

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 3, Nomor 9, Oktober 2025, P. 80-85
E-ISSN: 2986-6340
Licensed by CC BY-SA 4.0
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17534496>

Analisis Peluang dan Tantangan Dalam Hal Pengembangan Konten Dakwah Dalam Era AI

**Garneta Edlyn Putri Hidayat^{1*}, Muhammad Aksan Fawwaz Sundah², Kaka Putra Setiadi³,
 Achmad Faqihuddin⁴**

^{1,2,3,4}Universitas Pendidikan Indonesia

*Email korespondensi: garnetaedlyn.29@upi.edu

Abstrak

Perkembangan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) telah membawa dampak signifikan pada berbagai bidang kehidupan, termasuk dakwah Islam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang dan tantangan pemanfaatan AI dalam perkembangan konten dakwah di era digital, khususnya di kalangan generasi muda. Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap sebelas partisipan yang terdiri dari mahasiswa, dosen, dan aktivis dakwah di lingkungan Fakultas Pendidikan Teknologi dan Ilmu (FPTI) Universitas Pendidikan Indonesia (UPI). Hasil penelitian menunjukkan bahwa AI dipandang sebagai instrumen potensial dalam mempercepat, memperluas, dan mempermudah penyebaran pesan keagamaan melalui format kreatif seperti video pendek, podcast, animasi, hingga *chatbot* Islami. Responden menilai AI mampu menjadikan dakwah lebih adaptif, interaktif, dan relevan dengan kebutuhan generasi digital. Namun demikian, penelitian ini juga menemukan sejumlah tantangan serius, antara lain risiko kesalahan informasi, keterbatasan AI dalam menangkap dimensi ruhiyah dan sanad keilmuan, serta potensi reduksi dakwah menjadi sekadar produk hiburan yang dangkal. Dengan demikian, AI harus ditempatkan sebagai alat bantu strategis dalam dakwah, bukan sebagai pengganti otoritas ulama dan dai yang tetap memegang peran sentral dalam menjaga otentisitas pesan Islam. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan AI dalam dakwah memiliki prospek positif apabila dikelola secara etis, kritis, dan bertanggung jawab melalui kolaborasi antara dai, lembaga dakwah, dan pengembang teknologi.

Kata kunci: Kecerdasan Buatan, Dakwah Digital, Generasi Muda, Teknologi Informasi, Etika Dakwah

Abstract

The development of Artificial Intelligence (AI) has had a significant impact on various aspects of life, including Islamic preaching (dakwah). This study aims to analyze the opportunities and challenges of utilizing AI in the development of dakwah content in the digital era, particularly among the younger generation. Using a qualitative research method with a descriptive approach, data were collected through in-depth interviews with eleven participants consisting of students, lecturers, and dakwah activists within the Faculty of Technology and Science Education (FPTI) at the Indonesia University of Education (UPI). The findings indicate that AI is perceived as a potential tool to accelerate, expand, and simplify the dissemination of religious messages through creative formats such as short videos, podcasts, animations, and Islamic chatbots. Respondents believe that AI can make dakwah more adaptive, interactive, and relevant to the needs of the digital generation. However, the study also identifies several critical challenges, including the risk of misinformation, AI's limitations in capturing spiritual dimensions and scholarly lineage (sanad), and the potential reduction of dakwah into mere superficial entertainment. Therefore, AI should be positioned as a strategic assistive tool in dakwah, not as a replacement for the authority of scholars (ulama) and preachers (da'i), who continue to play a central role in preserving the authenticity of Islamic messages. The study concludes that the use of AI in dakwah holds positive prospects if managed ethically, critically, and responsibly through collaboration among preachers, dakwah institutions, and technology developers.

Keywords: Artificial Intelligence, Digital Dakwah, Youth Generation, Information Technology, Dakwah Ethics

