



## Integrasi Teknologi AI sebagai Sarana Penguatan Dakwah Islam dalam Dunia Digital

Nadine Tiara<sup>1\*</sup>, Zalfa Nabila<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> STIKOM Semarang, Semarang, Indonesia

Jl. Wolter Monginsidi No. 119, Pedurungan, Kota Semarang, Jawa Tengah

Korespondensi penulis: [nadine.tiara@stikom.ac.id](mailto:nadine.tiara@stikom.ac.id)

**Abstract :** *In today's digital era, technological advancements are progressing rapidly and significantly influencing various aspects of life, including Islamic da'wah. The transformation of Islamic preaching through digital media has become inevitable with the rapid development of information technology, particularly the emergence of Artificial Intelligence (AI). This study aims to explore how AI is utilized in spreading Islamic values and to examine the ethical and theological challenges that accompany it. The research employs a qualitative approach through literature review, analyzing scientific journals, articles, and contemporary Islamic documents. The findings indicate that AI has been applied in various forms of digital da'wah, such as Islamic chatbots capable of automatically answering religious questions, prayer and worship reminder applications, and Quranic learning platforms equipped with voice recognition and tajweed technology. Although promising and innovative, the use of AI in da'wah presents challenges, particularly regarding scholarly authority, the validity of religious content, and the risk of dehumanization in delivering Islamic teachings. Therefore, an adaptive yet ethical approach to da'wah is needed, involving collaboration among religious scholars, academics, and technology experts, while considering Islamic legal values, digital communication ethics, and the cultural context of Muslims. Through this approach, AI-based Islamic da'wah can serve as an innovative solution to effectively reach a broader audience without compromising the essence and spirituality of Islam. Moving forward, a sustainable Islamic digital ecosystem must be developed so that technology functions not only as a tool but also as a means to enhance faith and piety.*

**Keywords:** *Artificial Intelligence (AI), Islamic Da'wah, Da'wah Transformation, Digital Ethics, Digital Technology.*

**Abstrak :** Perubahan pola komunikasi di tingkat komunitas lokal telah mendorong pemanfaatan media digital sebagai sarana utama dalam koordinasi antarwarga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi Ketua RT dalam mengoptimalkan grup WhatsApp sebagai media koordinasi dan penguatan hubungan sosial di Desa Melati Kidul, Kabupaten Kudus. Fokus penelitian mencakup praktik inovatif seperti penerapan kebijakan anti-hoaks melalui sistem moderasi pesan, penggunaan elemen visual untuk meningkatkan efektivitas penyampaian informasi, serta keterlibatan aktif warga dalam proses pengambilan keputusan secara daring. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara mendalam dan analisis pesan digital. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teori komunikasi organisasi, teori kekayaan media (*media richness theory*), teori pengkodean ganda (*dual coding theory*), serta konsep kepemimpinan adaptif (*adaptive leadership*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ketua RT mampu memadukan komunikasi formal dan informal melalui strategi digital yang partisipatif, sehingga memperkuat kohesi sosial serta meningkatkan efektivitas koordinasi antarwarga. Temuan ini memberikan kontribusi terhadap kajian komunikasi digital berbasis komunitas serta menawarkan model praktis bagi penerapan kepemimpinan lokal yang efektif di era media sosial.

**Kata kunci:** Komunikasi Komunitas, Whatsapp, Strategi Digital, Partisipasi Warga, Kepemimpinan Adaptif.

### 1. LATAR BELAKANG

Di era digital yang berkembang pesat ini, kemajuan teknologi terus mengubah berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam ranah dakwah Islam. Salah satu inovasi teknologi yang semakin menonjol adalah Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence/AI). AI, yang merujuk pada kemampuan mesin untuk meniru kecerdasan manusia, menghadirkan peluang dan tantangan baru yang dapat dimanfaatkan dalam kegiatan dakwah. Saat ini, penerapan AI sudah meluas di berbagai sektor seperti kesehatan, manufaktur, keuangan, dan pemerintahan, serta mulai merambah ranah keagamaan, khususnya dakwah Islam. Dalam konteks global yang

didorong oleh kemajuan teknologi digital, penyampaian ajaran Islam perlu disesuaikan agar lebih efektif, menarik, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat modern. AI memberikan peluang untuk menyebarkan nilai-nilai Islam secara lebih cepat, luas, dan personal.

