



## **ETIKA DAKWAH DI ERA ARTIFICIAL INTELLIGENCE: PERSPEKTIF KOMUNIKASI ISLAM**

**Faridah<sup>1</sup>, Retna Dwi Estuningtyas<sup>2</sup>, R. Firdaus Wahyudi<sup>3</sup>,  
M. Zakaria Al Anshori<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Islam Ahmad Dahlan, Sinjai

<sup>2</sup>Universitas Ibnu Chaldun

<sup>3</sup>Universitas Islam Ahmad Dahlan, Sinjai

<sup>4</sup>Universitas Muhammadiyah Makassar

Correspondent Email: [andifaridah81@gmail.com](mailto:andifaridah81@gmail.com)

### **Abstrak**

Perkembangan Artificial Intelligence (AI) telah membawa perubahan signifikan dalam praktik komunikasi dakwah. Berbagai teknologi berbasis AI seperti chatbot, algoritma media sosial, otomatisasi konten, voice synthesis, dan generative AI memungkinkan penyebaran pesan dakwah yang lebih cepat, luas, dan interaktif. Namun, di balik berbagai peluang tersebut, muncul tantangan etis terkait autentisitas pesan, otoritas keagamaan, penyebaran disinformasi, bias algoritma, serta komersialisasi dakwah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis etika dakwah di era Artificial Intelligence berdasarkan perspektif komunikasi Islam. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan (library research) dengan pendekatan kualitatif melalui analisis literatur kontemporer mengenai AI, komunikasi Islam, dan dakwah digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika dakwah berbasis AI harus berlandaskan pada prinsip sidq (kejujuran), amanah (tanggung jawab), tabayyun (verifikasi informasi), hikmah (kebijaksanaan), dan maslahah (kemanfaatan). AI dapat menjadi instrumen pendukung dakwah yang efektif, namun tidak dapat menggantikan otoritas ulama dan proses ijtihad dalam penetapan hukum Islam. Oleh karena itu, diperlukan integrasi antara inovasi teknologi dan nilai-nilai etika Islam agar dakwah tetap autentik, humanis, dan bertanggung jawab di era digital.

**Kata Kunci:** Dakwah Digital, Artificial Intelligence, Etika Dakwah, Komunikasi Islam, Media Digital.

### **Abstract**

*The development of Artificial Intelligence (AI) has brought significant changes to the practice of da'wah communication. Various AI-based technologies such as chatbots, social media algorithms, content automation, voice synthesis, and generative AI enable faster, broader, and more interactive dissemination of da'wah messages. However, behind these opportunities, ethical challenges arise related to message authenticity, religious authority, the spread of disinformation, algorithmic bias, and the commercialization of da'wah. This study aims to analyze the ethics of da'wah in the era of Artificial Intelligence from an Islamic communication perspective. The method used is library research with a qualitative approach through an analysis of contemporary literature on AI, Islamic communication, and digital da'wah. The results indicate that the ethics of AI-based da'wah must be based on the principles of sidq (honesty), amanah (responsibility), tabayyun (information verification), hikmah (wisdom), and maslahah (benefit). AI can be an effective instrument supporting*

*da'wah, but it cannot replace the authority of ulama (Islamic scholars) and the ijihad process in determining Islamic law. Therefore, an integration of technological innovation and Islamic ethical values is necessary to ensure that da'wah remains authentic, humanistic, and responsible in the digital age.*

**Keywords:** Digital Da'wah, Artificial Intelligence, Da'wah Ethics, Islamic Communication, Digital Media.

Accepted Date: 15 Juni 2026

Publish Date: 30 Juni 2026

## Pendahuluan

Transformasi digital telah mengubah cara manusia berkomunikasi, memperoleh informasi, dan membangun interaksi sosial. Salah satu perkembangan teknologi yang paling berpengaruh dalam dekade terakhir adalah Artificial Intelligence (AI). Teknologi ini mampu menghasilkan teks, suara, gambar, hingga melakukan analisis perilaku pengguna secara otomatis. AI dalam konteks dakwah, telah digunakan untuk pembuatan konten keagamaan, chatbot konsultasi Islam, penerjemahan materi dakwah, serta optimalisasi distribusi pesan melalui algoritma media sosial. (E-Journal Metro Univen)