Article Info

Received date: 25 Oktober 2025

Revised date: 29 Oktober 2025

Accepted date: 03 November

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) telah menjadi salah satu fenomena paling signifikan dalam transformasi kehidupan manusia pada abad ke-21, termasuk dalam

bidang pendidikan, ekonomi, kesehatan, dan komunikasi. Salah satu aspek yang juga terdampak adalah dakwah Islam, yang sejak awal sejarahnya senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Pentingnya mengangkat tema analisis peluang dan tantangan perkembangan konten dakwah dalam era AI tidak hanya berkaitan dengan perkembangan teknologi semata, melainkan juga dengan fungsi dakwah sebagai sarana penyebaran nilai-nilai keislaman secara universal. Dakwah sebagai aktivitas amar ma'ruf nahi munkar kini tidak lagi terbatas pada ruang fisik dan metode konvensional, melainkan meluas ke ranah digital yang sangat dinamis. Dengan hadirnya AI, dakwah berpotensi menjangkau *audiens* secara lebih luas, interaktif, dan kontekstual, sesuai kebutuhan spiritual masyarakat modern. Namun, urgensi pembahasan tema ini juga terletak pada pentingnya menjaga kemurnian pesan dakwah agar tidak tereduksi menjadi sekadar komoditas teknologi. Dalam konteks akademik, kajian ini diperlukan untuk memperkaya literatur dakwah kontemporer dengan perspektif teknologi mutakhir, sementara dalam konteks praktis, ia mampu menjadi rujukan bagi para dai, lembaga dakwah, dan institusi pendidikan Islam dalam merancang strategi dakwah yang adaptif dan relevan di era digital. Dengan demikian, pembahasan mengenai dakwah dalam era AI memiliki signifikansi ganda, baik dari sisi teoritis maupun praktis, sehingga layak untuk dianalisis secara lebih mendalam.

Fenomena globalisasi digital membawa manusia ke dalam arus informasi yang cepat, masif, dan tanpa batas. Perkembangan ini berdampak langsung pada pola interaksi sosial, gaya hidup, serta cara masyarakat mengakses pengetahuan, termasuk dalam hal keagamaan. Konten dakwah kini hadir tidak hanya melalui masjid, majelis taklim, dan media cetak, melainkan juga melalui kanal YouTube, Instagram, TikTok, podcast, hingga aplikasi berbasis AI. Akan tetapi, fenomena ini juga menimbulkan kesenjangan (*gap*) yang cukup nyata. Pertama, terdapat perbedaan kualitas dan kedalaman konten dakwah yang beredar di ruang digital, di mana sebagian besar lebih mengedepankan aspek populer dan viralitas daripada substansi ajaran Islam. Kedua, muncul *gap* antar generasi, khususnya antara generasi digital *native* yang terbiasa mengakses dakwah secara instan dengan generasi sebelumnya yang lebih akrab dengan metode konvensional. Hal ini berpotensi menimbulkan disorientasi dalam proses transmisi nilai keagamaan. Ketiga, algoritma media digital yang berbasis pada popularitas dan interaksi pengguna seringkali menimbulkan bias terhadap konten dakwah, sehingga pesan-pesan yang seharusnya bersifat mendalam dan reflektif kalah bersaing dengan konten yang bersifat instan dan menghibur. Kondisi ini menandakan adanya urgensi untuk mengembangkan strategi dakwah yang mampu menjembatani *gap* tersebut. Kehadiran AI menawarkan solusi potensial, misalnya dengan kemampuan personalisasi konten, interaktivitas melalui *chatbot* Islami, hingga analisis kebutuhan spiritual pengguna. Namun, tanpa kerangka etis dan epistemologis yang jelas, peluang ini juga dapat berubah menjadi ancaman yang justru mereduksi esensi dakwah.

Dakwah dalam pengertian dasar merupakan aktivitas menyampaikan, mengajak, dan membimbing manusia agar menjalani kehidupan sesuai ajaran Islam. Konsep ini sejak awal bersifat dinamis, seiring dengan perubahan konteks sosial, budaya, dan teknologi. Pada masa klasik, dakwah dilakukan melalui pendekatan langsung (*face-to-face*), seperti ceramah, khutbah, atau pengajaran di majelis ilmu. Seiring perkembangan teknologi, media dakwah kemudian bertransformasi, mulai dari media cetak, radio, televisi, hingga internet. Perkembangan terbaru menghadirkan fenomena dakwah digital yang semakin interaktif dan partisipatif. Kehadiran AI membawa paradigma baru dalam praktik dakwah, di mana teknologi tidak hanya berfungsi sebagai media penyampai pesan, tetapi juga mampu menghasilkan, mengolah, dan mendistribusikan konten dakwah secara otomatis dan personal. Misalnya, *chatbot* berbasis AI dapat menjawab pertanyaan fikih sederhana, sistem rekomendasi mampu menyesuaikan konten dengan preferensi pengguna, dan teknologi *Natural Language Processing* (NLP) dapat menganalisis kebutuhan spiritual masyarakat dari interaksi digital mereka. Perkembangan ini menandai pergeseran signifikan dari model dakwah tradisional ke model dakwah berbasis data dan algoritma. Akan tetapi, identifikasi konsep ini juga menunjukkan adanya tantangan serius, yakni potensi reduksi dakwah menjadi sekadar produk informasi yang bersifat instan dan pragmatis, sehingga

mengurangi kedalaman nilai spiritual. Oleh karena itu, penting untuk memahami perkembangan konsep dakwah ini agar mampu menempatkan AI sebagai alat bantu, bukan pengganti, dalam menjaga otentisitas dan tujuan dakwah Islam.

