI dan media sosial memberikan peluang besar untuk memvariasikan metode dakwah agar lebih menarik dan mudah diterima masyarakat, meskipun belum sepenuhnya dimaksimalkan.

Dengan demikian, sintesis dari berbagai artikel tersebut menunjukkan bahwa AI tidak hanya meningkatkan jangkauan dan efisiensi dakwah, tetapi juga memperkuat interaktivitas dan relevansi pesan keagamaan di era digital. Hal ini menjadikan AI sebagai instrumen strategis dalam mentransformasi dakwah kontemporer menjadi lebih adaptif, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern.

Transformasi Metode Dakwah melalui Teknologi Artificial Intelligence

Berdasarkan hasil telaah dari artikel-artikel yang direview, pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) telah mendorong terjadinya transformasi signifikan dalam metode dakwah dari yang semula konvensional menuju pendekatan digital yang lebih interaktif, adaptif, dan berbasis teknologi. Widodo (2025) menjelaskan bahwa AI memungkinkan perubahan metode dakwah melalui penggunaan media digital seperti chatbot, aplikasi, dan platform sosial yang mampu menghadirkan komunikasi dua arah secara real-time, sehingga dakwah tidak lagi bersifat satu arah seperti ceramah tradisional, tetapi menjadi lebih partisipatif dan responsif terhadap kebutuhan audiens.

Selain itu, Jupriyanti et al. (2025) mengungkapkan bahwa transformasi metode dakwah juga terlihat pada pergeseran penggunaan media, di mana dakwah kini banyak dilakukan melalui website dan aplikasi AI yang mampu menyampaikan materi secara lebih sistematis dan personal. Sementara itu, Sucipto et al. (2023) menekankan bahwa teknologi AI dan IoT telah mengubah proses dakwah menjadi lebih terstruktur, mulai dari perencanaan, penyusunan materi, hingga penyampaian pesan yang lebih menarik dan efisien.

Fauzi (2025) dan Waseu (2025) juga menunjukkan bahwa AI memungkinkan munculnya metode dakwah baru seperti penggunaan chatbot Islami, aplikasi pembelajaran Al-Qur'an, serta sistem digital lainnya yang mendukung personalisasi materi dan kemudahan akses informasi keagamaan. Di sisi lain, Insana & Satriah (2024) menambahkan bahwa transformasi ini juga

terlihat pada meningkatnya penggunaan chatbot dalam konsultasi keagamaan, yang memungkinkan pelayanan dakwah berlangsung secara kontinu dan menjangkau lebih banyak masyarakat.

Namun demikian, Bachtiar & Maksum (2024) menegaskan bahwa meskipun terjadi transformasi metode dakwah melalui AI, implementasinya belum sepenuhnya optimal dan masih menghadapi berbagai tantangan seperti rendahnya pemanfaatan teknologi dan perubahan pola komunikasi masyarakat di era digital. Oleh karena itu, transformasi metode dakwah melalui AI tidak hanya menuntut inovasi teknologi, tetapi juga kesiapan sumber daya manusia, literasi digital, serta integrasi nilai-nilai keislaman agar dakwah tetap efektif dan relevan di tengah perkembangan zama.

Tantangan Etika dan Peran Ulama dalam Dakwah Berbasis AI

Berdasarkan hasil telaah dari artikel-artikel yang direview, pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) dalam dakwah tidak hanya menghadirkan peluang, tetapi juga menimbulkan berbagai tantangan etika yang perlu mendapat perhatian serius. Fauzi (2025) menegaskan bahwa penggunaan AI dalam dakwah berpotensi menimbulkan masalah terkait otoritas keilmuan dan validitas konten, karena AI dapat menghasilkan informasi keagamaan yang belum tentu akurat atau sesuai dengan sumber ajaran Islam yang sahih. Hal ini diperkuat oleh temuan Nuha (2025) yang menyebutkan adanya bias algoritma dan risiko kesalahan informasi, serta potensi penyalahgunaan data pengguna yang dapat berdampak pada kepercayaan masyarakat terhadap dakwah berbasis teknologi.