Latar belakang penelitian ini adalah kenyataan bahwa metode dakwah tradisional, seperti ceramah, khutbah, atau pertemuan langsung, tidak lagi cukup menjangkau generasi muda, khususnya milenial dan Gen Z, yang cenderung memperoleh informasi melalui media digital dan media sosial, termasuk materi keagamaan. Oleh karena itu, AI hadir bukan sekadar sebagai teknologi pendukung, tetapi sebagai alat strategis bagi para dai, organisasi Islam, dan komunitas Muslim untuk memperluas jangkauan dakwah secara lebih efektif dan efisien.

Pemanfaatan AI dalam dakwah membawa berbagai inovasi menarik. Salah satunya adalah kemampuan untuk menyesuaikan materi dakwah agar lebih personal, dengan mengolah data pengguna untuk menghasilkan konten yang relevan dengan minat dan kebutuhan individu. AI juga memungkinkan otomatisasi dan peningkatan efisiensi, misalnya melalui chatbot yang siap menjawab pertanyaan dasar seputar agama, serta analisis respons dan sentimen audiens untuk membantu para dai menilai sejauh mana pesan mereka diterima. Selain itu, AI dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan dakwah melalui media sosial dengan mempelajari tren dan perilaku pengguna agar pesan lebih efektif.

Namun, penggunaan AI dalam dakwah tidak lepas dari tantangan. Isu etika dan perlindungan data pribadi menjadi perhatian utama, karena AI membutuhkan pengumpulan dan pengolahan data pengguna. Selain itu, ketergantungan berlebihan pada teknologi berpotensi mengurangi interaksi manusiawi dalam dakwah. Ketersediaan teknologi yang tidak merata juga menimbulkan kesenjangan digital, sementara pemahaman dan penerimaan AI di kalangan tokoh agama maupun masyarakat umum masih bervariasi. Oleh karena itu, edukasi dan sosialisasi yang tepat sangat diperlukan agar teknologi ini dapat diterima dan digunakan secara bijaksana.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana AI dimanfaatkan dalam kegiatan dakwah Islam, mengevaluasi perannya dalam penyebaran ajaran, serta menilai dampaknya terhadap efektivitas dakwah. Fokus penelitian mencakup berbagai bentuk penerapan AI, kelebihan dan kekurangannya, serta sejauh mana teknologi ini sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Studi ini juga meneliti respons komunitas Muslim terhadap pemanfaatan AI dan sejauh mana mereka menerima teknologi ini sebagai alat penyampaian dakwah.

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua aspek. Secara teoritis, penelitian diharapkan memperluas pemahaman tentang dakwah digital dan studi Islam kontemporer, khususnya kaitannya dengan teknologi yang berkembang pesat. Secara praktis, penelitian ini dapat

menjadi referensi bagi para dai, pengembang aplikasi Islami, dan organisasi dakwah dalam memanfaatkan AI secara maksimal dan etis. Penelitian ini juga dapat menjadi dasar penyusunan pedoman etika penggunaan AI dalam aktivitas dakwah.