Kajian mengenai dakwah digital sejauh ini telah banyak dilakukan, baik dalam konteks efektivitas media sosial, strategi komunikasi, maupun pengaruhnya terhadap generasi muda. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada media sosial sebagai sarana penyebaran dakwah, tanpa memberikan perhatian yang cukup terhadap integrasi kecerdasan buatan sebagai instrumen baru dalam praktik dakwah. Dengan kata lain, terdapat *research gap* yang jelas, yaitu minimnya studi yang menganalisis secara kritis peran AI tidak hanya sebagai teknologi, tetapi juga sebagai faktor yang berimplikasi terhadap epistemologi, etika, dan teologi dakwah. Penelitian sebelumnya jarang mengeksplorasi bagaimana algoritma AI dapat memengaruhi cara masyarakat memahami Islam, bagaimana bias teknologi dapat memengaruhi keabsahan pesan dakwah, serta bagaimana peran dai bertransformasi dalam ekosistem dakwah berbasis AI. Selain itu, aspek pengelolaan risiko, seperti potensi penyalahgunaan teknologi untuk kepentingan politik atau ideologis tertentu, juga masih belum banyak mendapat perhatian. Kekosongan ini menunjukkan adanya kebutuhan akademik untuk menghadirkan penelitian yang mampu menganalisis peluang dan tantangan penggunaan AI dalam dakwah secara lebih komprehensif. Dengan mengisi gap tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dakwah kontemporer sekaligus memberikan kontribusi praktis dalam merumuskan strategi dakwah yang lebih adaptif, relevan, dan bertanggung jawab.

Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya untuk mengkaji dakwah dalam perspektif kecerdasan buatan tidak semata-mata sebagai instrumen teknis, tetapi juga sebagai fenomena *multidimensional* yang menyangkut aspek sosial, budaya, etis, dan teologis. Penelitian ini berbeda dari kajian-kajian terdahulu yang lebih menitik beratkan pada penggunaan media sosial, karena fokus utamanya adalah pada analisis mendalam mengenai peluang dan tantangan dakwah ketika berhadapan langsung dengan teknologi AI. *Novelty* penelitian ini juga tampak dari penekanan pada keseimbangan analisis antara peluang optimis, seperti personalisasi konten dakwah, interaktivitas, dan efektivitas distribusi, dengan tantangan kritis, seperti bias algoritma, reduksi spiritualitas, serta risiko komodifikasi agama. Pendekatan ini memberikan perspektif baru yang reflektif, analitis, dan multidisipliner, memadukan ilmu dakwah dengan studi komunikasi, teknologi digital, dan etika. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mendeskripsikan fenomena, tetapi juga menawarkan kerangka konseptual baru bagi pengembangan strategi dakwah di era kecerdasan buatan. Kebaruan inilah yang diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata, baik pada ranah akademik sebagai perluasan diskursus dakwah kontemporer, maupun pada ranah praktis sebagai pedoman strategis bagi para dai dan lembaga dakwah dalam memanfaatkan AI secara bijak dan proporsional.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pemilihan desain ini didasarkan pada tujuan penelitian yang ingin menggali secara mendalam peluang dan tantangan perkembangan konten dakwah dalam era kecerdasan buatan (AI), khususnya dalam konteks kehidupan akademik di lingkungan perguruan tinggi. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan kontekstual mengenai fenomena sosial keagamaan yang tengah berkembang, serta memungkinkan peneliti untuk menangkap makna, persepsi, dan pengalaman subjektif dari para partisipan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, peneliti menjadi instrumen utama yang secara langsung berinteraksi dengan subjek penelitian, sehingga dapat menggali informasi secara detail melalui interaksi *interpersonal*. Desain deskriptif yang digunakan juga bertujuan untuk menyajikan gambaran yang utuh mengenai pemanfaatan AI dalam dakwah, tanpa bermaksud melakukan generalisasi yang berlaku universal, melainkan lebih menekankan pada kedalaman pemahaman konteks. Dengan demikian, desain kualitatif deskriptif ini dianggap paling relevan untuk

menjawab pertanyaan penelitian sekaligus mendukung analisis kritis terhadap peluang dan tantangan yang muncul.