Selain itu, Batubara (2024) dan Jupriyanti et al. (2025) mengungkapkan bahwa tantangan utama dalam dakwah berbasis AI juga mencakup isu etika, keamanan dan privasi data, serta risiko ketergantungan pada teknologi, yang dapat mengurangi nilai-nilai humanis dalam proses dakwah. Insana & Satriah (2024) menambahkan bahwa penggunaan chatbot dalam konsultasi keagamaan, meskipun efisien, tetap memiliki keterbatasan dalam memahami konteks spiritual dan sosial secara mendalam, sehingga berpotensi menggantikan interaksi langsung yang selama ini menjadi kekuatan utama dakwah.

Dalam konteks ini, peran ulama menjadi sangat penting dan tidak tergantikan. Ulama berfungsi sebagai otoritas keilmuan, pengarah nilai, dan penjaga keabsahan ajaran Islam, yang mampu memberikan pemahaman kontekstual, spiritual, dan moral yang tidak dapat sepenuhnya digantikan oleh teknologi. Waseu (2025) menekankan perlunya kolaborasi antara ulama, akademisi, dan praktisi teknologi agar pemanfaatan AI dalam dakwah tetap berada dalam koridor syariat dan etika Islam.

Dengan demikian, meskipun AI dapat menjadi alat yang efektif dalam mendukung dakwah, penggunaannya harus disertai dengan pengawasan, regulasi,

serta keterlibatan aktif ulama, agar dakwah tetap menjaga nilai-nilai keislaman, keakuratan informasi, dan aspek humanis dalam membimbing umat di era digital (Hamzah et al., 2024).

Selain pemanfaatan AI sebagai sarana teknis dalam dakwah, perkembangan teknologi digital juga mendorong perubahan paradigma komunikasi keagamaan yang lebih partisipatif dan kontekstual. Ridwan (2025) menjelaskan bahwa transformasi ruang lingkup dakwah di media sosial telah menciptakan pola interaksi yang lebih terbuka antara dai dan mad'u sehingga pesan keagamaan dapat disebarkan secara lebih luas dan cepat. Selanjutnya, Fitri & Putra (2025) menemukan bahwa para pendakwah mulai menyesuaikan strategi penyajian konten di media sosial agar lebih menarik dan sesuai dengan karakteristik audiens digital tanpa menghilangkan substansi ajaran Islam. Dalam konteks komunikasi profetik, Wahyuni & Rambe (2025) menegaskan bahwa penggunaan teknologi modern tetap harus berlandaskan nilai-nilai kenabian seperti kejujuran, amanah, dan kebijaksanaan dalam penyampaian pesan. Sementara itu, Syukur et al (2025) menunjukkan bahwa integrasi chatbot Islami berbasis Artificial Intelligence dapat mendukung penyampaian materi keagamaan secara lebih interaktif dan responsif, sehingga berpotensi meningkatkan efektivitas pembelajaran dan dakwah Islam di era Society 5.0.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis terhadap sepuluh artikel melalui pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) dengan prosedur PRISMA, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) dalam aktivitas dakwah kontemporer memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan efektivitas penyampaian pesan keagamaan. AI terbukti mampu memperluas jangkauan dakwah secara global, meningkatkan interaktivitas komunikasi, serta memungkinkan personalisasi konten sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik audiens. Selain itu, AI juga mendorong terjadinya transformasi metode dakwah dari yang bersifat konvensional menjadi lebih digital, interaktif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa AI berpotensi menjadi instrumen strategis dalam mendukung pengembangan dakwah yang lebih inovatif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat di era digital.

Namun demikian, pemanfaatan AI dalam dakwah tidak terlepas dari berbagai tantangan, terutama terkait aspek etika, validitas dan otoritas keilmuan, bias algoritma, serta keamanan dan privasi data. Selain itu, terdapat kekhawatiran terhadap potensi berkurangnya peran ulama dalam membimbing umat apabila penggunaan teknologi tidak dikontrol secara bijaksana. Oleh karena itu, diperlukan penguatan literasi digital, pengawasan yang memadai, serta kolaborasi antara ulama, akademisi, dan praktisi teknologi agar pemanfaatan AI dalam

