

Rencana Riset dan Pengembangan Dakwah di Era Digital: Memenuhi Kebutuhan Umat dengan Inovasi Berbasis AI

I. Pendahuluan

Latar Belakang dan Urgensi Dakwah di Era Digital

Era digital telah merevolusi kehidupan sehari-hari, mengintegrasikan pekerjaan, pendidikan, komunikasi, hiburan, dan perdagangan, yang secara mendalam memengaruhi komunitas dengan identitas budaya dan agama yang kuat seperti umat Muslim di Indonesia.¹ Transformasi ini menuntut evaluasi ulang dan adaptasi strategi dakwah agar tetap relevan dan efektif. Metode dakwah tradisional, yang sebagian besar mengandalkan interaksi tatap muka dan sumber daya tekstual, menjadi kurang efektif dalam menjangkau generasi muda yang sangat akrab dengan teknologi digital.²

Penggunaan teknologi digital yang meluas, khususnya media sosial, menghadirkan peluang yang belum pernah ada sebelumnya untuk menyebarkan ajaran Islam. Namun, di sisi lain, juga menimbulkan tantangan signifikan, termasuk penyebaran informasi yang salah dan erosi otoritas keagamaan tradisional.¹ Kemudahan akses informasi di era digital, meskipun memperkaya pemahaman agama, juga membuka celah bagi penyebaran konten yang menyimpang atau ekstrem, serta menyebabkan ketergantungan pada teknologi yang mengurangi interaksi sosial fisik.³ Fenomena ini memperlihatkan urgensi untuk mengembangkan pendekatan dakwah yang inovatif, yang tidak hanya memanfaatkan potensi teknologi tetapi juga membentengi umat dari dampak negatifnya.

Tujuan Rencana Riset dan Pengembangan Dakwah

Rencana riset dan pengembangan (R&D) ini disusun dengan beberapa tujuan utama. Pertama, untuk mengembangkan kerangka R&D dakwah yang komprehensif guna menjawab kebutuhan spiritual dan sosial umat yang terus berkembang di era digital. Kedua, untuk mengeksplorasi dan memanfaatkan Kecerdasan Buatan (AI) serta inovasi digital lainnya dalam menciptakan materi dakwah yang mudah diakses, menarik, dan otentik. Ketiga, untuk menetapkan pedoman etika dan praktik terbaik dalam dakwah

digital guna memastikan integritas dan dampak positifnya bagi masyarakat.

II. Riset Kebutuhan Umat dan Pemenuhan Dakwah Terkini

A. Profil Umat Muslim di Lanskap Digital

Karakteristik dan Kebutuhan Spiritual Generasi Z dan Milenial

Generasi Z (berusia 15-25 tahun) dan milenial sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, ditandai oleh keterbukaan informasi, gaya hidup serba cepat, dan preferensi terhadap hal-hal praktis.⁵ Mereka secara aktif menggunakan media sosial untuk eksplorasi spiritual.⁶ Namun, generasi ini menghadapi "krisis iman" yang dipengaruhi oleh beberapa faktor dominan. Ini termasuk paparan konten digital yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, minimnya bimbingan spiritual dari keluarga dan lingkungan sosial, kekosongan makna keagamaan dalam pendidikan formal, serta pencarian identitas diri yang tidak terarah di ruang digital.⁵

Sebagian besar kaum muda di negara-negara mayoritas Muslim mulai mempertanyakan, bahkan menolak, struktur otoritas Islam tradisional yang membentuk keyakinan dan kehidupan mereka. Semakin banyak anggota Gen Z yang mengidentifikasi diri sebagai "mantan Muslim," ateis, atau agnostik.⁷ Tren ini mencerminkan peningkatan global kelompok "tidak beragama" dan dapat dikaitkan dengan kekuatan generasi yang sama, yaitu globalisasi, kebangkitan teknologi digital, ponsel pintar, dan media sosial. Teknologi internet telah "membuka monopoli atas interpretasi Islam yang dulunya hanya dimiliki oleh kelas agama".⁷

Meskipun demikian, terdapat strategi adaptif yang diamati pada sebagian Generasi Z dalam mempertahankan iman, seperti keterlibatan aktif dalam komunitas dakwah digital, selektivitas dalam konsumsi media, dan peningkatan literasi Islam melalui konten edukasi daring.⁵

Fenomena yang diamati menunjukkan adanya pergeseran otoritas keagamaan yang signifikan. Pencarian identitas diri yang tidak terarah di kalangan Gen Z⁵ serta kecenderungan mereka untuk lebih mempercayai figur digital populer daripada ulama tradisional⁵ menandakan bahwa otoritas keagamaan beralih dari yang berbasis

pengetahuan ke yang berbasis popularitas.⁵ Ini merupakan tantangan krusial dalam menjaga keaslian ajaran Islam. Aksesibilitas dan sifat media digital yang meresap telah memberdayakan sumber-sumber informasi keagamaan non-tradisional, sehingga menantang otoritas ulama dan pesantren yang telah mapan. Konsekuensinya adalah potensi pengenceran pengetahuan Islam yang otentik dan peningkatan pemahaman agama yang dangkal atau bahkan salah, jika pergeseran ini tidak ditangani secara strategis.

Selain itu, terdapat paradoks akses dalam dakwah digital. Meskipun teknologi digital menawarkan akses yang belum pernah terjadi sebelumnya terhadap ajaran agama, yang memungkinkan umat Muslim di seluruh dunia mengakses sumber daya pendidikan Islam berkualitas tinggi¹, ia secara bersamaan berkontribusi pada "krisis iman" dan "pemahaman yang dangkal".⁴ Banyaknya konten yang tidak terverifikasi atau kontradiktif, ditambah dengan kurangnya keterampilan berpikir kritis, dapat menyebabkan kebingungan dan skeptisisme alih-alih memperdalam keimanan. Sifat informasi digital yang tidak terfilter dan berlimpah, tanpa pengembangan keterampilan membedakan yang memadai, dapat membanjiri dan menyesatkan individu, mengubah potensi manfaat menjadi tantangan signifikan bagi pembentukan iman.

Kekosongan makna keagamaan dalam pendidikan formal dan preferensi Gen Z terhadap konten yang "lebih ringan, lebih mudah dipahami"⁵ menggarisbawahi kebutuhan mendesak akan dakwah yang tidak hanya mudah diakses tetapi juga sangat kontekstual, relevan dengan isu-isu kontemporer, dan mampu menjawab kecemasan intelektual kaum muda.⁵ Ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara pedagogi keagamaan tradisional dan gaya belajar serta pertanyaan eksistensial kaum muda kontemporer. Dakwah tidak bisa lagi hanya sekadar mentransmisikan dogma; ia harus diimajinasikan ulang agar sangat kontekstual, membahas masalah dunia nyata dan keraguan intelektual dengan cara yang relevan dan menarik, bergerak melampaui pembelajaran hafalan untuk menumbuhkan internalisasi nilai-nilai yang tulus dan iman yang lebih tangguh.

Tantangan Sosial dan Keagamaan Umat di Era Digital

Era digital menghadirkan tantangan bagi pendidikan Islam terkait keaslian dan keandalan konten, dengan risiko penyebaran konten yang salah, tidak akurat, atau tidak sesuai dengan ajaran Islam yang mudah terjadi.⁹ Mayoritas siswa menghabiskan waktu signifikan (2-4 jam per hari) di media sosial, mengakses konten keagamaan seperti

ceramah dan doa, tetapi juga terpapar informasi yang salah atau ekstrem.³ Hal ini menimbulkan kebingungan, ketergantungan pada teknologi, dan dampak negatif seperti *cyberbullying* serta penyebaran fitnah.³

Tantangan utama bagi umat Muslim Indonesia meliputi akses teknologi yang terbatas (kesenjangan digital), masalah etika dalam konsumsi konten digital, dan ancaman terhadap identitas agama dan budaya.¹ Tekanan untuk menyesuaikan diri dengan tren global sering kali bertentangan dengan ajaran Islam.¹

Kesenjangan digital yang signifikan, terutama antara wilayah perkotaan dan pedesaan, membatasi akses yang adil terhadap dakwah digital dan memperburuk kesenjangan sosial serta ekonomi.¹ Akses ke teknologi digital jauh lebih mudah dan terjangkau di pusat kota daripada di daerah pedesaan. Disparitas ini menyebabkan ketidaksetaraan dalam pendidikan, peluang ekonomi, dan akses informasi, memperparah kesenjangan sosial dan ekonomi dalam masyarakat. Masyarakat pedesaan menghadapi hambatan seperti infrastruktur yang tidak memadai, konektivitas internet yang lambat dan tidak stabil, serta akses terbatas ke perangkat digital, yang menghambat partisipasi mereka dalam ekonomi digital dan kemajuan masyarakat yang lebih luas. Ini berarti dakwah digital, meskipun memperluas jangkauan, berisiko meninggalkan populasi rentan tanpa infrastruktur atau literasi digital yang memadai.

Kemudahan penyebaran konten di era digital menciptakan "ladang ranjau etika" bagi dakwah, di mana penyebaran informasi yang salah, ideologi radikal, dan konten yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam merupakan ancaman serius bagi integritas agama dan prinsip-prinsip moral.¹ Hal ini menuntut verifikasi konten yang kuat dan kerangka kerja etika yang kokoh.⁹ dan ⁹ secara eksplisit menyoroti tantangan "keaslian dan keandalan konten" serta kemudahan penyebaran "konten yang salah, tidak akurat, atau tidak sesuai." ³ secara jelas menyebutkan siswa terpapar "informasi yang salah atau ekstrem" dan dampak negatif seperti *cyberbullying*.¹ dan ¹ mengangkat "masalah moral dan etika" serta "ancaman terhadap identitas budaya dan agama" karena akses tak terbatas ke konten yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam. Rangkaian bukti ini menunjukkan bahwa keterbukaan platform digital (penyebab) mengarah pada proliferasi konten bermasalah secara etika (akibat). Implikasi yang lebih luas adalah bahwa dakwah di era digital tidak hanya harus berfokus pada penyebaran pesan positif tetapi juga pada upaya aktif untuk melawan narasi berbahaya dan membekali umat dengan keterampilan membedakan etika.