Dengan demikian, keberadaan AI sebagai sarana dakwah merupakan fenomena penting yang membutuhkan analisis mendalam, tidak hanya dari aspek teknologi, tetapi juga dari perspektif agama, sosial, dan budaya. Studi ini diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan metode penyebaran Islam yang adaptif, inklusif, dan selaras dengan nilai-nilai wahyu. AI bukanlah ancaman bagi dakwah, melainkan peluang baru untuk menyampaikan ajaran Islam di dunia digital yang semakin kompleks dan terhubung. Penelitian ini berupaya menghubungkan tradisi Islam dengan perkembangan teknologi secara harmonis dan bijaksana.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **2.1. Dakwah Islam di Era Digital**

Dakwah merupakan proses penyampaian ajaran Islam kepada masyarakat dengan tujuan meningkatkan pemahaman, keimanan, dan ketakwaan umat (Al-Bukhari, 2002). Seiring perkembangan teknologi informasi, metode dakwah tidak lagi terbatas pada ceramah, khutbah, atau pertemuan fisik. Era digital menghadirkan berbagai media komunikasi baru, termasuk media sosial, aplikasi pesan instan, dan platform daring lainnya, yang memungkinkan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas secara cepat dan fleksibel (Abdullah & Sulaiman, 2021). Fenomena ini menuntut dai atau lembaga dakwah untuk mengadopsi strategi komunikasi digital yang efektif, relevan, dan interaktif.

### **2.2. Artificial Intelligence (AI) dalam Konteks Dakwah**

*Artificial Intelligence* (AI) merujuk pada kemampuan mesin atau sistem komputer untuk meniru fungsi kognitif manusia, seperti pengambilan keputusan, analisis data, pemahaman bahasa, dan pembelajaran otomatis (Russell & Norvig, 2021). Dalam konteks dakwah, AI dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan melalui berbagai cara, antara lain: chatbot Islami yang menjawab pertanyaan agama secara otomatis, aplikasi pengingat ibadah, platform pembelajaran Al-Qur'an dengan teknologi pengenalan suara, serta analisis respons audiens untuk menyesuaikan materi dakwah secara personal (Ahmad & Hassan, 2022).

Konsep AI ini dapat dianalisis melalui teori adopsi teknologi (*Technology Acceptance Model/TAM*) yang menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kegunaan dan kemudahan penggunaan (Davis, 1989). Penerapan AI dalam dakwah akan

berhasil jika pengguna, baik dai maupun masyarakat Muslim, merasa teknologi tersebut bermanfaat, mudah diakses, dan mampu meningkatkan kualitas pemahaman agama.

### **2.3. Integrasi AI dalam Strategi Komunikasi Dakwah**

Dalam komunikasi dakwah digital, AI dapat berperan sebagai alat untuk menyampaikan pesan secara lebih efisien, interaktif, dan personal. Media richness theory (Daft & Lengel, 1986) menjelaskan bahwa komunikasi lebih efektif apabila media yang digunakan mampu menyampaikan informasi dengan kaya, baik secara verbal maupun visual. Integrasi AI, misalnya melalui chatbots atau platform pembelajaran interaktif, meningkatkan “kekayaan media” karena mampu menyajikan materi dakwah dalam format teks, audio, visual, dan interaktif secara bersamaan. Selain itu, dual coding theory (Paivio, 1990) menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan melalui dua saluran—visual dan verbal—lebih mudah dipahami dan diingat oleh audiens. Oleh karena itu, penggunaan AI untuk menghasilkan infografis interaktif, video pendek, atau modul pembelajaran digital dapat meningkatkan pemahaman dan keterlibatan umat dalam proses dakwah.

### **2.4. Tantangan Etika dan Teologis dalam Pemanfaatan AI**

Meskipun menawarkan potensi besar, penggunaan AI dalam dakwah juga menimbulkan tantangan, terutama terkait etika dan validitas konten keagamaan. Isu utama mencakup:

- a. Otoritas pengetahuan: AI memproses informasi secara otomatis, sehingga diperlukan pengawasan ulama agar konten dakwah tetap sesuai syariat (Barzilai-Nahon, 2008).
- b. Privasi dan keamanan data: AI membutuhkan pengumpulan data pengguna, menimbulkan risiko pelanggaran privasi (Floridi et al., 2018).
- c. Risiko dehumanisasi: Ketergantungan berlebihan pada AI dapat mengurangi interaksi personal antara dai dan masyarakat (Avolio et al., 2014).