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi tersebut sesungguhnya telah membuka peluang besar bagi penyebaran nilai-nilai Islam kepada masyarakat yang lebih luas. Kemajuan yang berkontribusi terhadap perkembangan dakwah Islam, karena Islam adalah agama dakwah yakni agama yang membutuhkan dakwah sebagai urat nadinya (Faridah Faridah dkk, n.d.). Namun, penggunaan AI juga menghadirkan tantangan etis yang kompleks. Beberapa penelitian menunjukkan adanya risiko penyederhanaan ajaran agama, manipulasi informasi, dominasi algoritma terhadap otoritas keagamaan, serta kecenderungan monetisasi dakwah yang menggeser orientasi moral menjadi orientasi popularitas. (e-Journal IAIN Kerinci)

Perkembangan teknologi digital dengan hadirnya Artificial Intelligence (AI) telah membawa perubahan signifikan dalam aktivitas dakwah Islam. AI memungkinkan penyebaran pesan-pesan keislaman dilakukan secara lebih cepat, luas, dan efisien melalui berbagai platform digital seperti media sosial, chatbot, aplikasi keagamaan, serta sistem rekomendasi konten. Perkembangan ini membuka peluang besar bagi para dai untuk menjangkau audiens yang lebih beragam tanpa batas ruang dan waktu. Namun, kemudahan tersebut juga menghadirkan tantangan etis yang perlu mendapat perhatian serius agar dakwah tetap berjalan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Etika dalam perspektif komunikasi Islam merupakan fondasi utama dalam penyampaian pesan dakwah. Al-Qur'an mengajarkan agar komunikasi dilakukan dengan prinsip *qaulan sadīdan* (perkataan yang benar), *qaulan ma'rūfan* (perkataan yang baik), *qaulan layyīnan* (perkataan yang lemah lembut), dan *qaulan balīghan* (perkataan yang efektif dan membekas) (QS. Al-Ahzab [33]: 70; QS. An-Nisa' [4]: 5; QS. Thaha [20]: 44; QS. An-Nisa' [4]: 63). Prinsip-prinsip tersebut menjadi pedoman bagi para pelaku dakwah dalam memanfaatkan teknologi AI agar tidak hanya berorientasi pada kecepatan penyebaran informasi, tetapi juga memperhatikan kebenaran, akurasi, serta dampak sosial dari pesan yang disampaikan.

Urgensi etika dakwah semakin meningkat karena AI memiliki kemampuan menghasilkan konten secara otomatis yang belum tentu sepenuhnya akurat. Fenomena penyebaran hoaks keagamaan, kutipan hadis palsu, penafsiran ayat yang tidak tepat, hingga manipulasi informasi melalui teknologi *deepfake* menjadi tantangan nyata dalam ekosistem komunikasi digital saat ini. Jika tidak disertai dengan verifikasi yang memadai, penggunaan AI dalam dakwah berpotensi menimbulkan kesalahpahaman keagamaan dan bahkan konflik sosial. Oleh karena itu, prinsip *tabayyun* atau verifikasi informasi

sebagaimana diperintahkan dalam QS. Al-Hujurat [49]: 6 menjadi semakin relevan dalam konteks pemanfaatan teknologi AI.