Subjek penelitian ini adalah sebelas orang partisipan yang terdiri dari mahasiswa, dosen, serta aktivis dakwah di lingkungan Fakultas Pendidikan Teknologi dan Ilmu (FPTI) Universitas Pendidikan Indonesia (UPI). Pemilihan subjek dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan mempertimbangkan relevansi pengalaman, keterlibatan, dan kompetensi subjek dalam fenomena yang diteliti. Keterlibatan mahasiswa dan aktivis dakwah dipandang penting karena mereka merupakan generasi yang paling dekat dengan penggunaan teknologi digital dalam aktivitas sehari-hari, termasuk dalam mengakses dan menyebarkan konten dakwah. Sementara itu, keberadaan dosen sebagai responden memberikan perspektif akademik yang lebih reflektif dan kritis terhadap isu pemanfaatan AI. Lokasi penelitian dipusatkan di lingkungan FPTI UPI karena area ini menjadi representasi interaksi antara dunia akademik, kegiatan keagamaan mahasiswa, serta akses yang cukup luas terhadap teknologi digital. Dengan lingkup tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan gambaran kontekstual mengenai praktik dakwah berbasis teknologi AI dalam skala komunitas akademik yang kemudian dapat ditarik implikasinya secara lebih luas.

Dalam penelitian ini, etika penelitian dijunjung tinggi untuk menjaga integritas akademik serta melindungi hak-hak partisipan. Sebelum wawancara dilakukan, peneliti memberikan penjelasan mengenai tujuan, manfaat, serta prosedur penelitian, dan meminta persetujuan (*informed consent*) dari partisipan. Partisipan juga diberikan kebebasan untuk menolak atau menghentikan keterlibatan kapan pun tanpa konsekuensi negatif. Kerahasiaan identitas dijaga dengan tidak mencantumkan nama asli, melainkan menggunakan kode atau inisial agar partisipan merasa aman dalam menyampaikan pandangan mereka. Adapun metode pengumpulan data utama yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang dilaksanakan secara tatap muka maupun daring sesuai dengan kesediaan partisipan. Pertanyaan wawancara disusun secara semi-terstruktur untuk memberikan fleksibilitas dalam menggali informasi lebih mendalam sesuai konteks percakapan. Melalui wawancara, peneliti berusaha mendapatkan data yang kaya mengenai pengalaman, persepsi, dan refleksi partisipan terkait peluang serta tantangan penggunaan AI dalam dakwah. Teknik wawancara dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian kualitatif, yaitu menangkap makna subjektif dan interpretasi sosial dari fenomena yang diteliti.

Langkah penelitian dimulai dengan tahap persiapan, yaitu merumuskan pertanyaan penelitian, menentukan subjek, serta menyusun pedoman wawancara. Tahap berikutnya adalah pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada sebelas partisipan yang dipilih. Data yang terkumpul kemudian ditranskripsi secara verbatim untuk memudahkan proses analisis. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan langkah-langkah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilah informasi penting dari hasil wawancara yang relevan dengan fokus penelitian, sementara penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif agar lebih mudah dipahami. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan secara induktif dengan menafsirkan data untuk menemukan pola, tema, serta hubungan antar kategori. Validitas data diperkuat melalui teknik triangulasi, baik triangulasi sumber maupun metode, guna memastikan keakuratan dan konsistensi informasi. Analisis ini tidak hanya menekankan pada deskripsi fenomena, tetapi juga pada interpretasi kritis terhadap makna data dalam konteks peluang dan tantangan dakwah berbasis AI. Dengan langkah penelitian tersebut, diharapkan hasil analisis mampu memberikan pemahaman yang mendalam, reflektif, dan kontekstual sesuai dengan tujuan penelitian kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan dakwah di era digital, khususnya dengan hadirnya kecerdasan buatan (AI), dipandang secara umum sebagai sebuah peluang besar dalam penyebaran pesan Islam. Mayoritas responden menyatakan bahwa AI mampu membuat dakwah lebih

cepat, luas, interaktif, dan relevan dengan kebutuhan generasi muda. AI dinilai membantu menghadirkan konten dakwah yang variatif seperti video pendek, podcast, ilustrasi digital, maupun *chatbot* Islami yang dapat berinteraksi langsung dengan audiens. Namun, responden juga menegaskan bahwa peran AI harus ditempatkan sebagai alat bantu, bukan pengganti dai atau ustaz, karena aspek ruhiyah, sanad keilmuan, dan kedalaman makna tetap menjadi domain manusia. Dengan demikian, temuan utama penelitian ini adalah adanya kombinasi antara potensi besar AI untuk memperluas jangkauan dakwah sekaligus tantangan dalam menjaga otentisitas dan akurasi informasi keagamaan.