Tabel 1: Kebutuhan Spiritual Generasi Z di Era Digital

Faktor Pemicu Krisis Iman	Strategi Adaptif Generasi Z
Paparan konten digital yang bertentangan dengan nilai Islam ⁵	Keterlibatan aktif dalam komunitas dakwah digital ⁵
Kurangnya bimbingan spiritual dari keluarga dan lingkungan sosial ⁵	Selektivitas dalam konsumsi media ⁵
Kekosongan makna keagamaan dalam pendidikan formal ⁵	Peningkatan literasi Islam melalui konten edukasi daring ⁵
Pencarian identitas diri yang tidak terarah di ruang digital ⁵	-
Prevalensi relativisme dan skeptisisme terhadap ajaran agama ⁵	-
Pengaruh figur non-otoritatif (influencer agama instan) ⁵	-
Fenomena kemurtadan diam-diam dan agnostisisme digital ⁵	-
Infiltrasi ideologi Barat (sekularisme, liberalisme) ⁵	-
Literasi Islam yang lemah ⁵	-
Kurangnya keterampilan berpikir kritis ⁵	-
Konten digital instan dan dangkal ⁵	-
Kurangnya regulasi dan pendidikan digital yang memadai ⁵	-

Gaya hidup modern yang hedonistik dan serba cepat ⁵	-
--	---

Tabel ini sangat penting karena secara langsung membahas komponen "Riset" dari rencana R&D dengan memberikan pemahaman yang mendalam tentang lanskap spiritual audiens target. Dengan menguraikan secara jelas faktor-faktor yang berkontribusi pada krisis iman dan strategi adaptif yang sudah digunakan oleh Gen Z, tabel ini menawarkan wawasan konkret tentang *mengapa* pendekatan dakwah tertentu dibutuhkan. Data ini berfungsi sebagai bukti dasar untuk merancang intervensi dakwah yang relevan dan berdampak, memastikan bahwa upaya pengembangan disesuaikan secara tepat dengan kebutuhan dan tantangan umat kontemporer yang teridentifikasi.

B. Analisis Efektivitas Dakwah Digital Saat Ini

Platform dan Format Konten Dakwah yang Efektif

Media sosial seperti Facebook, Instagram, dan TikTok dinilai sangat efektif dalam menyampaikan informasi keislaman atau berdakwah di era digital, terbukti dari banyaknya pengikut pada akun-akun dakwah, jumlah suka yang tinggi, dan aktivitas berbagi konten oleh pengguna.¹⁰ Media daring secara khusus sangat efektif bagi pengguna ponsel pintar.¹¹ Efektivitas dakwah melalui media baru bergantung pada kualitas konten, tingkat interaksi, dan algoritma platform.¹² Hal ini juga menuntut presentasi yang inovatif, instrumen yang menarik, dan musik latar untuk menarik perhatian penerima.¹²

Instagram dan TikTok menawarkan potensi signifikan berkat fitur-fitur seperti video pendek, Reels, Stories, IGTV, dan algoritma berbasis interaksi yang memfasilitasi penyebaran luas dan viralitas.² Konten yang efektif menggunakan bahasa sederhana, mudah dipahami, dapat disisipi humor, dan disajikan dalam video singkat.¹⁴ Konten informatif harus jelas, disesuaikan dengan audiens, menggunakan berbagai format (teks, gambar, video, audio), bersifat interaktif (kuis, tanya jawab), memiliki jadwal unggahan yang konsisten, dan memanfaatkan tagar.¹⁴ Influencer memainkan peran penting, menggunakan bahasa sederhana, gaya penyampaian santai, dan elemen hiburan untuk menarik Gen Z, dengan keberhasilan sering diukur dari jumlah suka,

komentar, dan *subscriber*.⁸

Efektivitas dakwah digital semakin diukur berdasarkan metrik keterlibatan (suka, bagikan, komentar, pengikut) daripada hanya berdasarkan pemahaman agama atau perubahan perilaku tradisional.⁸ Hal ini menciptakan tekanan bagi para dai untuk memprioritaskan viralitas dan hiburan daripada kedalaman dan keaslian pesan.¹⁷ Metrik seperti jumlah pengikut, suka, dan *subscriber* secara konsisten disebut sebagai indikator keberhasilan dakwah digital. ¹² secara eksplisit menyatakan bahwa dakwah efektif "ketika penerima atau pendengar menanggapi dan membuat perubahan." Namun, ¹⁷ memperkenalkan dilema kritis: "apakah keberhasilan dakwah diukur dari jumlah *viewer* dan *likes*, atau dari pemahaman dan internalisasi pesan Al-Qur'an oleh audiens?" Ini menunjukkan pergeseran dalam definisi keberhasilan dakwah di ranah digital, didorong oleh visibilitas algoritmik dan interaksi audiens. Desain platform dan perilaku pengguna (penyebab) mendorong konten yang menarik dan viral (akibat), yang berpotensi menyebabkan dai mengorbankan kedalaman atau keaslian pesan demi jangkauan yang lebih luas.

Untuk memaksimalkan jangkauan dan keterlibatan di berbagai audiens digital, strategi dakwah yang berhasil harus mengadopsi pendekatan multi-format (video pendek, infografis, siaran langsung, podcast) dan multi-platform (YouTube, TikTok, Instagram, Facebook).² Hal ini menuntut para dai untuk mengembangkan keterampilan teknis dan komunikasi baru. Berbagai sumber secara konsisten menyoroti efektivitas berbagai format konten (misalnya, video pendek, penceritaan interaktif, teks, gambar, audio) dan penggunaan berbagai platform. ¹⁶ secara eksplisit menyatakan bahwa "Dakwah modern memerlukan kemampuan dari para dai untuk menguasai media sosial." Ini menunjukkan bahwa lanskap digital tidak monolitik; platform dan format yang berbeda menarik segmen audiens yang berbeda dan melayani tujuan yang berbeda. Sifat konsumsi digital yang terfragmentasi (penyebab) menuntut strategi konten dan distribusi yang terdiversifikasi (akibat) untuk mencapai dampak yang luas, sehingga mengharuskan para dai untuk memperoleh kompetensi teknis dan komunikasi baru di luar keterampilan dakwah tradisional.

Studi Kasus Inisiatif Dakwah Digital Inovatif di Indonesia

Generasi milenial di Desa Rembang secara aktif menggunakan media sosial sebagai agen dakwah yang inovatif, dengan literasi digital menjadi kunci penyebaran Islam melalui teknologi.¹⁸ Para pendakwah terkemuka seperti Ustadz Adi Hidayat, Evi Effendi,

dan Abdul Somad memanfaatkan media sosial secara efektif.¹⁸ Instagram menjadi platform utama bagi para dai di Indonesia.¹⁸ Digitalisasi telah mengubah metode konvensional, dengan media sosial (YouTube, Instagram, TikTok, Facebook), aplikasi berbasis Islam (Muslim Pro, Umma, Al-Qur'an Digital), podcast, dan webinar (Spotify, Zoom, Google Meet) menawarkan akses yang lebih luas dan format interaktif.¹⁹

Kajian "Sharing Time" Ustadz Hanan Attaki menjadi contoh pendekatan humanis dan kontekstual, menyampaikan pesan tentang kebenaran, perdamaian, dan penghargaan terhadap perbedaan dengan gaya komunikasi yang emosional dan menarik.²⁰ Gus Iqdam berhasil menggunakan YouTube, memadukan kehangatan, emosi, argumen logis, dan pengalaman praktis, seringkali menggunakan konten viral untuk menarik milenial, yang menghasilkan peningkatan pemahaman dan praktik keagamaan.²¹ Inisiatif Kementerian Agama untuk UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon menunjukkan adaptasi kelembagaan terhadap pendidikan berbasis siber.²²

Keberhasilan kajian agama daring dan dai individu seperti Gus Iqdam²¹ dan Ustadz Hanan Attaki²⁰ menunjukkan preferensi yang berkembang untuk pembelajaran digital yang informal dan mudah diakses, dibandingkan pendidikan formal tradisional.¹⁸ Ini menyiratkan kebutuhan bagi institusi Islam formal²² untuk mengadopsi metodologi yang menarik dan mudah diakses serupa agar tetap relevan.¹⁸ secara eksplisit menyatakan bahwa "kajian agama online lebih disukai oleh Muslim milenial karena ceramahnya lebih ringan, lebih mudah dipahami, dan sesuai dengan kebutuhan kaum muda." Hal ini kontras dengan "kekosongan makna keagamaan dalam pendidikan formal" yang disebutkan dalam.⁵²¹ dan²⁰ memberikan contoh konkret dari dai individu yang telah mencapai kesuksesan signifikan dengan menggunakan gaya komunikasi yang menarik, relevan, dan seringkali informal di platform digital.²², yang menyebutkan UIN Siber, menunjukkan upaya kelembagaan untuk memasuki ruang digital. Ini menunjukkan bahwa efektivitas dan daya tarik dakwah digital informal (penyebab) menciptakan tekanan bagi institusi pendidikan agama tradisional dan formal untuk menyesuaikan pedagogi dan metode penyampaian mereka (akibat) agar tetap kompetitif dan relevan bagi umat kontemporer. Hal ini mengarah pada konvergensi di mana pembelajaran formal harus mengadopsi strategi dari dakwah digital informal yang sukses.

Inisiatif dakwah digital inovatif berhasil karena "relatable"¹⁹, membahas isu-isu kontemporer, dan menggunakan gaya komunikasi yang sesuai dengan demografi tertentu (terutama Gen Z dan milenial). Ini menggeser dakwah melampaui transmisi doktrinal murni ke pendekatan yang lebih empatik, berorientasi pada pemecahan

masalah, dan menguatkan identitas. ²¹ mengaitkan keberhasilan Gus Iqdam dengan "kehangatan dan emosi," "argumen logis," "pengalaman praktis," dan penggunaan "konten viral" dalam gaya yang "relatable." ²⁰ menggambarkan "pendekatan humanis dan kontekstual" Ustadz Hanan Attaki serta komunikasi yang "emosional dan menarik." ¹⁹ menekankan "menjangkau generasi muda dengan pendekatan yang interaktif dan relevan secara budaya." Tema yang konsisten di seluruh inisiatif yang berhasil ini menunjukkan bahwa dakwah digital yang efektif tidak hanya tentang menyampaikan informasi keagamaan. Preferensi audiens terhadap konten yang berbicara tentang pengalaman hidup mereka dan masalah kontemporer (penyebab) menuntut pergeseran metodologi dakwah ke arah empati, konteks, dan pemecahan masalah (akibat), menjauh dari pendekatan yang murni didaktik atau abstrak. Hal ini membuat dakwah lebih tentang membimbing individu melalui tantangan modern mereka dengan kearifan Islam.