Etika dakwah di era AI juga berkaitan dengan tanggung jawab moral seorang komunikator Muslim. Dakwah bukan sekadar menyampaikan informasi keagamaan, melainkan juga membangun pemahaman, membimbing perilaku, dan menanamkan nilai-nilai Islam yang *rahmatan lil 'alamin*. Penggunaan AI hendaknya diposisikan sebagai alat bantu yang mendukung efektivitas dakwah, bukan sebagai pengganti peran manusia dalam memberikan keteladanan, hikmah, dan kebijaksanaan. Kompetensi literasi digital dan literasi AI dalam hal ini, menjadi kebutuhan penting bagi para dai agar mampu memanfaatkan teknologi secara bijak dan bertanggung jawab.

Komunikasi dalam perspektif Islam tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga merupakan aktivitas moral yang harus dilandasi nilai kejujuran, tanggung jawab, dan kemaslahatan. Oleh karena itu, perkembangan AI perlu dikaji melalui perspektif komunikasi Islam agar pemanfaatannya dalam dakwah tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariat dan tujuan dakwah itu sendiri.

Komunikasi Islam menekankan pentingnya menjaga martabat manusia (*hifz al-'ird*) serta menghindari perilaku yang dapat merugikan orang lain, seperti fitnah, ujaran kebencian, dan penyebaran informasi yang tidak benar. Tantangan tersebut semakin kompleks di era AI ketika algoritma media sosial cenderung memprioritaskan konten yang sensasional demi meningkatkan keterlibatan pengguna. Akibatnya, sebagian konten dakwah berisiko kehilangan substansi etisnya dan lebih berorientasi pada popularitas. Oleh sebab itu, etika dakwah diperlukan untuk memastikan bahwa pemanfaatan AI tetap berlandaskan pada nilai kejujuran (*ṣidq*), amanah, tanggung jawab (*mas'uliyah*), dan kemaslahatan (*maṣlaḥah*).

Etika dakwah di era Artificial Intelligence menjadi aspek yang sangat penting dalam menjaga kualitas komunikasi Islam di ruang digital. Integrasi antara kemajuan teknologi dan nilai-nilai etika Islam diperlukan agar dakwah tidak hanya efektif dalam menjangkau masyarakat, tetapi juga mampu menghadirkan informasi yang benar, mendidik, serta membawa kemaslahatan bagi umat. Kajian mengenai etika dakwah dalam perspektif komunikasi Islam menjadi semakin relevan untuk menjawab berbagai tantangan yang muncul akibat transformasi digital dan perkembangan teknologi AI yang terus berkembang.

## Tinjauan Literatur

Penelitian ini memiliki relevansi dengan beberapa penelitian sebelumnya, beberapa penelitian yang relevan beserta celah penelitian (*research gap*) yang dapat dijadikan dasar argumentasi ilmiah dapat dilihat sebagai berikut:

1. Dakwah di Era Algoritma: Dialektika Etika dan Strategi Adaptasi Komunikasi Penyiaran Islam Berbasis Artificial Intelligen. Penelitian ini menganalisis perubahan lanskap komunikasi dakwah akibat dominasi algoritma dan AI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AI dapat meningkatkan efektivitas penyebaran dakwah, namun juga memunculkan persoalan etika terkait otomatisasi konten, otoritas keagamaan, dan validitas informasi. Penelitian ini menekankan perlunya strategi adaptasi bagi para dai dalam menghadapi era algoritma. Relevansi: Menjadi landasan untuk memahami hubungan antara AI, komunikasi dakwah, dan tantangan etis dalam penyiaran Islam (Dermawan, 2026).
2. Membaca Ulang Etika Dakwah di Era Digital: Integrasi AI, Literasi Media, dan Argumentasi Keagamaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan *systematic literature review* dan menemukan empat isu utama, yaitu otomatisasi konten keagamaan, pergeseran orientasi dakwah dari tanggung jawab moral menuju

popularitas, rendahnya literasi digital, serta penyederhanaan argumentasi keagamaan di media sosial. Relevansi: Memberikan dasar konseptual mengenai pentingnya etika komunikasi Islam dalam menghadapi algoritma dan AI (Rohman, n.d.).