Temuan paling penting adalah bahwa AI dapat membantu dakwah menjangkau generasi muda dengan lebih efektif karena sifatnya yang adaptif terhadap tren, gaya komunikasi, dan kebutuhan zaman. Selanjutnya, motivasi utama pemanfaatan AI dalam dakwah adalah untuk menjaga relevansi pesan Islam di era digital, memperluas jangkauan, serta menyampaikan pesan secara cepat dan efisien. Temuan berikutnya menggarisbawahi tantangan terbesar penggunaan AI, yakni terkait validitas dan akurasi informasi, potensi penyalahgunaan, serta risiko konten keagamaan berubah menjadi sekadar hiburan tanpa nilai spiritual yang mendalam. Temuan tambahan yang relatif kurang dominan tetapi tetap penting adalah perbedaan cara pandang generasi muda dan generasi tua terhadap penggunaan AI, di mana generasi muda lebih mudah menerima kehadiran AI, sementara generasi tua cenderung lebih skeptis dan khawatir dengan risiko yang muncul.

Jika dikaitkan dengan literatur dakwah digital, temuan penelitian ini sejalan dengan teori komunikasi modern yang menekankan pentingnya penggunaan media baru dalam menyampaikan pesan agama agar tetap kontekstual dengan perkembangan zaman. Misalnya, teori *Uses and Gratifications* menjelaskan bahwa audiens memilih media yang sesuai dengan kebutuhan mereka; dalam hal ini, generasi muda cenderung memilih konten digital yang singkat, interaktif, dan personal. Hasil wawancara memperkuat literatur tersebut, di mana AI terbukti mampu menyajikan dakwah dalam format yang sesuai dengan preferensi audiens muda. Akan tetapi, temuan ini juga mengingatkan pada pandangan para ulama klasik yang menekankan pentingnya sanad dan otoritas keilmuan dalam dakwah, yang menunjukkan bahwa teknologi tidak dapat sepenuhnya menggantikan peran manusia. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan adanya titik temu antara teori komunikasi modern dengan tradisi keilmuan Islam yang harus dijaga dalam pemanfaatan teknologi.

Implikasi penelitian ini adalah bahwa pemanfaatan AI dalam dakwah dapat menjadi strategi efektif untuk memperluas jangkauan pesan Islam, terutama kepada generasi muda yang hidup di tengah arus digital. Namun, penelitian ini juga memberikan peringatan bahwa tanpa pengawasan ulama, pakar agama, dan literasi digital yang memadai, AI berpotensi menjadi alat penyebaran informasi yang keliru atau bahkan menyesatkan. Oleh karena itu, dibutuhkan kolaborasi antara lembaga dakwah, pengembang teknologi, dan tokoh agama untuk memastikan AI digunakan secara bijak dan bertanggung jawab. Selain itu, penelitian ini mendorong agar dakwah berbasis AI tidak hanya berorientasi pada aspek teknis dan popularitas konten, tetapi juga tetap menekankan nilai spiritual, akhlak, dan keilmuan yang mendalam. Dengan langkah tersebut, dakwah digital dapat benar-benar menjadi sarana efektif dalam menyebarkan Islam yang rahmatan lil ‘alamin.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) memengaruhi perkembangan dakwah di era digital, khususnya dalam konteks penyebaran pesan Islam kepada masyarakat luas dengan fokus pada generasi muda. Melalui wawancara dengan sebelas responden yang berada di lingkungan FPTI UPI, penelitian ini berhasil menemukan gambaran komprehensif mengenai persepsi, motivasi, tantangan, serta potensi penggunaan AI dalam aktivitas dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara umum AI dipandang sebagai peluang besar yang mampu mempercepat, memperluas, dan mempermudah penyebaran pesan keagamaan melalui media digital. Responden menekankan bahwa AI dapat menghadirkan konten dakwah dalam bentuk yang