Tabel 2: Perbandingan Efektivitas Platform Dakwah Digital

Platform	Fitur Utama	Indikator Efektivitas	Tantangan
Instagram	Video pendek (Reels), Stories, IGTV, foto, interaksi berbasis algoritma, <i>live streaming</i> ²	Banyak pengikut, suka, aktivitas berbagi, komentar, <i>subscriber</i> ⁸	Persaingan konten hiburan, risiko informasi tidak akurat, dangkal ¹³
TikTok	Video pendek (15-60 detik), algoritma interaksi, musik tren, efek, filter, pengubah suara ²	Penyebaran luas dan viralitas, keterlibatan tinggi ¹³	Persaingan konten hiburan, risiko informasi tidak akurat, dangkal ¹³
YouTube	Video panjang, <i>live streaming</i> , ceramah, kajian, konten edukatif ²	Jumlah <i>subscriber</i> , suka, komentar, waktu tonton ⁸	Kualitas produksi, durasi konten, persaingan ¹⁷
Facebook	Teks, foto, video, grup, ajakan	Jangkauan luas, pembentukan	Misinformasi, ketergantungan

	pertemanan, notifikasi, pesan, halaman rekomendasi ¹¹	komunitas online ³	teknologi ³
Podcast/Webinar	Format audio/video mendalam, fleksibel, dapat diakses kapan saja ¹⁹	Aksesibilitas waktu dan lokasi, diskusi mendalam ¹⁹	Membutuhkan koneksi stabil, kurang interaktif visual
Aplikasi Islam	Jadwal salat, bacaan Al-Qur'an, doa harian, kajian keislaman, personalisasi ¹¹	Kemudahan akses pengetahuan agama, integrasi nilai keagamaan ⁶	Ketergantungan pada aplikasi, kualitas konten bervariasi

Tabel ini krusial untuk komponen "Pengembangan" dari rencana R&D karena memberikan wawasan yang dapat ditindaklanjuti untuk pemilihan platform dan adaptasi konten. Dengan membandingkan kekuatan, fitur, dan metrik efektivitas berbagai platform digital, tabel ini memungkinkan pengambilan keputusan strategis tentang di mana dan bagaimana mengalokasikan sumber daya terbaik untuk penyebaran dakwah. Ini membantu mengidentifikasi platform mana yang paling cocok untuk menjangkau segmen umat tertentu dan format konten apa yang paling menarik, sehingga mengoptimalkan jangkauan dan dampak upaya dakwah digital.

C. Kesenjangan dan Peluang Dakwah

Identifikasi Kesenjangan dalam Pemenuhan Kebutuhan Umat

Meskipun peluang yang ada, kesenjangan signifikan masih tetap ada, termasuk kesenjangan digital¹, penyebaran informasi yang salah dan radikalisme¹, pemahaman konsep agama yang dangkal⁴, dan tantangan dalam menjaga keaslian dan keandalan konten.⁹ Ada juga kesenjangan dalam keterampilan berpikir kritis di kalangan umat untuk membedakan informasi keagamaan yang kredibel secara daring.⁵ Institusi keagamaan tradisional sering kali kesulitan mengadaptasi kurikulum dan metode pengajaran mereka untuk secara efektif melibatkan generasi digital, yang mengarah pada "kekosongan makna keagamaan dalam pendidikan formal".⁵

Peluang Inovasi Dakwah Memanfaatkan Teknologi

Era digital menawarkan peluang besar bagi dakwah untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara global, mengubah aktivitas dakwah menjadi berbagai bentuk di *world wide web*.²⁸ Teknologi meningkatkan aksesibilitas terhadap ajaran Islam, membuatnya tersedia kapan saja, di mana saja, dan dalam berbagai format.⁴ Media sosial telah menjadi platform utama untuk dakwah kontemporer, memungkinkan para dai untuk berbagi nasihat, ayat-ayat Al-Qur'an, dan ceramah singkat secara kreatif.²⁵ Inovasi teknologi mendukung pendidikan Islam formal melalui platform pembelajaran daring dan aplikasi seluler untuk tafsir Al-Qur'an, panduan ibadah, dan pengingat waktu salat.²⁵ Dakwah digital dapat memperkuat *Ukhuwah Islamiyah* (persaudaraan Islam) dengan memfasilitasi pembentukan komunitas dan interaksi daring.¹

Meskipun dai individu dan pendakwah baru aktif berinovasi, tampaknya ada kesenjangan strategis dalam bagaimana institusi Islam tradisional secara sistematis memanfaatkan teknologi dan AI untuk dakwah.⁵ Hal ini menunjukkan kebutuhan akan peningkatan kapasitas kelembagaan dan pendekatan yang lebih terkoordinasi.³¹ dan ²⁵ secara luas membahas peluang besar yang ditawarkan teknologi untuk dakwah, termasuk peningkatan aksesibilitas dan inovasi dalam pendidikan Islam. Namun, ⁵ dan ⁵ menyoroti masalah kritis seperti "kurangnya bantuan spiritual dari keluarga dan lingkungan sosial" dan "kekosongan makna keagamaan dalam pendidikan formal" sebagai faktor yang berkontribusi pada krisis iman di kalangan pemuda. Kontras ini menunjukkan bahwa meskipun potensi alat digital diakui, dan beberapa aktor individu memanfaatkannya, ada kegagalan sistemik dalam institusi keagamaan yang mapan untuk sepenuhnya mengintegrasikan dan menggunakan alat-alat ini untuk memenuhi kebutuhan spiritual umat digital. Adopsi yang lambat dan perencanaan strategis dalam institusi tradisional (penyebab) menyebabkan hilangnya kesempatan untuk secara efektif mengatasi krisis iman dan mengisi kekosongan spiritual (akibat). Ini menyiratkan kebutuhan akan upaya terkoordinasi dari atas ke bawah untuk membangun kapasitas digital kelembagaan.

Peluang yang disajikan oleh teknologi digital untuk dakwah saling terkait dengan tantangan signifikan seperti misinformasi, radikalisme, dan pemahaman yang dangkal.¹ Hal ini menuntut strategi proaktif yang tidak hanya menyebarkan konten positif tetapi juga membekali umat dengan keterampilan literasi digital kritis untuk menavigasi lanskap digital yang kompleks.⁹ Sumber-sumber ²⁵ semuanya menekankan peluang luas untuk dakwah di era digital. Namun, ¹ secara konsisten mengangkat sisi gelapnya:

misinformasi, ekstremisme, kesenjangan digital, dan masalah etika. Ini mengungkapkan bahwa hanya merangkul platform digital untuk penyebaran (penyebab) tidak cukup tanpa mengatasi risiko yang melekat (akibat). Implikasi yang lebih luas adalah bahwa strategi dakwah digital yang benar-benar efektif harus memiliki dua cabang: secara aktif menciptakan dan menyebarkan konten yang bermanfaat *dan* secara bersamaan memberdayakan audiens dengan keterampilan literasi digital kritis untuk membedakan kebenaran dari kepalsuan, sehingga membangun ketahanan terhadap pengaruh negatif dan menumbuhkan umat yang lebih cerdas.

III. Pengembangan Materi Dakwah Digital Berbasis AI yang Inovatif dan Mudah Diakses

A. Pemanfaatan AI dalam Produksi Konten Dakwah

Personalisasi Konten Dakwah Berbasis AI

AI menawarkan peluang signifikan untuk mempersonalisasi konten dakwah dengan menganalisis data pengguna (riwayat pencarian, interaksi, preferensi eksplisit) guna merekomendasikan artikel, buku, video, dan kursus yang relevan.³³ Personalisasi ini dapat meningkatkan keterlibatan pengguna, pemahaman, dan menghemat waktu dengan menyaring informasi yang tidak relevan.³³ AI dapat membantu dalam membuat konten dakwah yang menarik dan informatif, termasuk artikel, video, dan audio.³⁴ AI juga dapat memfasilitasi terjemahan bahasa, memperluas jangkauan global pesan dakwah.³⁴ Chatbot bertenaga AI dapat memberikan jawaban 24/7 untuk pertanyaan-pertanyaan umum Islam, meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi.³³

Dalam pendidikan, AI dapat menyediakan platform pembelajaran adaptif dan membantu pendidik membuat rencana pelajaran serta penilaian yang disesuaikan, menyesuaikan konten dengan kebutuhan individu siswa dan gaya belajar.³⁷ Ini menjembatani ajaran tradisional dengan teknologi modern, menciptakan pengalaman belajar yang lebih dinamis dan personal.³⁷

Meskipun personalisasi berbasis AI dapat secara signifikan meningkatkan keterlibatan dan pemahaman individu ³³, ada potensi risiko menciptakan "ruang gema" atau pengalaman keagamaan yang terfragmentasi, di mana individu hanya terpapar konten yang memperkuat bias yang sudah ada, yang berpotensi menghambat kohesi komunitas yang lebih luas dan pemahaman bersama.³⁹ Hal ini memerlukan keseimbangan antara personalisasi dan paparan terhadap pandangan yang beragam namun otoritatif. Sumber-sumber ³³ secara konsisten menyoroti manfaat besar AI dalam mempersonalisasi konten, yang mengarah pada peningkatan keterlibatan individu dan pemahaman yang lebih dalam. Namun, ³⁹ secara eksplisit memperingatkan tentang "Algoritma yang memperkuat bias teologis." Jika AI dirancang untuk hanya menyampaikan apa yang sudah disukai pengguna (penyebab), hal itu dapat memperkuat keyakinan yang ada dan menciptakan "ruang gema" yang terisolasi (akibat). Implikasi yang lebih luas adalah bahwa meskipun personalisasi sangat kuat untuk pembelajaran individu, ia secara tidak sengaja dapat merusak *Ukhuwah Islamiyah* dan pemahaman kolektif Islam dengan membatasi paparan terhadap perspektif yang beragam, namun otentik. Pendekatan strategis harus menyeimbangkan personalisasi dengan mekanisme untuk paparan yang lebih luas terhadap kekayaan pemikiran Islam.