3. Etika Pemanfaatan Artificial Intelligence dalam Komunikasi Dakwah di Platform TikTok. Penelitian ini mengkaji penggunaan AI dalam produksi dan distribusi konten dakwah di TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AI mampu memperluas jangkauan dakwah, tetapi berpotensi menimbulkan penyebaran informasi keagamaan yang tidak terverifikasi apabila tidak diimbangi dengan prinsip etika Islam. Relevansi: Menunjukkan penerapan konkret AI dalam media dakwah digital dan implikasi etisnya (Muhammad Yusup Hasibuan, Anas Habibi Ritonga, n.d.).
4. Etika dan Tantangan Dakwah dengan Artificial Intelligence. Penelitian ini menyoroti penggunaan chatbot, sistem fatwa otomatis, dan aplikasi pembelajaran Islam berbasis AI. Temuan penelitian menunjukkan adanya risiko bias algoritma, keterbatasan pemahaman konteks keagamaan, serta persoalan privasi pengguna. Relevansi: Memperkuat urgensi kajian etika dakwah dalam penggunaan teknologi AI (Nuha, n.d.).
5. Da'wah in the Era of Artificial Intelligence: An Ethical Analysis of Islamic Communication on the Use of AI in the Production of Religious Messages. Penelitian ini secara khusus membahas analisis etika komunikasi Islam dalam produksi pesan-pesan dakwah berbasis AI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan AI harus tetap berada dalam koridor otentisitas ajaran Islam, tanggung jawab moral, dan otoritas keilmuan. Relevansi: Sangat dekat dengan tema penelitian Anda karena sama-sama menggunakan perspektif komunikasi Islam (Liza Nuarida Ulfah Br.Barus, Idris Aritonang, n.d.).
6. Etika dan Tantangan Dakwah di Era Kecerdasan Buatan: Studi Kasus Penggunaan Chatbot AI untuk Konsultasi Keagamaan. Penelitian ini menemukan bahwa chatbot AI mampu meningkatkan akses masyarakat terhadap informasi keagamaan, tetapi belum dapat menggantikan peran ulama karena keterbatasan dalam memahami konteks hukum dan sosial keagamaan. Relevansi: Menunjukkan pentingnya prinsip *tabayyun*, amanah, dan tanggung jawab dalam komunikasi dakwah berbasis AI (Zuharin Insana, n.d.).
7. Etika Dakwah dalam Perspektif Islam. Hasil kajian menunjukkan bahwa etika dakwah tidak hanya mencakup aspek moral komunikator, tetapi juga menyentuh tanggung jawab sosial, empati komunikatif, dan kejujuran dalam penyampaian pesan. Di era digital, etika dakwah perlu menyesuaikan diri dengan dinamika komunikasi virtual agar pesan dakwah tetap efektif dan bermartabat. Relevansi: Menunjukkan pentingnya etika dakwah yang berpedoman pada ajaran-ajaran Islam (Nur Setiawati, 2025).