Oleh karena itu, diperlukan pendekatan dakwah yang adaptif, etis, dan partisipatif, dengan kolaborasi antara dai, akademisi, dan pakar teknologi, agar AI dapat digunakan secara bijaksana tanpa mengurangi nilai spiritual dakwah.

### **2.5. Model Kepemimpinan Digital dalam Dakwah Berbasis AI**

Integrasi AI dalam dakwah juga memerlukan model kepemimpinan digital yang adaptif. *Transformational leadership theory* (Bass, 1990) menyatakan bahwa pemimpin yang efektif mampu menginspirasi, memotivasi, dan memberdayakan pengikutnya. Dalam konteks dakwah digital, dai atau pengelola lembaga dakwah yang memanfaatkan AI harus berperan sebagai

fasilitator, memastikan teknologi digunakan untuk meningkatkan pemahaman dan partisipasi umat, bukan sekadar alat otomatis. Konsep ini selaras dengan adaptive leadership (Heifetz et al., 2009), yang menekankan pentingnya fleksibilitas dalam menyesuaikan strategi dengan kebutuhan lingkungan yang dinamis.

## **2.6. Integrasi AI untuk Penguatan Dakwah**

Berdasarkan kajian teoritis di atas, integrasi AI dalam dakwah Islam dapat membentuk pendekatan komunikasi yang:

- a. Efektif dan cepat menjangkau audiens luas.
- b. Interaktif dan personal, menyesuaikan pesan dengan minat dan kebutuhan pengguna.
- c. Visual dan informatif, meningkatkan pemahaman melalui kombinasi media verbal dan visual.
- d. Etis dan aman, mematuhi prinsip syariat, privasi, dan keadilan digital.
- e. Partisipatif, melibatkan audiens dalam proses belajar dan pengambilan keputusan.

Dengan demikian, integrasi AI bukan hanya sarana teknologi, tetapi juga strategi inovatif untuk memperkuat dakwah Islam di era digital, sambil mempertahankan nilai-nilai spiritual dan moral yang menjadi inti ajaran Islam.

## **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian studi kepustakaan (library research), yaitu pendekatan yang menekankan pengumpulan, analisis, dan sintesis data dari berbagai sumber literatur sebagai dasar pemahaman terhadap topik yang diteliti. Studi kepustakaan dipilih karena penelitian ini bertujuan mengeksplorasi konsep, strategi, dan tantangan pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam dakwah Islam melalui kajian teoretis dan empiris dari berbagai literatur yang relevan. Objek penelitian diperoleh melalui informasi yang tersedia dalam buku, artikel jurnal ilmiah, makalah, dokumen resmi, laporan penelitian, dan sumber daring (websites, portal akademik, maupun dokumen keagamaan digital). Di era digital saat ini, akses terhadap literatur semakin mudah melalui database online, jurnal elektronik, repositori universitas, dan platform ilmiah, sehingga memungkinkan pengumpulan data secara lebih luas, cepat, dan mutakhir.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan membaca secara cermat literatur yang relevan, mencatat informasi penting, serta menyusun ringkasan teori, temuan penelitian sebelumnya, dan konsep-konsep strategis terkait penggunaan AI dalam dakwah. Data diklasifikasikan berdasarkan kategori tematik, misalnya: bentuk implementasi AI dalam

dakwah, keunggulan dan efisiensi teknologi, tantangan etis dan teologis, serta dampak terhadap efektivitas penyebaran ajaran Islam.