Kemampuan AI untuk mengotomatisasi pembuatan konten, terjemahan, dan personalisasi ³³ menawarkan peluang yang belum pernah ada sebelumnya untuk menskalakan penyebaran materi dakwah berkualitas tinggi dan otentik, yang berpotensi melawan penyebaran informasi yang salah dari sumber yang tidak terverifikasi.⁹³³, dan ³³ merinci kemampuan AI dalam mengotomatisasi pembuatan konten, terjemahan, dan personalisasi. Bersamaan dengan itu, ⁹ dan ⁹ menyoroti tantangan signifikan "keaslian dan keandalan konten" serta kemudahan penyebaran "konten yang salah, tidak akurat, atau tidak sesuai." Jika sistem AI dilatih secara ketat dengan teks Islam yang terverifikasi dan interpretasi ilmiah (penyebab), mereka dapat dengan cepat memproduksi dan menyebarkan volume besar konten dakwah yang *andal* (akibat). Implikasi yang lebih luas adalah bahwa skalabilitas ini dapat secara efektif "membanjiri pasar" dengan informasi berkualitas tinggi, sehingga mengurangi dampak dan jangkauan informasi yang salah dan konten berkualitas rendah yang saat ini mengganggu lanskap digital, mengubah tantangan defensif menjadi kekuatan proaktif untuk dakwah.

Automasi dan Efisiensi dalam Pembuatan Materi

AI dapat mengotomatisasi berbagai tugas dakwah yang sebelumnya memerlukan

intervensi manual, mulai dari perencanaan dan pelaksanaan hingga pengelolaan.³³ Hal ini meningkatkan efisiensi dan memungkinkan para dai untuk fokus pada aspek dakwah yang lebih kompleks. AI juga dapat menganalisis sentimen dan umpan balik audiens, membantu para dai memahami respons terhadap pesan mereka dan menyempurnakan strategi mereka.³³

B. Desain Konten Dakwah Digital yang Inklusif dan Aksesibel

Pedoman Kemudahan Penggunaan dan Aksesibilitas

Media digital memungkinkan aksesibilitas yang lebih luas melalui konten *on-demand*, jangkauan global, dan fitur multibahasa/terjemahan.⁴ Personalisasi melalui algoritma dan notifikasi juga meningkatkan relevansi.⁴ Konten digital yang efektif memanfaatkan fitur-fitur menarik seperti musik yang sedang tren, pengubah suara, stiker, efek, dan filter.²⁴ Format video pendek (15-60 detik) mudah dikonsumsi, dan konten harus relevan serta ringan.²⁴

Praktik terbaik meliputi penggunaan berbagai format (teks, gambar, video, audio), kolaborasi dengan *influencer*, penyediaan sumber belajar yang mudah diakses (e-book, artikel), dan fostering komunikasi dua arah.¹⁵ Kepatuhan terhadap pedoman etika sangat penting: memverifikasi kebenaran dan konteks konten, memastikan manfaat (mempromosikan kebaikan, memperkuat persaudaraan, meningkatkan pengetahuan, menghindari kebencian/permusuhan), dan menghindari hoaks, gosip, serta ujaran kebencian.⁴¹

Standar aksesibilitas web, seperti WCAG 2.1 pada level AA, sangat penting untuk mendesain konten web bagi penyandang disabilitas (pendengaran, kognitif, neurologis, fisik, bicara, penglihatan).⁴³ Prinsip-prinsip WCAG utama (Dapat Dipersepsi, Dapat Dioperasikan, Dapat Dipahami, Robust) diterjemahkan menjadi teknik-teknik praktis: menyediakan teks alternatif untuk gambar,

heading terstruktur, navigasi keyboard, *caption*/transkrip untuk audio/video, tata letak yang jelas, warna kontras tinggi, *hyperlink* deskriptif, dan menawarkan berbagai format konten.⁴³ Desain proaktif, yang mengintegrasikan aksesibilitas sejak awal proyek, adalah yang paling efisien.⁴³

Meskipun praktik terbaik saat ini berfokus pada memaksimalkan keterlibatan dan

jangkauan², aksesibilitas dan kemudahan penggunaan yang sebenarnya untuk audiens yang beragam (termasuk penyandang disabilitas, tingkat literasi yang berbeda, dan latar belakang budaya yang bervariasi) memerlukan kepatuhan terhadap standar aksesibilitas web internasional (WCAG)⁴³ dan desain konten yang peka budaya.⁴¹ Ini adalah standar yang lebih tinggi daripada sekadar popularitas. Sumber-sumber² merinci berbagai "praktik terbaik" untuk konten dakwah digital, terutama berfokus pada viralitas, keterlibatan, dan daya tarik luas. Namun,⁴³ dan⁴⁷ memperkenalkan serangkaian standar yang berbeda dan lebih teknis: WCAG, yang secara khusus membahas aksesibilitas bagi individu penyandang disabilitas (misalnya, teks alternatif untuk gambar,

caption untuk video, navigasi keyboard). Ini menyoroti perbedaan krusial: konten yang "mudah digunakan" untuk audiens umum yang tidak memiliki disabilitas tidak secara otomatis "mudah diakses" untuk semua. Fokus hanya pada keterlibatan massa (penyebab) secara tidak sengaja dapat menciptakan hambatan bagi segmen umat yang beragam (akibat). Implikasi yang lebih luas adalah bahwa rencana R&D dakwah yang komprehensif harus mengintegrasikan standar aksesibilitas yang lebih dalam ini, yang seringkali diwajibkan secara hukum, ke dalam prinsip-prinsip desain intinya, bergerak melampaui popularitas dangkal untuk mencapai inklusivitas sejati bagi setiap Muslim, terlepas dari kemampuan atau keadaan mereka.

Penekanan pada verifikasi konten, penghindaran hoaks, dan promosi pesan yang bermanfaat serta tidak provokatif⁴¹ menunjukkan bahwa aksesibilitas bukan hanya tentang kemudahan teknis tetapi juga tentang memastikan *kualitas dan integritas etis* informasi. Ini menyiratkan kebutuhan akan proses editorial yang kuat dan pelatihan literasi digital bagi para pembuat konten itu sendiri, bukan hanya konsumen.⁴¹ dan⁴² (Fatwa MUI) memberikan pedoman yang jelas untuk pembuatan konten etis, menekankan perlunya memverifikasi kebenaran, konteks, dan manfaat, sambil secara aktif menghindari konten berbahaya seperti hoaks, gosip, dan ujaran kebencian. Bersamaan dengan itu,¹⁷ dan⁵³ menyebutkan tantangan seperti misinformasi dan rendahnya literasi digital di kalangan audiens. Ini mengungkapkan bahwa "kemudahan penggunaan" atau "aksesibilitas" tidak semata-mata masalah teknis; ia secara fundamental terkait dengan kepercayaan dan keabsahan etis dari konten itu sendiri. Proliferasi konten digital (penyebab) menuntut proses penyaringan dan verifikasi etis yang proaktif pada sumbernya (akibat) untuk melindungi umat dari narasi berbahaya. Implikasi yang lebih luas adalah bahwa tanggung jawab dakwah digital yang etis melampaui kemampuan membedakan konsumen hingga kepatuhan ketat pembuat konten terhadap prinsip-prinsip Islam dan etika jurnalistik, yang memerlukan pelatihan

dan pengawasan khusus bagi dai dan produsen konten.

Strategi Dakwah Ramah Disabilitas

Media dakwah harus mempertimbangkan kebutuhan spesifik audiens target, termasuk individu penyandang disabilitas.⁴⁸ Contohnya termasuk penyediaan Al-Qur'an Braille untuk tunanetra dan ceramah berbahasa isyarat untuk tunarungu.⁴⁸ Inisiatif seperti Majelis Dai Muda (MDM) berfokus pada dakwah bagi penyandang disabilitas dan pemuda, menggunakan pendekatan emosional, membina silaturahmi, dan mengembangkan sumber daya manusia bagi individu penyandang disabilitas.⁵⁰ Media harus memproduksi konten ramah disabilitas yang berfokus pada pemenuhan hak dan pemberdayaan, bukan rasa kasihan.⁵¹ Secara teknis, ini berarti menggunakan media audio-visual dengan *subtitle* dan menyediakan alternatif teks.⁵¹

Inisiatif dakwah ramah disabilitas saat ini (Al-Qur'an Braille, ceramah bahasa isyarat, fokus MDM) seringkali bersifat khusus.⁴⁸ Implikasi yang lebih luas adalah kebutuhan untuk mengarusutamakan praktik-praktik ini ke dalam semua pengembangan konten dakwah digital, menjadikan inklusivitas sebagai prinsip desain standar daripada tambahan.⁵¹ Hal ini memerlukan perubahan sistemik dalam alur kerja produksi konten.⁴⁸, dan ⁴⁹ memberikan contoh spesifik inisiatif dakwah yang disesuaikan untuk individu penyandang disabilitas. Namun, ⁵¹ membuat argumen yang lebih luas bahwa media harus memproduksi "konten ramah disabilitas" dan secara eksplisit menyebutkan penggunaan "media audio-visual dengan *subtitle*, kemudian teks." Ini menunjukkan bahwa meskipun upaya khusus patut dipuji, tujuan akhirnya adalah menanamkan fitur aksesibilitas ⁴³ ke dalam *semua* konten dakwah digital sebagai praktik standar dan universal. Upaya khusus yang ada (penyebab) menyoroti kebutuhan akan integrasi aksesibilitas sistemik (akibat) ke dalam seluruh alur kerja produksi konten untuk memastikan bahwa *semua* dakwah digital bersifat inklusif berdasarkan desain, daripada memerlukan inisiatif terpisah yang seringkali terbatas.