Penelitian-penelitian tersebut di atas berfokus pada pemanfaatan AI dalam dakwah digital, penggunaan chatbot keagamaan, literasi media, serta tantangan teknis dan etis penggunaan AI. Peneliti menemukan bahwa, masih sedikit penelitian yang secara khusus mengkaji etika dakwah dalam perspektif komunikasi Islam dengan menggunakan konsep-konsep komunikasi Qur’ani seperti *qaulan sadidan*, *qaulan ma’rufan*, *qaulan layyinan*, *qaulan balighan*, serta prinsip *tabayyun*, amanah, dan masalah sebagai kerangka analisis utama dalam penggunaan AI untuk dakwah. Oleh karena itu, penelitian “Etika Dakwah di Era Artificial Intelligence: Perspektif Komunikasi Islam” memiliki kebaruan (novelty) dalam menawarkan model etika dakwah berbasis nilai-nilai komunikasi Islam untuk menjawab tantangan penggunaan AI dalam produksi, distribusi, dan verifikasi pesan-pesan keagamaan di era digital. Penelitian ini tidak hanya membahas aspek teknologi, tetapi juga mengintegrasikan prinsip-prinsip normatif Islam sebagai pedoman etis bagi para dai dan pengguna AI dalam aktivitas dakwah.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam konsep, prinsip, dan implementasi etika dakwah dalam konteks perkembangan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dari perspektif komunikasi Islam. Pendekatan ini dipilih karena isu etika dakwah di era AI tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga melibatkan dimensi normatif, filosofis, dan sosial yang membutuhkan interpretasi mendalam terhadap teks keislaman serta fenomena komunikasi digital yang berkembang.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu dengan mengkaji berbagai sumber literatur primer dan sekunder, seperti buku-buku komunikasi Islam, jurnal ilmiah, artikel akademik terbaru, serta dokumen kebijakan terkait AI dan etika digital. Data diperoleh dari artikel jurnal ilmiah, buku, dan hasil penelitian terbaru mengenai Artificial Intelligence, komunikasi Islam, serta dakwah digital yang dipublikasikan pada periode 2020–2026. penelitian ini juga menelaah sumber-sumber keislaman seperti Al-Qur’an, hadis, serta pemikiran ulama dan sarjana kontemporer yang membahas etika komunikasi dan dakwah.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yaitu dengan mengidentifikasi, membaca, mencatat, dan mengelompokkan data yang relevan dengan fokus penelitian, khususnya yang berkaitan dengan etika komunikasi dakwah, transformasi digital, dan pemanfaatan AI dalam ruang dakwah modern.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis isi (*content analysis*) dengan pendekatan interpretatif. Proses ini mencakup reduksi data, kategorisasi tema, interpretasi makna, serta penarikan kesimpulan berdasarkan prinsip-prinsip komunikasi Islam seperti *qaulan sadidan* (perkataan yang benar), *qaulan layyinan* (perkataan yang lemah lembut), dan *qaulan ma’rufan* (perkataan yang baik). Pendekatan ini juga digunakan untuk mengkaji bagaimana nilai-nilai etika Islam dapat diintegrasikan dalam penggunaan teknologi AI dalam aktivitas dakwah digital.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi konseptual dalam pengembangan etika dakwah di era kecerdasan buatan, sekaligus memperkuat kerangka komunikasi Islam yang adaptif terhadap perkembangan teknologi modern tanpa meninggalkan nilai-nilai normatif keislaman.

### **Hasil dan Pembahasan**

#### **Artificial Intelligence dan Transformasi Dakwah Digital**

Internet merupakan media komunikasi dan informasi yang sangat dibutuhkan oleh umat manusia kontemporer (Yusuf & Nur Setiawati, 2022). Perkembangan teknologi komunikasi dengan penggunaan internet terus berinovasi salah satunya dengan munculnya AI. Perkembangan *Artificial Intelligence* (AI) telah membawa perubahan signifikan dalam

berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang dakwah Islam. AI tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu teknologi, tetapi juga menjadi bagian dari ekosistem komunikasi digital yang membentuk cara pesan keagamaan diproduksi, disebarkan, dan diterima oleh masyarakat. Dalam konteks ini, dakwah digital mengalami transformasi dari pola komunikasi konvensional menuju sistem yang lebih adaptif, interaktif, dan berbasis data (*data-driven communication*).

Transformasi dakwah digital berbasis AI terlihat dalam pemanfaatan berbagai teknologi seperti **chatbot dakwah, analisis big data, personalisasi konten keagamaan, hingga algoritma media sosial** yang mengatur distribusi pesan dakwah. AI memungkinkan dai atau lembaga dakwah menjangkau audiens yang lebih luas secara lebih cepat dan tersegmentasi sesuai kebutuhan pengguna. Selain itu, AI juga berperan dalam meningkatkan efektivitas komunikasi dakwah melalui rekomendasi konten yang relevan dengan minat dan perilaku pengguna digital.