dakwah tetap berjalan sesuai dengan nilai-nilai Islam dan prinsip etika komunikasi dakwah.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, jumlah artikel yang dianalisis relatif terbatas, yaitu hanya sepuluh artikel yang memenuhi kriteria inklusi. Kedua, penelitian hanya menggunakan artikel berbahasa Indonesia sehingga cakupan literatur internasional belum terakomodasi secara optimal. Ketiga, sumber data penelitian hanya berasal dari Google Scholar dan DOAJ sehingga masih terdapat kemungkinan adanya literatur relevan dari database internasional lain yang belum terjangkau dalam penelitian ini. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas database pencarian, melibatkan artikel internasional, serta menggunakan jumlah sampel literatur yang lebih besar agar hasil kajian menjadi lebih komprehensif dan dapat digeneralisasikan secara lebih luas.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi dakwah digital dengan menghadirkan pemetaan sistematis mengenai peluang, transformasi, tantangan, dan isu etika pemanfaatan AI dalam aktivitas dakwah kontemporer. Penelitian ini juga memperkuat integrasi antara studi komunikasi Islam dan perkembangan teknologi digital, khususnya *Artificial Intelligence*. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi dai, lembaga dakwah, akademisi, serta pengembang teknologi dalam memanfaatkan AI secara lebih efektif, adaptif, dan bertanggung jawab. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi dasar dalam merancang strategi dakwah digital yang inovatif tanpa mengabaikan validitas ajaran Islam, etika komunikasi, serta peran ulama dalam membimbing masyarakat di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Afiyati, F., Maghfirah, I., & Bashith, A. (2025). Optimalisasi Chatbot Berbasis Artificial Intelligence dalam Pembelajaran Pendidikan Islam di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Citra Bakti*, 12(3), 836–850.
- Anggreani, T. B. (2025). Integrasi Artificial Intelligence dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam : Studi Eksploratif pada Model Chatbot Islami di Era Society 5.0. *Journal Of Education Reasearch and Community Service (JERCS)*, 1(1), 125–131.
- Ardana, R. A. T., & Febriana, P. (2023). Analisa Fenomena Penggunaan Media Sosial Tiktok @Duniaislam2 Sebagai Media Dakwah. *Academia Globe Inderscience Research*, 2(4). <https://doi.org/10.47134/academia.v2i4.7>
- Ayu, A. F. S. (2023). *Efektivitas Penggunaan Podcast Sebagai Media Penyiaran Modern di Kalangan Generasi Z Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Bachtiar, Y., & Maksun, M. N. R. (2024). Menghadapi Dinamika Dakwah di Era