Dakwah ramah disabilitas melampaui penyediaan akses fisik atau teknis; ia harus secara aktif menantang stigma dan marginalisasi ⁵¹ dan berfokus pada pemberdayaan individu penyandang disabilitas di dalam umat.⁵⁰ Hal ini memerlukan pergeseran narasi dan representasi dalam konten dakwah. ⁵¹ secara eksplisit membahas "stigma" dan "marginalisasi" yang dihadapi oleh individu penyandang disabilitas, mencatat bahwa media sering mereproduksi persepsi berbahaya ini. Ia menganjurkan untuk berfokus pada "pemenuhan hak" dan narasi pemberdayaan. ⁵⁰ menyebutkan fokus MDM pada

"pengembangan sumber daya manusia (SDM) khusus penyandang disabilitas" dan mempromosikan "partisipasi dan ekspresi difabel di ruang publik." Ini menunjukkan bahwa inklusivitas sejati dalam dakwah melampaui penyediaan akses teknis semata. Stigma dan marginalisasi sosial (penyebab) menciptakan hambatan yang lebih dalam terhadap partisipasi dan pemahaman agama bagi individu penyandang disabilitas (akibat). Oleh karena itu, konten dakwah harus secara proaktif menantang stigma ini dan mempromosikan narasi yang memberdayakan, menumbuhkan umat yang lebih inklusif dan adil di mana Muslim penyandang disabilitas dipandang sebagai anggota yang aktif dan bermartabat, bukan objek belas kasihan atau amal.

Pentingnya Literasi Digital bagi Da'i dan Umat

Literasi digital merupakan keterampilan krusial di era digital untuk menghindari dampak negatif media sosial, berlaku bagi dai dan madu (audiens).²⁷ Ini melibatkan tidak hanya mengoperasikan alat tetapi juga penggunaan media yang bertanggung jawab dan etis.²⁷ Bagi dai, literasi digital penting untuk membentuk strategi dakwah yang kontekstual, menarik, dan selaras dengan Al-Qur'an.⁵² Ini membantu dalam produksi konten yang bertanggung jawab, komunikasi etis, dan pemahaman algoritma platform.¹⁷ Bagi umat, literasi digital esensial untuk berpikir kritis, verifikasi sumber, dan membedakan informasi keagamaan yang kredibel secara daring, terutama mengingat prevalensi misinformasi dan konten ekstrem.¹⁷ Tantangan meliputi misinformasi, keterbatasan pemahaman teknologi, dan potensi komersialisasi dakwah.¹⁷

Literasi digital untuk dakwah perlu memiliki dua lapisan: (1) bagi dai sebagai pembuat konten, berfokus pada produksi konten yang bertanggung jawab, komunikasi etis, dan pemahaman algoritma platform¹⁷; dan (2) bagi umat sebagai konsumen, menekankan pemikiran kritis, verifikasi sumber, dan pemahaman untuk menavigasi misinformasi dan konten dangkal.¹⁷ Sumber-sumber¹⁷ secara konsisten menekankan pentingnya literasi digital bagi *kedua* pendakwah dan audiens mereka. Bagi dai, fokusnya adalah pada "membentuk strategi dakwah yang kontekstual, menarik, dan sesuai Al-Qur'an" serta "penggunaan media yang bertanggung jawab"²⁷, menyiratkan keterampilan dalam pembuatan konten, komunikasi etis, dan pemahaman platform. Bagi madu, penekanannya adalah pada menghindari "dampak negatif media sosial," membedakan "misinformasi," dan memverifikasi "kredibilitas sumber".¹⁷ Ini dengan jelas menunjukkan bahwa literasi digital bukanlah satu keterampilan tunggal tetapi seperangkat kompetensi yang berbeda yang diperlukan tergantung pada peran seseorang dalam ekosistem dakwah digital. Kompleksitas lingkungan informasi digital (penyebab)

menuntut program pelatihan literasi digital yang berbeda (akibat) untuk memberdayakan produsen dan konsumen konten dakwah secara efektif.

Peningkatan literasi digital, khususnya keterampilan berpikir kritis dan verifikasi sumber, dapat berfungsi sebagai alat vital dalam memerangi penyebaran radikalisme dan misinformasi¹⁷, yang merupakan tantangan signifikan dalam lanskap umat digital.¹⁴¹ dan⁴² (Fatwa MUI) secara langsung membahas perlunya memverifikasi konten dan menghindari hoaks serta ujaran kebencian.¹⁷ dan²⁷ secara eksplisit menyebutkan misinformasi sebagai tantangan dan perlunya literasi digital untuk menghindari dampak negatif. Bersamaan dengan itu,³ dan⁴ menyoroti "Informasi yang Salah dan Ekstremisme" dan "Misinformasi dan Radikalisme" sebagai dampak negatif yang lazim. Ini membentuk rantai sebab-akibat yang jelas: penyebaran konten berbahaya yang tidak terkontrol (penyebab) dapat dimitigasi oleh umat yang melek digital (akibat). Implikasi yang lebih luas adalah bahwa literasi digital bukan hanya keterampilan teknis tetapi mekanisme pertahanan strategis yang krusial untuk mempromosikan Islam moderat dan menjaga umat dari penyimpangan ideologis di ranah digital, menjadikannya komponen penting dari setiap rencana R&D untuk dakwah.

Tabel 4: Checklist Aksesibilitas Konten Dakwah Digital (Berdasarkan WCAG 2.1 AA)

Prinsip WCAG	Kriteria Sukses (Contoh Praktis)			
Perceivable (Dapat Dipersepsi)	- Sediakan teks alternatif untuk semua gambar non-teks. ⁴³	- Sediakan caption atau transkrip untuk semua konten audio dan video. ⁴⁴	- Pastikan audio jelas dan tanpa kebisingan latar belakang yang mengganggu. - Gunakan kombinasi warna dengan kontras tinggi untuk teks dan latar belakang. ⁴⁶	- Desain konten agar dapat disajikan dalam tata letak yang lebih sederhana tanpa kehilangan informasi atau struktur. ⁴⁵
Operable	- Pastikan			

(Dapat Dioperasikan)	semua fungsionalitas dapat diakses menggunakan keyboard saja, tidak hanya mouse. ⁴³	- Berikan waktu yang cukup bagi pengguna untuk berinteraksi dengan konten. - Hindari konten yang berkedip atau berkedip lebih dari tiga kali per detik untuk mencegah kejang.⁴⁵	- Pastikan navigasi jelas, konsisten, dan mudah dipahami.⁴⁶	
Understandable (Dapat Dipahami)	- Gunakan bahasa yang sederhana, lugas, dan mudah dipahami.¹⁴	- Sediakan heading dan sub-heading yang terstruktur secara hierarkis untuk membantu navigasi dan pemahaman.⁴³	- Desain formulir dan pesan kesalahan agar intuitif dan mudah digunakan.⁴⁴	- Gunakan hyperlink yang deskriptif daripada "klik di sini".⁴⁶
Robust (Tangguh)	- Pastikan konten kompatibel dengan berbagai teknologi bantu (misalnya, pembaca layar) dan <i>browser</i>.⁴³	- Gunakan markup yang valid dan semantik untuk memastikan interpretasi yang benar oleh teknologi bantu.⁴⁴		
Spesifik Dakwah Islam	- Pastikan kebenaran dan konteks konten dakwah.⁴¹	- Promosikan kebaikan, persaudaraan, dan pengetahuan, hindari ujaran kebencian dan	- Tangani stigma dan marginalisasi penyandang disabilitas dengan narasi pemberdayaan.⁵¹	- Latih dai dan pembuat konten dalam literasi digital dan etika konten.²⁷

		hoaks. ⁴¹		
--	--	----------------------	--	--

Tabel ini merupakan alat yang sangat praktis dan dapat ditindaklanjuti untuk komponen "Pengembangan", secara langsung memenuhi persyaratan pengguna untuk materi yang "mudah diakses" dan "inovatif". Dengan menerjemahkan prinsip-prinsip aksesibilitas abstrak (seperti WCAG 2.1 AA) ke dalam daftar pemeriksaan yang konkret, tabel ini memberikan panduan yang jelas dan langkah demi langkah bagi pembuat konten dan pengembang. Ini memastikan bahwa konten dakwah dirancang secara inklusif sejak awal, menjangkau segmen umat yang beragam, termasuk penyandang disabilitas atau dengan tingkat literasi digital yang bervariasi, sehingga memaksimalkan dampak dan jangkauan dakwah digital secara benar-benar adil.

C. Tantangan Etis dan Mitigasi Bias AI dalam Dakwah

Isu Akurasi, Validitas, dan Bias Data AI

AI memiliki kesulitan dalam memahami nilai-nilai moral dan etika yang kompleks, aspek spiritual dan emosional, konteks, serta nuansa dalam pembelajaran agama.³³ AI juga kesulitan merepresentasikan pengetahuan spiritual.⁵⁴ Ada risiko signifikan bias dan ketidakakuratan dalam representasi ajaran agama oleh AI, yang berasal dari keterbatasan data pelatihan atau algoritma.³³ Hal ini dapat menyebabkan penyebaran informasi yang salah, bias, atau bahkan radikal dan hoaks.³³ AI beroperasi "sesuai program" dan tidak memiliki kemampuan pemecahan masalah kreatif atau wawasan manusiawi, yang berarti jawabannya mengenai masalah agama kemungkinan akan merujuk pada fatwa yang sudah ada daripada mengatasi masalah baru.⁵⁶ AI tidak dapat menggantikan peran ulama dalam memahami masalah agama baru atau memberikan interpretasi yang bernuansa.⁵⁶ Algoritma dapat memperkuat bias teologis.³⁹

Keterbatasan bawaan AI dalam memahami nuansa spiritual, nilai-nilai moral, dan

konteks³³ berarti bahwa konten keagamaan yang dihasilkan AI, jika tidak diverifikasi dengan cermat, dapat menjadi "kotak hitam" di mana interpretasi tidak memiliki *sanad* (rantai transmisi) dan *maqāṣid syariah* (tujuan hukum Islam)⁵⁵, yang mengarah pada krisis keaslian dan kepercayaan.³³, dan³⁶ secara konsisten menunjukkan ketidakmampuan AI untuk memahami aspek spiritual/emosional, konteks, dan nuansa, bersama dengan potensi bias dan ketidakakuratan. Yang terpenting,⁵⁵ menyatakan bahwa AI "secara epistemologis gagal menjamin validitas referensi sumber primer" dan "mengurangi dimensi spiritual dan *maqāṣid syariah* menjadi informasi tekstual netral." Ketergantungan AI pada rekonstruksi statistik korpus data digital tanpa pemahaman seperti manusia tentang *sanad* atau tujuan spiritual (penyebab) mengarah pada keluaran yang, meskipun secara sintaksis benar, mungkin kurang kedalaman teologis, akurasi kontekstual, atau keaslian yang dapat diverifikasi (akibat). Implikasi yang lebih luas adalah bahwa tanpa pengawasan dan verifikasi manusia yang ketat oleh otoritas keagamaan yang berkualitas, konten dakwah yang dihasilkan AI berisiko menjadi "kotak hitam" yang buram yang dapat mengikis kepercayaan pada pengetahuan agama dan berpotensi menyesatkan umat dengan menyajikan interpretasi yang tidak terverifikasi atau secara etis terkompromi.