Perubahan ini juga menghadirkan tantangan serius, khususnya dalam aspek etika komunikasi Islam. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penggunaan AI dalam dakwah dapat memunculkan isu seperti bias algoritma, komersialisasi pesan keagamaan, serta potensi reduksi makna ajaran Islam akibat penyederhanaan konten digital (Rohman, n.d.). Oleh karena itu, integrasi AI dalam dakwah perlu tetap berada dalam kerangka nilai-nilai etika Islam seperti kejujuran (*sidq*), keadilan (*'adl*), dan tanggung jawab moral.

Studi lain menegaskan bahwa AI berperan besar dalam memperkuat strategi dakwah modern, terutama melalui otomatisasi distribusi konten, analisis perilaku audiens, dan pengembangan sistem komunikasi berbasis chatbot Islami (Kahfi, n.d.). Hal ini menunjukkan bahwa AI tidak hanya menjadi alat teknis, tetapi juga bagian dari strategi manajemen dakwah kontemporer yang lebih efisien dan terukur.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa AI telah mengubah cara komunikasi dakwah di media sosial dengan menggeser pola distribusi pesan dari otoritas keagamaan tradisional menuju sistem berbasis algoritma platform digital (Zaenuri, n.d.). Kondisi ini menuntut adanya reinterpretasi peran dai dalam ruang digital, tidak hanya sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai pengelola etika komunikasi di tengah dominasi teknologi.

Artificial Intelligence telah menjadi katalis utama dalam transformasi dakwah digital. Namun, keberhasilan integrasi teknologi ini sangat bergantung pada kemampuan umat Islam dalam mengembangkan kerangka etika komunikasi dakwah yang mampu menyeimbangkan antara kemajuan teknologi dan nilai-nilai normatif Islam. Tata cara berkomunikasi yang baik dan efektif diatur dalam Islam (Faridah, 2019), komunikasi yang termasuk dalam hal ini adalah komunikasi dakwah, sehingga dakwah yang dilakukan tetap humanis, bermakna, dan tidak kehilangan substansi spiritualnya.

AI telah mengubah pola komunikasi dakwah dari model konvensional menuju model digital berbasis data dan algoritma. Teknologi AI memungkinkan da'i memproduksi konten secara lebih cepat, menerjemahkan pesan dakwah ke berbagai bahasa, serta menjangkau audiens yang lebih luas melalui personalisasi konten. (Jurnal Raden Fatah)

AI dalam teori komunikasi, memperkuat fungsi komunikasi massa melalui kemampuan analisis data audiens secara real-time. Hal ini memungkinkan pesan dakwah disampaikan secara lebih efektif sesuai kebutuhan dan karakteristik pengguna media digital. Dominasi algoritma media sosial dapat memengaruhi cara masyarakat memahami agama. Pesan yang viral belum tentu merupakan pesan yang paling benar, sehingga muncul risiko reduksi nilai-nilai keislaman menjadi sekadar konten yang menarik perhatian publik. (e-Journal IAIN Kerinci)

## **2. Prinsip Etika Dakwah dalam Perspektif Komunikasi Islam**

Etika dakwah dalam perspektif komunikasi Islam merupakan seperangkat nilai normatif yang menjadi pedoman bagi setiap da'i dalam menyampaikan pesan keagamaan

agar sesuai dengan prinsip kebenaran, keadilan, dan kemaslahatan. Dakwah dalam konteks komunikasi Islam, tidak hanya dipahami sebagai proses transfer pesan (*message transmission*), tetapi juga sebagai aktivitas moral yang menuntut tanggung jawab etis antara komunikator, pesan, dan audiens. Oleh karena itu, prinsip etika dakwah menjadi fondasi utama agar komunikasi Islam tetap efektif sekaligus bermartabat.