- Artificial Intelligence: Perspektif Muhammadiyah. *Jurnal Kajian Agama Islam*, 8(6), 404–410.
- Batubara, Y. (2024). Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) Sebagai Strategi Dakwah: Analisis Peluang dan Tantangan. *TABDIR: Jurnal Manajemen Dakwah*, 6(1), 2024.
- Brobbey, E. E., Ankrah, E., & Kankam, P. K. (2021). The Role of Artificial Intelligence in Integrated Marketing Communications: A Case Study of Jumia Online Ghana. *Inkanyiso*, 13(1), 17. <https://doi.org/10.4102/ink.v13i1.21>
- Ding, J. (2023). Analysis of the Connotation of Digital Literacy and Related Literacy. *International Journal of New Developments in Education*, 5(23). <https://doi.org/10.25236/ijnde.2023.052301>
- Efendi, E., Ramadhani, G., & Tanti, T. (2023). Efektivitas Dakwah Dalam Media Digital Untuk Generasi Z. *Da Watuna Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(2), 880–887. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i2.5480>
- Fabriar, S. R., & Muhajarah, K. (2024). Tren Dakwah Nawaning Di Era New Media. *Jurnal Smart (Studi Masyarakat Religi Dan Tradisi)*, 10(1), 112–126. <https://doi.org/10.18784/smart.v10i1.2224>
- Fauzi. (2025). Dakwah Islam Dan Artificial Intelligence: Penelitian Atas Pemanfaatan AI Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam. *Riggs Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 3702–3709. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1087>
- Fauzi, Fauzi. (2025). Dakwah Islam Dan Artificial Intelligence: Penelitian Atas Pemanfaatan AI Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam. *Riggs Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 3702–3709. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1087>
- Fitri, M., & Putra, R. A. (2025). Utilization of AI In Reorienting Digital Da'wah Based On Religious Moderation to Address Religious Consumerism Among Generation AI: A Qur'anic Perspective. *Al-Quds Jurnal Studi Al-Quran Dan Hadits*, 9(2016), 187–198. <https://doi.org/10.29240/alquds.v9i1.12722>
- Gedik, C. A., & Ceyhan, A. İ. (2024). The Gender Gap in the Digital Era: Reaching Algorithmic Fairness and Technological Inclusivity in Network Society. *Communication Papers*, 13(26), 64–75. https://doi.org/10.33115/udg_bib/cp.v13i26.23038
- Halimatus, N., & Muhid, A. (2023). Menggait Generasi Milenial Melalui Penerapan Dakwah Kultural Dalam Media Sosial. *Jurnal Peurawi Media Kajian Komunikasi Islam*, 6(2), 71. <https://doi.org/10.22373/jp.v6i2.19169>
- Hamzah, A., Basuki, U. J., & Santosa, G. (2024). Peningkatan Pemahaman Kecerdasan Buatan (AI) untuk Dakwah Bagi Remaja Masjid Kresen Bantul. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Rasidi*, 4(1), 1–7.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.55266/pkmradi.v4i1.385>
- Hwang, H. J., Liu, C., & Qin, C. (2023). Development and Validation of a Digital Literacy Scale in the Artificial Intelligence Era for College Students. *Ksii Transactions on Internet and Information Systems*, 17(8). <https://doi.org/10.3837/tiis.2023.08.016>
- Ibad, T. N., Wahidah, F., Ansori, M., Rofi'ah, S. H., & Hanisy, A. (2024). *Digital Literacy Management Based on Open Artificial Intelligence (Open AI) in PGMI Student Research Development*. 316–328. https://doi.org/10.2991/978-2-38476-267-5_25
- Insana, Z., & Satriah, L. (2024). Etika dan Tantangan Dakwah di Era Kecerdasan Buatan Studi Kasus Penggunaan Chatbot AI untuk Konsultasi Keagamaan. *J-Kis Jurnal Komunikasi Islam*, 5(2), 259–272. <https://doi.org/https://doi.org/10.53429/j-kis.v5i2.1042>
- Isnaini, M., & Fauzi, A. (2022). Islamic Boarding School Marketing Communication and Da'wah Through Tik-Tok. *Dakwatuna Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 8(2), 180. <https://doi.org/10.54471/dakwatuna.v8i2.1919>
- Izzulloh, A. S. H., & Moebin, A. A. (2022). Digitalisasi Dakwah Pondok Pesantren Saat Pandemi Covid 19. *Ta Allum Jurnal Pendidikan Islam*, 10(1), 20–42. <https://doi.org/10.21274/taalum.2022.10.1.20-42>
- Jumhuri, M. A. Al. (2025). Integrasi Artificial Intelligence dalam Pembelajaran PAI: Peluang, Tantangan, dan Implikasi Pedagogis dalam Pendidikan Islam. *KASTA: Jurnal Ilmu Sosial, Agama, Budaya, Dan Terapan*, 5(3), 198–215.
- Jupriyanti, S. D., Fitriyani, N., Aeni, F. N., & Kamal, M. R. (2025). Pemanfaatan Kecerdasan Buatan dalam Mengembangkan Dakwah Digital. *Ittishol: Jurnal KomunikaI Media*, 2(2), 109–121.
- Kantha, T., Sahoo, D., Rout, D., & Mishra, S. J. (2024). Ethics in the Digital Era: Technology's Role in Shaping Society. *Shanlax International Journal of Arts Science and Humanities*, 11(S1-June), 8–18. <https://doi.org/10.34293/sijash.v11is1-june.7794>
- Masuroh, I. S., & Mardani, D. A. (2025). Artificial Intelligence dan Pendidikan Islam: Pendekatan Etis Implementatif. *INTEGRATIF: Jurnal Magister Pendidikan Islam*, 6(1), 85–101.
- Nuha, A. A. (2025). Etika dan Intellegence Tantangan Dakwah dengan Artificial. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 11(1), 97–107.
- Putra, P. H., & Novalia, R. (2026). Pemanfaatan Chatbot AI dalam Menjawab Pertanyaan Keislaman di Kalangan Mahasiswa Pendidikan Islam. *Jurnal Riset Rumpun Agama Dan Filsafat*, 5(1), 194–209. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jurrafi.v5i1.7287>
- Putri, A. (2023). Pengaruh Intensitas Mendengarkan Podcast Quran Riview