Mengingat keterbatasan AI dalam pemahaman spiritual dan etika³³, pendekatan optimal adalah simbiosis manusia-AI, di mana AI berfungsi sebagai alat yang ampuh untuk otomatisasi, personalisasi, dan jangkauan, tetapi ulama tetap memegang otoritas tertinggi untuk verifikasi konten, pengawasan etika, dan penanganan pertanyaan teologis yang kompleks.³³ Hal ini menjaga martabat manusia dan kesucian pengetahuan agama.⁵⁶ dan⁵⁶ dengan tegas menyatakan bahwa AI tidak dapat menggantikan ulama, menjelaskan bahwa AI "melakukan sesuai program" dan tidak memiliki pemecahan masalah kreatif atau wawasan manusiawi untuk masalah agama yang baru.³³, dan³⁶ menekankan kebutuhan kritis akan "verifikasi oleh otoritas agama" dan mengintegrasikan AI dengan "prinsip-prinsip Islam." Bukti ini dengan jelas menunjukkan bahwa AI memiliki kemampuan signifikan untuk memproses dan menyebarkan informasi (penyebab), tetapi secara fundamental tidak memiliki kesadaran spiritual, pemahaman etika, dan kedalaman interpretatif seperti manusia. Simbiosis (akibat) adalah jalur yang paling layak dan etis: AI sebagai *alat* yang kuat untuk efisiensi dan jangkauan, sementara *ulama* manusia mempertahankan peran yang sangat diperlukan sebagai otoritas tertinggi, memastikan integritas spiritual, keaslian, dan keselarasan etika konten dakwah. Pendekatan ini menjaga kesucian pengetahuan agama dan elemen manusia yang tak tergantikan dalam bimbingan spiritual.

Batasan AI dalam Memahami Spiritualitas dan Peran Ulama

Kesadaran AI pada dasarnya bersifat algoritmik, berbeda dari kesadaran spiritual manusia, yang memiliki potensi "supra-rasional" atau "imajinal" (ilham dari atas) yang tidak dapat direplikasi oleh AI.⁵⁷ AI tidak dapat sepenuhnya menangkap nilai-nilai spiritual dalam sistem keagamaan yang kompleks, karena pendidikan agama melibatkan pengalaman spiritual, emosi, dan refleksi diri yang sulit dimodelkan oleh sistem AI saat ini.⁵⁴ Ketergantungan berlebihan pada AI berisiko dehumanisasi, mengurangi interaksi manusia, dan berpotensi mengurangi nilai ibadah dalam kehidupan sehari-hari.⁵⁸ AI tidak dapat menggantikan peran ulama dalam menangani masalah baru atau memberikan interpretasi yang bernuansa, karena AI bergantung pada data yang sudah ada dan tidak memiliki kemampuan pemecahan masalah kreatif.⁵⁶

Keterbatasan teologis dan filosofis AI dalam memahami kesadaran spiritual yang sejati, agensi moral, dan wawasan supra-rasional⁵⁷ menggarisbawahi keharusan untuk menjaga elemen manusia yang tak tergantikan dalam dakwah. Ini berarti memprioritaskan interaksi manusia, empati, dan bimbingan spiritual langsung dari ulama yang berkualitas, memastikan AI tetap menjadi alat, bukan pengganti, untuk pengalaman keagamaan yang otentik.⁵⁷ membuat perbedaan yang jelas antara kesadaran algoritmik AI dan kesadaran spiritual manusia, menyoroti potensi "supra-rasional" dan "imajinal" manusia yang tidak dapat direplikasi AI.⁵⁸ dan⁵⁹ secara eksplisit menyebutkan "dehumanisasi" dan "erosi hubungan interpersonal" sebagai risiko ketergantungan berlebihan pada AI.⁵⁶ dengan tegas menyatakan bahwa AI tidak dapat menggantikan ulama. Pesan yang konsisten di seluruh sumber ini menunjukkan kebenaran fundamental: kekuatan transformatif dakwah tidak hanya terletak pada transfer informasi, tetapi pada koneksi spiritual, resonansi emosional, dan bimbingan yang bernuansa, yang semuanya merupakan atribut unik manusia. Keterbatasan bawaan AI dalam kecerdasan spiritual dan emosional (penyebab) menuntut pelestarian dan prioritas dai manusia dan interaksi interpersonal (akibat) untuk memastikan dakwah tetap mendalam secara spiritual, empatik, dan benar-benar transformatif, daripada menjadi sekadar latihan teknis.

Kerangka Etika Penggunaan AI dalam Konteks Islam

Sangat penting untuk memastikan bahwa teknologi AI digunakan dengan memperhatikan nilai-nilai agama dan moral, tanpa mengorbankan prinsip-prinsip

etika.³⁵ Kerangka etika AI yang ada seringkali bersifat sekuler dan mungkin tidak sepenuhnya menangkap dimensi spiritual, etika, dan teleologis agama yang kompleks.⁵⁴ Pertimbangan etika utama meliputi privasi dan keamanan data, potensi bias dan ketidakakuratan, serta risiko ketergantungan berlebihan yang mengarah pada dehumanisasi.³³ Strategi meliputi verifikasi ketat konten yang dihasilkan AI oleh otoritas agama, transparansi dan akuntabilitas dalam penggunaan AI, dan mengadopsi pendekatan hibrida di mana AI melengkapi dakwah manusia daripada menggantikannya.³³ Pengawasan berkala oleh ulama dan pembaruan berkelanjutan pada *dataset* AI diperlukan untuk memastikan keselarasan dengan ajaran Islam yang otentik.³³

Tantangan bias, privasi, dan potensi penyalahgunaan³³ menuntut pengembangan proaktif kerangka "Etika AI Islam" yang berbeda. Kerangka ini akan melampaui prinsip-prinsip etika sekuler untuk menggabungkan *maqāṣid syariah*, prinsip *maslahah* (kepentingan publik), dan pelestarian keaslian agama, membimbing desain, penerapan, dan tata kelola AI yang bertanggung jawab dalam dakwah.³⁵, dan³⁶ secara konsisten menyoroti kebutuhan kritis akan penggunaan AI yang selaras dengan nilai-nilai agama dan moral, secara eksplisit mencatat bahwa kerangka etika yang ada seringkali sekuler dan gagal sepenuhnya mencakup dimensi spiritual dan etika agama yang kompleks.⁵⁵ secara khusus menyebutkan pengurangan *maqāṣid syariah* oleh AI. Keterbatasan bawaan etika AI sekuler dalam mengatasi nuansa keagamaan dan potensi AI untuk salah merepresentasikan ajaran Islam (penyebab) menuntut penciptaan kerangka "Etika AI Islam" khusus (akibat). Implikasi yang lebih luas adalah bahwa kerangka semacam itu, yang berakar pada yurisprudensi Islam dan prinsip-prinsip teologis, bukan hanya latihan akademis tetapi keharusan strategis untuk memastikan bahwa AI melayani dakwah secara otentik, bertanggung jawab, dan dengan cara yang menjunjung tinggi kesucian dan tujuan hukum Islam, sehingga mencegah penyalahgunaan dan menumbuhkan kepercayaan di dalam umat.

Tabel 3: Peluang dan Tantangan Integrasi AI dalam Dakwah

Peluang Integrasi AI	Tantangan Integrasi AI
Personalisasi konten dakwah yang mendalam ³³	Isu etika dan moralitas ³³

Automasi dan efisiensi dalam produksi materi ³³	Bias dan ketidakakuratan data ³³
Skalabilitas penyebaran konten berkualitas tinggi ³³	Keterbatasan dalam memahami spiritualitas dan nuansa ⁵⁴
Menjembatani ajaran tradisional dengan teknologi modern ³⁷	Potensi dehumanisasi dakwah ³⁶
Platform pembelajaran interaktif ³³	Masalah privasi dan keamanan data ³³
Analisis sentimen audiens dan umpan balik ³³	Resistensi budaya terhadap teknologi baru ⁵⁴
Terjemahan bahasa untuk jangkauan global ³⁴	Kesenjangan digital dan aksesibilitas ³³
Memerangi misinformasi dengan konten otentik ⁹	Risiko penyalahgunaan untuk radikalisasi atau pemurtadan ³³
Memungkinkan pergeseran otoritas keagamaan ke algoritma ⁵	Ketergantungan berlebihan pada teknologi ³³

Tabel ini penting untuk perencanaan strategis yang terinformasi dalam kerangka R&D. Dengan menyajikan pandangan yang seimbang antara peluang besar dan tantangan signifikan yang terkait dengan integrasi AI ke dalam dakwah, tabel ini memungkinkan para pemangku kepentingan untuk membuat keputusan yang terinformasi dengan baik. Ini memastikan bahwa upaya R&D tidak hanya berfokus pada pemanfaatan potensi AI untuk inovasi dan jangkauan tetapi juga pada pengembangan proaktif strategi mitigasi yang kuat untuk risiko etika, teknis, dan teologis, sehingga memastikan integritas dan dampak positif dari dakwah berbasis AI.