Prinsip utama etika dakwah terdiri atas kejujuran, kebijaksanaan (*hikmah*), kelembutan (*qaulan layyin*), klarifikasi informasi (*tabayyun*), dan tanggung jawab moral (*amanah*), penjelasannya dapat dilihat sebagai berikut:

- a. Kejujuran (*sidq*), yaitu menyampaikan informasi secara benar tanpa manipulasi atau distorsi. Prinsip ini menegaskan bahwa da'i harus menghindari penyebaran hoaks, fitnah, dan informasi yang tidak valid, terutama di era digital yang sangat rentan terhadap disinformasi (Zia, n.d.). Kejujuran merupakan dasar kepercayaan publik terhadap pesan dakwah dan menjaga integritas komunikator Islam. Allah Swt. berfirman: "Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan jadilah bersama orang-orang yang benar." (QS. At-Taubah: 119) Prinsip *sidq* dalam dakwah mengharuskan setiap informasi yang disampaikan melalui AI diverifikasi kebenarannya. Konten dakwah yang dihasilkan AI tidak boleh langsung disebarluaskan tanpa proses pengecekan sumber dan validitas dalil.
- b. Kebijaksanaan (*hikmah*) dalam menyampaikan pesan dakwah. Al-Qur'an menegaskan pentingnya menyeru manusia dengan hikmah dan nasihat yang baik (QS. An-Nahl: 125), yang dalam konteks komunikasi modern berarti kemampuan menyesuaikan pesan dengan kondisi psikologis, sosial, dan budaya audiens. Dakwah yang bijaksana menghindari pendekatan yang konfrontatif dan lebih menekankan dialog yang persuasif dan humanis (Nur Annisa Tri Handayani Canra Krisna Jaya, n.d.). Allah Swt. berfirman: "Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah..." (QS. An-Nahl: 125). Penggunaan AI harus diarahkan untuk memperkuat kualitas dakwah, bukan sekadar mengejar jumlah tayangan, popularitas, atau keuntungan ekonomi.
- c. Kelembutan (*qaulan layyin*), yaitu menyampaikan pesan dengan bahasa yang santun dan tidak menyakiti perasaan audiens. Dalam komunikasi Islam, kelembutan menjadi strategi penting untuk membangun kedekatan emosional antara da'i dan mad'u, sekaligus menghindari polarisasi sosial yang sering muncul di ruang digital.
- d. Klarifikasi informasi (*Tabayyun*), yaitu sikap kritis dalam memverifikasi informasi sebelum disebarkan. Dalam era media sosial, prinsip ini menjadi sangat relevan untuk mencegah penyebaran informasi palsu (*misinformation*) yang dapat merusak citra dakwah Islam dan menimbulkan konflik sosial (Zia, n.d.). Allah Swt. berfirman: "Jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti." (QS. Al-Hujurat: 6). Prinsip *tabayyun* menjadi sangat relevan dalam menghadapi fenomena *deepfake*, hoaks, dan informasi keagamaan yang dihasilkan secara otomatis oleh AI. Verifikasi menjadi syarat utama sebelum informasi disampaikan kepada masyarakat. ([arXiv](#))
- e. Tanggung jawab moral (*amanah*), yaitu kesadaran bahwa setiap pesan yang disampaikan akan dipertanggungjawabkan secara moral dan spiritual. Da'i tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang harus menjaga dampak dari setiap komunikasi yang dilakukan. Rasulullah saw. bersabda: "Setiap kalian adalah pemimpin dan setiap kalian akan dimintai pertanggungjawaban." (HR. Bukhari dan Muslim). Pengguna AI dalam dakwah memiliki tanggung jawab moral terhadap dampak informasi yang disebarkan. Kesalahan AI tidak menghapus tanggung jawab manusia sebagai pengguna teknologi.

- f. Masalah (Kemanfaatan), Tujuan utama dakwah adalah menghadirkan kemaslahatan bagi umat. Oleh karena itu, pemanfaatan AI harus mampu meningkatkan akses masyarakat terhadap pengetahuan Islam yang benar serta memperkuat literasi keagamaan digital.