lebih kreatif, variatif, dan sesuai dengan tren komunikasi anak muda, seperti video singkat, podcast, animasi, maupun *chatbot* Islami. Namun demikian, mereka juga mengingatkan adanya tantangan serius yang perlu diantisipasi, di antaranya risiko kesalahan informasi, keterbatasan AI dalam memahami nilai-nilai spiritual, serta potensi terjadinya penyalahgunaan teknologi untuk tujuan yang tidak sejalan dengan ajaran Islam. Temuan ini juga menegaskan bahwa meskipun AI dapat berfungsi sebagai alat bantu yang efektif, peran ulama, ustaz, dan dai tetap tidak tergantikan karena dakwah tidak hanya menyampaikan informasi, melainkan juga memberikan teladan hidup, sanad keilmuan, serta dimensi ruhiyah yang tidak bisa dipenuhi oleh mesin. Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan AI dalam dakwah harus ditempatkan secara bijak, yakni sebagai pelengkap dan penguat dakwah konvensional, bukan sebagai pengganti otoritas keagamaan.

Meskipun penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai pemanfaatan AI dalam dakwah, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu dicatat. Pertama, penelitian ini hanya menggunakan jumlah responden yang relatif terbatas, yaitu sebelas orang, sehingga hasil yang diperoleh belum dapat digeneralisasikan untuk populasi yang lebih luas. Kedua, data dikumpulkan hanya melalui wawancara, sehingga perspektif yang muncul lebih bersifat subjektif berdasarkan pengalaman dan pandangan individu, tanpa dukungan data kuantitatif yang lebih terukur. Ketiga, penelitian ini juga terbatas pada satu lokasi, yaitu lingkungan FPTI UPI, sehingga belum menggambarkan keragaman pandangan masyarakat dari berbagai latar belakang budaya, usia, dan tingkat literasi digital yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode campuran (*mixed methods*) dengan menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif agar hasilnya lebih mendalam sekaligus terukur. Peneliti di masa depan juga dapat memperluas subjek penelitian, misalnya dengan melibatkan dai, ustaz, pengembang teknologi, dan audiens dari berbagai generasi untuk memperoleh sudut pandang yang lebih beragam. Selain itu, penelitian lanjutan dapat menyoroti lebih jauh aspek etika, regulasi, serta model kolaborasi yang ideal antara lembaga dakwah dan pengembang teknologi, agar pemanfaatan AI tidak hanya sekadar menjadi tren, tetapi benar-benar menjadi sarana dakwah yang efektif, akurat, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dengan begitu, penelitian mendatang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih komprehensif bagi pengembangan dakwah digital di era kecerdasan buatan.

REFERENSI

- Insana, Z., & S. L. (2024). Etika dan Tantangan Dakwah di Era Kecerdasan Buatan. *Jurnal Komunikasi Islam*, 5(Studi Kasus Penggunaan Chatbot AI untuk Konsultasi Keagamaan), 259–272. <https://doi.org/https://doi.org/10.53429/j-kis.v5i2.1042>
- Habibullah, M., Sultan, U., & Jambi, T. S. (2023). *Artificial Intelligence (AI) dalam Digitalisasi Dakwah*. 8(2), 124–137. <https://doi.org/10.572349/RELINESIA.V2I1.525>
- Bobby Kurnia Putrawan. (2025). From Prayer to Data: The Transformation of Theology in the Age of Artificial Intelligence and its Implications for Religious Practice. *Sage Journals*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/02653788241312229>
- al Kubaisi, A. A. S. H. (2024). Ethics of Artificial Intelligence a Purposeful and Foundational Study in Light of the Sunnah of Prophet Muhammad. *Religions*, 15(11). <https://doi.org/10.3390/rel15111300>
- Tsuria, R., & Tsuria, Y. (2024). Artificial Intelligence's Understanding of Religion: Investigating the Moralistic Approaches Presented by Generative Artificial Intelligence Tools. *Religions*, 15(3). <https://doi.org/10.3390/rel15030375>
- Habibullah, M., Sultan, U., & Jambi, T. S. (2023). *Artificial Intelligence (AI) dalam Digitalisasi Dakwah*. 8(2), 124–137. <https://doi.org/10.572349/RELINESIA.V2I1.525>
- Dewi, S. M., & Hidayat, M. (2024). Incorporating Artificial Intelligence for Da'wah: Defining the State's Role. *Jurnal Penelitian*, 21(2), 125–136. <https://doi.org/10.28918/jupe.v21i2.7685>