IV. Rekomendasi Strategis untuk Riset dan Pengembangan Dakwah Berkelanjutan

Inisiatif Jangka Pendek

Untuk memulai implementasi rencana ini, beberapa inisiatif jangka pendek yang konkret dapat segera dilakukan. Pertama, perlu dilakukan asesmen kebutuhan yang

komprehensif untuk demografi spesifik di dalam umat, terutama Generasi Z dan kelompok terpinggirkan (misalnya, komunitas disabilitas), menggunakan metode penelitian campuran (kualitatif dan kuantitatif). Hal ini akan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang preferensi dan tantangan spesifik mereka. Kedua, pengembangan modul konten dakwah berbasis AI percontohan dapat dimulai, dengan fokus pada personalisasi (misalnya, daftar bacaan yang direkomendasikan AI, tanya jawab chatbot untuk pertanyaan dasar) yang disertai pengawasan dan verifikasi manusia yang ketat oleh ulama yang berkualitas. Pendekatan ini akan memastikan keaslian dan akurasi konten.

Ketiga, implementasi program pelatihan segera bagi dai dan pembuat konten tentang literasi digital, pembuatan konten etis, dan pemanfaatan alat AI dasar sangat penting, dengan menekankan pendekatan "manusia-dalam-lingkaran" untuk konten yang dihasilkan AI. Ini akan membekali mereka dengan keterampilan yang diperlukan sambil mempertahankan sentuhan manusiawi. Keempat, peluncuran kampanye yang ditargetkan di platform populer (TikTok, Instagram) dengan konten pendek, menarik, dan terverifikasi secara etis yang membahas isu-isu kontemporer yang relevan dengan kaum muda dapat meningkatkan jangkauan dan keterlibatan. Terakhir, integrasi fitur aksesibilitas dasar (misalnya, *subtitle* untuk semua video, teks alternatif untuk gambar) sebagai praktik standar untuk produksi konten baru harus menjadi prioritas.

Visi Jangka Panjang dan Kolaborasi Multistakeholder

Untuk keberlanjutan dan dampak jangka panjang, visi strategis yang lebih luas diperlukan. Pertama, pembentukan "Pusat Riset dan Pengembangan Dakwah Digital Berbasis AI" yang berdedikasi sangat direkomendasikan. Pusat ini harus melibatkan kolaborasi antara ulama, pakar AI/teknologi, profesional media, dan pendidik untuk memastikan pendekatan yang komprehensif dan interdisipliner. Kedua, pengembangan "Kerangka Etika AI Islam" yang komprehensif, yang berakar pada *maqāṣid syariah* dan prinsip *maslahah*, akan sangat penting. Kerangka ini akan menyediakan pedoman untuk desain, penerapan, dan tata kelola AI yang bertanggung jawab dalam dakwah, memastikan bahwa teknologi selaras dengan nilai-nilai Islam.

Ketiga, investasi dalam infrastruktur digital yang kuat, terutama di daerah pedesaan

dan yang kurang terlayani, sangat penting untuk menjembatani kesenjangan digital dan memastikan akses yang adil terhadap sumber daya dakwah digital. Keempat, mendorong kemitraan dengan institusi pendidikan (misalnya, UIN Siber), perusahaan teknologi, dan organisasi masyarakat sipil untuk bersama-sama menciptakan konten dan platform dakwah yang inovatif, mudah diakses, dan otentik. Kelima, implementasi aplikasi AI canggih untuk personalisasi konten yang bernuansa, analisis sentimen, dan upaya anti-misinformasi harus terus dilakukan, selalu dengan validasi dan pengawasan manusia. Terakhir, pengembangan kurikulum literasi digital jangka panjang untuk semua kelompok usia, dengan fokus pada pemikiran kritis, verifikasi sumber, dan kewarganegaraan digital yang bertanggung jawab, akan memberdayakan umat sebagai konsumen konten keagamaan yang cerdas. Advokasi untuk kebijakan yang mempromosikan inklusi digital dan pengembangan AI yang etis di tingkat nasional dan internasional juga merupakan langkah penting.

V. Kesimpulan

Analisis ini menegaskan potensi transformatif teknologi digital dan AI bagi dakwah dalam memenuhi kebutuhan umat yang terus berkembang. Kemajuan teknologi menawarkan peluang yang belum pernah terjadi sebelumnya untuk memperluas jangkauan dakwah, mempersonalisasi pesan, dan meningkatkan efisiensi dalam produksi konten. Namun, laporan ini juga menggarisbawahi keseimbangan kritis antara memanfaatkan inovasi teknologi dan menjunjung tinggi keaslian, integritas etika, serta sifat kemanusiaan ajaran Islam. Tantangan seperti kesenjangan digital, penyebaran misinformasi, dan batasan AI dalam memahami spiritualitas memerlukan pendekatan yang hati-hati dan terencana.

Dakwah di era digital harus proaktif dalam menghadapi tantangan etika dan bias AI, serta memastikan inklusivitas bagi semua segmen umat, termasuk penyandang disabilitas. Hal ini menuntut pengembangan literasi digital yang berlapis, baik bagi dai sebagai pembuat konten maupun umat sebagai konsumen. Pada akhirnya, dakwah yang efektif di era digital adalah dakwah yang didukung oleh teknologi canggih namun tetap berpusat pada nilai-nilai kemanusiaan, bimbingan spiritual yang otentik, dan komitmen terhadap kebenaran. Diperlukan investasi berkelanjutan, kolaborasi interdisipliner, dan pendekatan proaktif untuk memastikan dakwah tetap menjadi cahaya penuntun dalam lanskap digital yang semakin kompleks, menumbuhkan komunitas Muslim yang tangguh secara spiritual, melek digital, dan terhubung secara inklusif.

Karya yang dikutip

1. (PDF) Indonesian Muslim Societies in the Digital Age: Opportunities ..., diakses Juli 20, 2025, https://www.researchgate.net/publication/388630181_Indonesian_Muslim_Societies_in_the_Digital_Age_Opportunities_Challenges_and_Future_Prospects/download
2. Digital Da'wah Strategy for Generation Alpha: Case Study | Journal ..., diakses Juli 20, 2025, <https://ejournal.staialhikmahpariangan.ac.id/Journal/index.php/judastaipa/article/view/770>
3. Agama dan Era Digital: Tantangan dan Peluang dalam Mempertahankan Nilai-Nilai Keagamaan. - CV MARYAM SEJAHTERA, diakses Juli 20, 2025, <https://maryamsejahtera.com/index.php/Education/article/download/1102/965/2455>
4. Transformasi Dakwah Melalui Media Digital: Analisis dan Implikasi, diakses Juli 20, 2025, <https://www.tintasiyasi.id/2024/08/transformasi-dakwah-melalui-media.html>
5. 100 KRISIS AQIDAH DI ERA DIGITAL: TANTANGAN KEIMANAN ..., diakses Juli 20, 2025, <https://e-journal.stisbima.ac.id/index.php/ittihad/article/download/266/89/>
6. The Existence of Religion among Millennials and Generation Z Cindenia Puspasari1 - IAIN Langsa Journals, diakses Juli 20, 2025, <https://journal.iainlangsa.ac.id/index.php/tarbawi/article/download/10868/3966/>
7. Reaching the Unreached in a Digital Age: Understanding Gen Z's Spiritual Shift - E 2 E, diakses Juli 20, 2025, <https://www.everywhere2everywhere.org/articles/reaching-the-unreached-in-a-digital-age-understanding-gen-zs-spiritual-shift>
8. efektivitas dakwah ustaz influencer di media sosial dalam meningkatkan religiusitas generasi z, diakses Juli 20, 2025, <https://jurnal.uic.ac.id/muqaddimah/article/download/272/183/646>
9. Pendidikan Islam di Era Digital: Tantangan dan Peluang pada Abad ..., diakses Juli 20, 2025, <https://ejournal.insuriponorogo.ac.id/index.php/almikraj/article/download/3006/1448>
10. META ANALISIS: EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI ..., diakses Juli 20, 2025, <https://ejournal.umbandung.ac.id/index.php/rasi/article/view/229>
11. Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah, diakses Juli 20, 2025, <https://e-journal.uac.ac.id/index.php/altsiq/article/download/154/108/>
12. (PDF) Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Di Era Media Baru - ResearchGate, diakses Juli 20, 2025, https://www.researchgate.net/publication/353083146_Efektivitas_Dakwah_Melalui_Media_Sosial_Di_Era_Media_Baru
13. EFEKTIVITAS PESAN ISLAM DI INSTAGRAM DAN TIKTOK ..., diakses Juli 20, 2025,

- <https://journaledutech.com/index.php/great/article/view/127>
14. Strategi Unggahan Konten Dakwah Salafi di Instagram Surau ..., diakses Juli 20, 2025, <https://ejournal.unsuda.ac.id/index.php/kpi/article/download/1075/768/4111>
 15. 5 Tips Membuat Konten Dakwah di Internet - NU Online, diakses Juli 20, 2025, <https://nu.or.id/nasional/5-tips-membuat-konten-dakwah-di-internet-HVK76>
 16. Sistem Komunikasi Dakwah di Era Digital Melalui Instagram, Tiktok, Youtube, diakses Juli 20, 2025, <https://ejournal.uac.ac.id/index.php/almada/article/download/4866/1802/>
 17. Peran Literasi Digital dalam Dakwah Berbasis Al-Qur'an, diakses Juli 20, 2025, <https://ejournal.staindirundeng.ac.id/index.php/ukhwah/article/download/5131/1231/>
 18. Inovasi Manajemen Dakwah sebagai Pendekatan Dakwah Islam ..., diakses Juli 20, 2025, <https://ejournal.uin-suka.ac.id/tarbiyah/exact/article/view/8142>
 19. Dinamika Dakwah Pada Inovasi Teknologi Digital di Indonesia, diakses Juli 20, 2025, <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/Hik/article/download/12452/6312>
 20. Inovasi Dakwah Ala Ustadz Hanan Attaki (Studi Kasus Kajian Sharing Time "Rahasia Merubah Takdir: Jodoh, Rezeki, Sukses") | Iqtida : Journal of Da'wah and Communication, diakses Juli 20, 2025, <https://ejournal.uingusdur.ac.id/iqtida/article/view/10511>
 21. STRATEGI DAKWAH GUS IQDAM DI ERA DIGITAL (STUDI KASUS CHANNEL YOUTUBE GUS IQDAM OFFICIAL) SKRIPSI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI - Digital Library UINKHAS Jember, diakses Juli 20, 2025, https://digilib.uinkhas.ac.id/35999/1/Kharisma%20Fitrotul%20Hidayah_204103010033.pdf
 22. Kementerian Agama Siap Luncurkan UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon: Inisiatif Terobosan Pendidikan Berbasis Siber, diakses Juli 20, 2025, <https://info.syekhnurjati.ac.id/kementerian-agama-siap-luncurkan-uin-siber-syekh-nurjati-cirebon-inisiatif-terobosan-pendidikan-berbasis-siber/>
 23. (PDF) Using Instagram as a Platform for Dakwah: A Netnographic Study of Instagram Influencer Zhafiraiha - ResearchGate, diakses Juli 20, 2025, https://www.researchgate.net/publication/393710066_Using_Instagram_as_a_Platform_for_Dakwah_A_Netnographic_Study_of_Instagram_Influencer_Zhafiraiha
 24. Volume 12 No. 1 Juli 2021 TREN KONTEN DAKWAH DIGITAL ..., diakses Juli 20, 2025, https://repository.syekhnurjati.ac.id/7977/1/09%20ARTIKEL%20DESSY_ORASI_TREND%20KONTE%20DAKWAH%20DIGITAL.pdf
 25. Peran Teknologi dalam Perkembangan Dakwah Islam Kontemporer | kumparan.com, diakses Juli 20, 2025, <https://kumparan.com/ahmad-taufigurrahman-1732171386463566102/peran-teknologi-dalam-perkembangan-dakwah-islam-kontemporer-23zmghowOrz>
 26. OPTIMALISASI MEDIA DAKWAH DIGITAL BAGI KOMUNITAS MUSLIM: PENDEKATAN EDUKASI, diakses Juli 20, 2025, <http://ejournal.iainutuban.ac.id/index.php/aswalalita/article/download/1086/579/>