Selanjutnya, pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan metode deskriptif analitis, yaitu pendekatan yang tidak hanya mendeskripsikan fakta atau informasi yang ditemukan, tetapi juga menafsirkan dan menganalisis hubungan antar-konsep. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi peluang, tantangan, dan strategi penerapan AI dalam dakwah secara sistematis dan kritis, serta menilai implikasinya terhadap efektivitas komunikasi dan penyebaran nilai-nilai Islam. Dengan demikian, penelitian ini mampu menyajikan gambaran teoretis yang komprehensif tentang pemanfaatan AI sebagai sarana inovatif dalam penguatan dakwah digital, sekaligus memberikan dasar rekomendasi praktis bagi para dai, organisasi keagamaan, dan pengembang teknologi Islami.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **4.1. Transformasi Dakwah di Era Digital**

Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara penyebaran ajaran Islam. Metode dakwah yang sebelumnya dilakukan melalui ceramah, pengajian, atau pertemuan langsung kini beralih ke ranah digital, mengikuti preferensi masyarakat modern yang menginginkan informasi cepat dan praktis. Transformasi ini memengaruhi jangkauan, efektivitas, dan fleksibilitas penyampaian pesan dakwah, sehingga metode tradisional perlu disesuaikan dengan karakteristik audiens digital (A.Z. Mubarak, 2024).

### **4.2. Pergeseran Pola Komunikasi Dakwah: Dari Monolog ke Dialog Digital**

Digitalisasi dakwah tidak hanya mengubah sarana, tetapi juga pendekatan dan pola pikir para dai. Komunikasi dakwah kini bergerak dari model satu arah menjadi interaksi dua arah yang lebih partisipatif. Media seperti video pendek di TikTok dan YouTube, podcast Islami, unggahan di Instagram, serta diskusi daring melalui Zoom atau platform lain, memungkinkan audiens untuk berinteraksi, memberikan tanggapan, dan berpartisipasi aktif dalam pembelajaran agama (R.N. Fajri & S. Fauziyyah, 2023).

### **4.3. Kehadiran Aktif Dai dan Lembaga Dakwah di Ranah Digital**

Para dai dan lembaga dakwah kini dituntut untuk hadir secara aktif di dunia digital. Kehadiran ini penting agar pesan Islam dapat bersaing dengan berbagai konten yang tersebar di media sosial. Konten dakwah yang autentik, mendidik, dan menarik menjadi kebutuhan

mendesak. Dakwah digital bukan sekadar alternatif, tetapi strategi utama yang harus dikelola secara profesional dan etis.

#### **4.4. Pemanfaatan Kecerdasan Buatan (AI) dalam Dakwah**

Integrasi AI menawarkan berbagai inovasi strategis dalam dakwah digital, antara lain:

- a. Analisis tren dan perilaku pengguna: AI mampu memproses data dari media sosial untuk menemukan tren dan pola interaksi audiens, sehingga konten dapat disesuaikan secara tepat sasaran.
- b. Segmentasi audiens: Berdasarkan usia, lokasi, minat, dan perilaku online, materi dakwah dapat disesuaikan, misalnya pendidikan Islam untuk anak-anak atau diskusi teologi untuk audiens dewasa.
- c. Optimasi konten dan interaksi: AI menyarankan waktu posting, format konten, dan cara komunikasi yang paling efektif. Algoritma juga memprediksi respons audiens untuk meningkatkan keterlibatan dan efektivitas pesan.
- d. Manajemen iklan dan promosi: AI membantu menargetkan audiens yang paling relevan sehingga anggaran promosi lebih efisien.
- e. Moderasi komunitas daring: AI dapat menjawab pertanyaan umum, memastikan diskusi tetap fokus, dan mengelola komentar negatif.

#### **4.5. Personalisasi dan Adaptasi Konten Dakwah dengan AI**

AI memungkinkan konten dakwah disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi individu. Misalnya, aplikasi dakwah berbasis AI dapat merekomendasikan artikel, buku, atau video ceramah sesuai minat pengguna. Personalisasi ini memperluas efektivitas penyampaian materi, sekaligus membuat audiens merasa lebih diperhatikan. AI juga dapat menyesuaikan modul pembelajaran dengan tingkat pengetahuan pengguna agar penyampaian materi lebih tepat dan mudah dipahami.