- Program Al Kahfi's Chat Terhadap Tingkat Pemahaman Tafsir Surah Al-Kahfi. In *Komunikasi dan Penyiaran Islam* (Vol. 183, Issue 2). UIN Walisongo Semarang.
- Qi, X. (2024). Application Analysis of Big Data and AI Technology in New Media Communication Channels. *Media and Communication Research*, 5(2). <https://doi.org/10.23977/mediacr.2024.050204>
- Ridha, M. A. F., Rubino, R., & Kustiawan, W. (2023). Media Komunikasi Digital Dapat Meningkatkan Prestasi Belajar Mahasiswa. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 7(2), 165–180. <https://doi.org/10.51544/jlmlk.v7i2.4608>
- Ridwan, A. (2025). Transformation of Prophetic Communication Patterns The Era of Artificial Intelligence: Challages and Oppurtunities For Islamic Preching in Indonesia. *Al-Balagh Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(1), 185–220.
- Rustandi, R. (2023). Implementasi Dakwah Digital Melalui Pelatihan Konten Kreatif Desa Damai. *Tadbir Jurnal Manajemen Dakwah Fdik Iain Padangsidempuan*, 5(1), 1–28. <https://doi.org/10.24952/tadbir.v5i1.6479>
- Setiawan, N., & Khiyaroh, A. (2022). Urgensi Dan Strategi Dakwah Santri Di Era Digitalisasi. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7(2), 223. <https://doi.org/10.29240/jdk.v7i2.5774>
- Staniyah, A. M., Efendi, N., & Mashudi, K. (2024). Digitalisasi Dakwah: Tantangan Dan Strategi Menginspirasi Di Era Teknologi. *El-Mujtama Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4). <https://doi.org/10.47467/elmutjama.v4i4.2202>
- Sucipto, A. S., Febrianto, A., Rais, Z. M., & Setiabudi, D. I. (2023). Dakwah di Era Teknologi Informasi: Manfaat, Tantangan, dan Strategi Penggunaan Artificial Intelligence (AI) dan Internet of Things (IOT) dalam Dakwah. *Relinesia: Jurnal Kajian Agama Dan Multikulturalisme Indonesia*, 2(1), 65–93.
- Syukur, A., Aridan, M., & Santoso, A. N. (2025). Dakwah Berbasis Teknologi : Integrasi Media Sosial dan AI dalam Perspektif Sosiologi Dakwah Dakwah Berbasis Teknologi : Integrasi Media Sosial dan AI dalam Perspektif Sosiologi Dakwah. *SAKALIMA: Pilar Pemberdayaan Masyarakat Pendidikan*, 2(1), 1–8.
- Thahir, M. A. (2023). Da'wah and the Dynamics of Modern Communication. *Al-Ulum*, 23(1), 74–90. <https://doi.org/10.30603/au.v23i1.3484>
- Wahyuni, R., & Rambe, E. (2025). Use of Artificial Intelligence in Analysis and Prediction of Community Behavior Patterns in Dakwah. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 19(1), 191–210. <https://doi.org/10.15575/idajhs.v19i1.37880>
- Waseu, I. (2025). Peran Teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam Memperkuat Dakwah Islam di Era Digital. *Dialogika : Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Sosialisasi*, 1(3), 257–256.

<https://doi.org/https://doi.org/10.62383/dialogika.v1i3.561>

Widodo, R. B. (2025). Dakwah berbasis Teknologi Artificial Intelligence (Pendekatan Teori Komunikasi Massa dalam Mempengaruhi Khalayak). *Jurnal Dakwah Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 8(2), 4–10.
<https://doi.org/https://doi.org/10.38214/jurnaldawahstidnatsir.v8i2.393>