27. LITERASI DIGITAL: FONDASI DASAR DAKWAH DALAM MEDIA SOSIAL - E-Journal UIN SUKA, diakses Juli 20, 2025, <https://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/jurnaldakwah/article/download/2341/1685>
28. Tantangan dan Peluang Dakwah Islam di Era Digital - E-Journal IAINU Kebumen, diakses Juli 20, 2025, <https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/selasar/article/download/824/498>
29. DAKWAH ISLAM DAN INOVASI MEDIA: - Neliti, diakses Juli 20, 2025, <https://media.neliti.com/media/publications/146716-ID-dakwah-islam-dan-inovasi-media-peluang-d.pdf>
30. Peluang dan Tantangan Pendakwah Baru di Era Digital | El ..., diakses Juli 20, 2025, <https://journal.webammi.org/index.php/JEW/article/view/40>
31. Memanfaatkan Teknologi untuk Berdakwah dan Pengembangan Potensi Diri - NU Online, diakses Juli 20, 2025, <https://www.nu.or.id/risalah-redaksi/memanfaatkan-teknologi-untuk-berdakwah-dan-pengembangan-potensi-diri-xto7f>
32. Inovasi Dakwah untuk Penguatan Kesadaran Keagamaan: Studi Pada Komunitas Muslim Kelas Menengah, diakses Juli 20, 2025, <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jail/article/download/22570/8806>
33. Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) Sebagai Strategi Dakwah: Analisis Peluang dan Tantangan, diakses Juli 20, 2025, <https://jurnal.uinsyahada.ac.id/index.php/Tadbir/article/download/11663/5727>
34. PEMANFAATAN AI UNTUK DAKWAH Youtube Channel Instagram : @indiwansetowibowo Facebook: Indiwana seto Wahjuwibowo - ResearchGate, diakses Juli 20, 2025, https://www.researchgate.net/publication/386160748_PEMANFAATAN_AI_UNTUK_DAKWAH_Youtube_Channel_Instagram_indiwansetowibowo_Facebook_Indiwan_seto_Wahjuwibowo
35. Artificial Intelligence (AI) dalam Digitalisasi Dakwah | MAUIZOH, diakses Juli 20, 2025, <https://mauizoh.dakwah.uinjambi.ac.id/index.php/Mau/article/view/77>
36. ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) DALAM DAKWAH ISLAM | PDF, diakses Juli 20, 2025, <https://id.scribd.com/document/861487825/ARTIFICIAL-INTELLIGENCE-AI-DALAM-DAKWAH-ISLAM>
37. Transformasi Pendidikan Agama Islam di Era Digital: Peran Artificial Intelligence (AI) dalam Memperkuat Nilai-nilai Islami, diakses Juli 20, 2025, <http://ejournal.arraayah.ac.id/index.php/mauriduna/article/download/1293/1064>
38. PERAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) DALAM PEMBELAJARAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM | REFERENSI ISLAMIKA - Lontara Digitech Indonesia, diakses Juli 20, 2025, <https://journal.lontaradigitech.com/RI/article/view/541>
39. Pengaruh AI terhadap Kepercayaan Agama: Mencari Tuhan di, diakses Juli 20, 2025, <https://www.kba13.com/pengaruh-ai-terhadap-kepercayaan-agama-mencari-tuhan-di-zaman-algoritma/>
40. PENDAMPINGAN PEMBUATAN MEDIA DAKWAH DIGITAL UNTUK SANTRI PESANTREN BANDAR TINGGI, diakses Juli 20, 2025,

- <https://journal.staittd.ac.id/index.php/inv/article/download/317/247>
41. Fatwa MUI Mengenai Hukum dan Pedoman Bermedia Sosial - Pengadilan Agama Gunung Sugih, diakses Juli 20, 2025, <https://pa-gunungsugih.go.id/204-236>
 42. STRATEGI DAKWAH DI ERA DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN AGAMA ISLAM DA'WAH - Rumah Jurnal IAIN Lhokseumawe, diakses Juli 20, 2025, <https://journal.iainlhokseumawe.ac.id/index.php/liwauldakwah/article/download/2433/1112/13765>
 43. Pengenalan ke Aksesibilitas Web | Web Accessibility Initiative (WAI) - W3C, diakses Juli 20, 2025, <https://www.w3.org/WAI/fundamentals/accessibility-intro/id>
 44. Commitment to Accessibility - Doctrine and Covenants, diakses Juli 20, 2025, <https://doctrineandcovenants.com/commitment-to-accessibility/>
 45. Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1 - W3C, diakses Juli 20, 2025, <https://www.w3.org/TR/WCAG21/>
 46. ADA Compliance for Online Course Design - EDUCAUSE Review, diakses Juli 20, 2025, <https://er.educause.edu/articles/2017/1/ada-compliance-for-online-course-design>
 47. Making Online Learning Accessible to All Students | AACSB, diakses Juli 20, 2025, <https://www.aacsb.edu/insights/articles/2025/04/making-online-learning-accessible-to-all-students>
 48. Strategi Penggunaan Al Qur'an Braille sebagai Media Dakwah Bagi Difabel Netra - Neliti, diakses Juli 20, 2025, <https://www.neliti.com/publications/472127/strategi-penggunaan-al-qur-an-braille-sebagai-media-dakwah-bagi-difabel-netra>
 49. Ramah Disabilitas, Masjid Izzatul Islam Hadirkan Ceramah Berbahasa Isyarat untuk Jemaah Tuli - Kementerian Agama RI, diakses Juli 20, 2025, <https://kemenag.go.id/nasional/ramah-disabilitas-masjid-izzatul-islam-hadirkan-ceramah-berbahasa-isyarat-untuk-jemaah-tuli-dxs1O>
 50. DAKWAH DISABILITAS - Jurnal Peurawi:Media Kajian Komunikasi Islam, diakses Juli 20, 2025, <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/peurawi/article/download/17476/8210>
 51. Diskusi Film The Silent Child: Sudah Saatnya Pers Memproduksi Konten Ramah Disabilitas, diakses Juli 20, 2025, <https://lpmrheter.com/diskusi-film-the-silent-child-sudah-saatnya-pers-memproduksi-konten-ramah-disabilitas/>
 52. Peran Literasi Digital dalam Dakwah Berbasis Al-Qur'an: Implementasi dan Tantangan di Media Sosial | AL-UKHWAH - JURNAL PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM - STAIN – Teungku Dirundeng Meulaboh, diakses Juli 20, 2025, <https://ejournal.staindirundeng.ac.id/index.php/ukhwah/article/view/5131>
 53. dakwah islam di era digital: perspektif sosial dan budaya - Al-Mubin: Islamic Scientific Journal, diakses Juli 20, 2025, <https://jurnal.iuqibogor.ac.id/index.php/at-tawasul/article/download/1511/823/4692>
 54. TANTANGAN MENGHADIRKAN AI DALAM PENDIDIKAN AGAMA ..., diakses Juli

- 20, 2025,
<https://journal.mahadhikacreative.com/index.php/risani/article/download/3/3>
55. (PDF) AI dan Agama: Tantangan dan Peluang dalam Era Digital, diakses Juli 20, 2025,
https://www.researchgate.net/publication/380934471_AI_dan_Agama_Tantangan_dan_Peluang_dalam_Era_Digital
56. AI Tak Bisa Gantikan Peran Ulama Ini Penjelasan Dosen Umsida, diakses Juli 20, 2025, <https://umsida.ac.id/ai-tak-bisa-gantikan-peran-ulama-kata-dosen-umsida/>
57. Menduga Batas-batas Artificial Intelligence dalam Perspektif 'Irfan ibn Arabi dan Filsafat Hikmah Mulla Sadra (Bagian 1) - Islami[dot]co, diakses Juli 20, 2025, <https://islami.co/menduga-batas-batas-artificial-intelligence-dalam-perspektif-irfan-ibn-arabi-dan-filsafat-hikmah-mulla-sadra-bagian-1/>
58. Artificial Intelligence (AI) dalam Perspektif Agama dan Etika: Implikasi, Peluang, dan Tantangan - Program Pascasarjana, diakses Juli 20, 2025, <https://pasca.uit-lirboyo.ac.id/artificial-intelligence-ai-dalam-perspektif-agama-dan-etika-implikasi-peluang-dan-tantangan/>
59. Integrasi Pendidikan Agama Kristen dalam Era AI dan Teknologi Digital: Tantangan dan Peluang - ResearchGate, diakses Juli 20, 2025, https://www.researchgate.net/publication/389512812_Integrasi_Pendidikan_Agama_Kristen_dalam_Era_AI_dan_Teknologi_Digital_Tantangan_dan_Peluang