#### **4.6. Identifikasi dan Penanganan Hoaks dalam Dakwah Digital**

Salah satu tantangan penting dakwah digital adalah penyebaran informasi palsu (hoaks). AI, melalui Natural Language Processing (NLP) dan algoritma pembelajaran mesin, mampu menganalisis teks secara otomatis, mendeteksi pola berita palsu, dan menilai kredibilitas informasi. Hal ini penting untuk menjaga akurasi dakwah, mencegah kebingungan, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap konten agama.

#### **4.7. Peluang dan Tantangan Integrasi AI dalam Dakwah**

Pemanfaatan AI membuka peluang besar untuk meningkatkan jangkauan dan kualitas dakwah, termasuk personalisasi, efisiensi, dan keterlibatan audiens. Namun, terdapat tantangan signifikan seperti isu etika, perlindungan data, risiko dehumanisasi, kesenjangan digital, dan penerimaan masyarakat terhadap teknologi. Oleh karena itu, implementasi AI dalam dakwah harus disertai edukasi, pelatihan, dan kesadaran etis untuk memastikan teknologi digunakan secara bertanggung jawab.

#### **4.8. Implikasi Strategis bagi Dakwah Kontemporer**

Integrasi AI menunjukkan bahwa dakwah digital dapat menjadi strategi utama untuk menjangkau audiens global secara efektif. Pemanfaatan teknologi harus disertai komitmen terhadap etika, nilai-nilai Islam, dan penguatan interaksi manusia. Dengan pendekatan yang tepat, AI bukan menjadi ancaman, tetapi peluang untuk menghadirkan dakwah yang lebih adaptif, personal, dan berdampak luas di era digital.

### **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut:

- a. Integrasi Kecerdasan Buatan (AI) dalam praktik dakwah Islam menunjukkan kemampuan adaptasi yang penting terhadap perkembangan era digital. Teknologi ini membuka berbagai peluang strategis untuk menyampaikan ajaran Islam secara lebih luas, efektif, dan terarah, melalui berbagai platform seperti chatbot Islami, aplikasi pengingat ibadah, teknologi pengenalan suara untuk tilawah Al-Qur'an, serta analisis data untuk memetakan kebutuhan audiens dakwah. Dengan pemanfaatan yang tepat dan bijaksana, AI dapat meningkatkan jangkauan dakwah dengan pendekatan yang lebih personal, interaktif, dan responsif terhadap dinamika masyarakat modern.
- b. Namun, penerapan AI dalam dakwah tetap harus didasari oleh prinsip etika dan ajaran Islam. Aspek-aspek seperti keabsahan konten keilmuan, akurasi materi dakwah, potensi berkurangnya sentuhan manusia dalam penyampaian, serta risiko distorsi ajaran menuntut adanya regulasi dan pengawasan yang ketat agar esensi dakwah tetap terjaga.
- c. Oleh karena itu, penyusunan strategi dakwah berbasis AI perlu melibatkan kolaborasi yang sinergis antara ulama dan ahli teknologi yang memahami nilai-nilai Islam. Dasar kerja sama ini harus berpijak pada Al-Qur'an, Hadis, serta konsensus para ulama. Setiap tahap,

mulai dari perancangan materi dakwah, pelatihan pengguna, hingga pengembangan sistem yang mudah diakses dan sesuai syariat, merupakan elemen penting untuk memastikan dakwah digital tetap selaras dengan prinsip-prinsip Islam.

- d. Dengan pengelolaan yang cermat dan hati-hati, AI dapat berfungsi sebagai mitra strategis dalam dakwah, memungkinkan penyampaian pesan Islam secara lebih luas di ranah digital, tanpa mengurangi nilai-nilai kasih sayang, kebijaksanaan, dan keautentikan ajaran Islam itu sendiri.

## 5.2. Saran

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

- a. Kolaborasi Ulama dan Ahli Teknologi: Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi lebih mendalam model kolaborasi antara ulama dan pakar teknologi dalam merancang dakwah berbasis AI, sehingga pesan dakwah tetap akurat, etis, dan sesuai prinsip syariat Islam.
- b. Pengembangan Sistem Dakwah AI yang Adaptif: Disarankan untuk mengembangkan sistem AI yang lebih adaptif terhadap karakteristik audiens, dengan memperhatikan personalisasi konten, respons pengguna, serta keberagaman budaya dan tingkat pengetahuan masyarakat.
- c. Kajian Etika dan Regulasi Dakwah Digital: Penelitian mendatang dapat fokus pada aspek etika, keamanan data, dan regulasi penggunaan AI dalam dakwah, guna mencegah distorsi ajaran, penyebaran informasi yang salah, dan berkurangnya unsur humanisasi dalam interaksi dakwah.
- d. Evaluasi Efektivitas dan Dampak Dakwah AI: Disarankan untuk melakukan penelitian empiris yang menilai efektivitas penyampaian dakwah berbasis AI, termasuk tingkat pemahaman, partisipasi, dan pengaruh terhadap spiritualitas serta praktik keagamaan masyarakat.
- e. Pengembangan Modul Pelatihan bagi Pengguna dan Da'i: Penelitian lanjutan dapat merancang modul pelatihan untuk para dai atau organisasi dakwah agar dapat memanfaatkan AI secara optimal, etis, dan kreatif, serta memahami bagaimana AI dapat mendukung strategi komunikasi dakwah yang modern.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Fauzi, F. (2025). Penelitian Atas Pemanfaatan AI Dalam Penyebaran Nilai-nilai Islam. *RIGGS Journal*.
- Batubara, Y. (2024). Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) Sebagai Strategi Dakwah Islam. *Jurnal Tadbir*.
- Priyatna, S. (2024). AI and Islamic Communication. *Proceedings of International Conference on Da'wah and Communication*.
- An Noor, S. M. (2025). Digitalisasi Dakwah Berbasis Artificial Intelligence: Analisis Hukum Islam Terhadap Penggunaan Aplikasi Berbasis AI Sebagai Media Dakwah. *UIN Malang*.
- Waseu, I. (2025). Peran Teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam Dakwah Islam. *Dialogika Journal*.
- Wahid, S. H. (2024). Exploring the Intersection of Islam and Digital Technology. *ScienceDirect*.
- Fajri, R. N., & Fauziyyah, S. (2024). Communication Strategies in Islamic Da'wah: Opportunities and Challenges in the Era of Artificial Intelligence. *ResearchGate*.
- Habibullah, M. (2023). Artificial Intelligence (AI) dalam Digitalisasi Dakwah. *MAUIZOH Journal*.
- Al Giffari, H. A. (2025). AI vs. Human-Led Da'wah: Perspektif dan Implementasi. *Dinika Journal*.
- Wahid, S. H. (2024). Dawah in the Digital Age: Utilizing Social Media for the Spread of Islamic Teachings. *ResearchGate*.
- Saputra, F. (2021). Teori Kepercayaan Teknologi dalam Penerimaan AI dalam Dakwah. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*.
- Hendrawan, D. (2023). Etika Penggunaan AI dalam Dakwah Islam. *Jurnal Etika Digital*.
- Mardiana, S. (2022). Perlindungan Data Pribadi dalam Penggunaan AI untuk Dakwah. *Jurnal Hukum dan Teknologi*.
- Maarif, A. S. (2024). Panduan Syariah dalam Penggunaan AI untuk Dakwah.
- Wadud, A. (2024). Pengawasan Syariah dalam Penggunaan AI dalam Dakwah.
- Alamsyah, R. (2024). Pengawasan dan Panduan Syariah dalam Penggunaan AI untuk Dakwah.
- Zubaidi, K. A. (2025). Strategi Kecerdasan Buatan untuk Dakwah Islam. *MUI*.