Prinsip-prinsip etika dakwah dalam komunikasi Islam Secara keseluruhan, mencakup kejujuran, kebijaksanaan, kelembutan, tabayyun, dan amanah, prinsip tersebut menjadi kerangka normatif yang sangat relevan dalam menghadapi tantangan era digital. Penelitian-penelitian terbaru menegaskan bahwa penerapan etika komunikasi Islam sangat penting untuk menjaga kualitas dakwah di media digital, sekaligus membangun ruang komunikasi yang sehat, inklusif, dan berorientasi pada kemaslahatan umat (Ramli, n.d.).

### **3. Tantangan Etis Dakwah di Era AI**

Perkembangan teknologi dan komunikasi telah merubah tatanan kehidupan masyarakat modern (Faridah Faridah, 2025). Kehadiran *Artificial Intelligence* (AI) telah membuka peluang besar bagi transformasi dakwah Islam melalui otomatisasi konten, chatbot keagamaan, analisis audiens, dan personalisasi pesan dakwah. Namun, di balik berbagai kemudahan tersebut, muncul sejumlah tantangan etis yang memerlukan perhatian serius agar dakwah tetap berlandaskan nilai-nilai komunikasi Islam dan tidak kehilangan substansi spiritualnya. AI bukan sekadar teknologi netral, melainkan instrumen yang dapat memengaruhi cara pesan agama diproduksi, disebarkan, dan dipahami oleh masyarakat. Oleh karena itu, pemanfaatannya harus dikawal dengan prinsip-prinsip etika Islam seperti amanah, kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab (Muh. Aril Widi Saputra, 2025).

Tantangan utama dakwah di era AI adalah keautentikan dan validitas sumber dakwah (krisis otoritas keagamaan). Sistem AI generatif mampu menghasilkan teks, ceramah, atau jawaban keagamaan secara cepat, tetapi tidak selalu menjamin kebenaran isi dan kesesuaian dengan sumber-sumber Islam yang otoritatif. Risiko muncul ketika masyarakat menerima informasi keagamaan yang dihasilkan AI tanpa melakukan verifikasi (*tabayyun*), sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dalam memahami ajaran Islam (Muh. Aril Widi Saputra, 2025).

AI mampu menghasilkan jawaban keagamaan secara instan. Namun, AI tidak memiliki kapasitas ijtihad, pengalaman spiritual, maupun otoritas ilmiah sebagaimana ulama. Beberapa penelitian menegaskan bahwa AI sebaiknya diposisikan sebagai alat bantu, bukan pengganti otoritas keagamaan. (IJCC UMY)

Tantangan berikutnya adalah bias algoritma dan dominasi logika popularitas. Platform digital yang memanfaatkan AI cenderung mempromosikan konten yang memperoleh tingkat interaksi tinggi. Akibatnya, pesan dakwah berpotensi bergeser dari orientasi pendidikan dan pencerahan menuju orientasi popularitas, sensasi, dan monetisasi. Dalam kondisi demikian, kualitas argumentasi keagamaan dapat terabaikan demi mengejar jumlah tayangan, klik, dan pengikut (Rohman, n.d.). Bias Algoritma merupakan tantangan yang mengawatirkan karena Algoritma media sosial cenderung memprioritaskan konten yang menghasilkan keterlibatan tinggi. Akibatnya, pesan dakwah yang provokatif atau sensasional berpotensi lebih banyak tersebar dibandingkan pesan yang substantif. (e-Journal IAIN Kerinci)

AI juga memunculkan masalah dehumanisasi komunikasi dakwah. Hubungan antara da'i dan mad'u yang selama ini dibangun melalui keteladanan, empati, dan interaksi personal berisiko tergantikan oleh sistem otomatis. Padahal, dakwah dalam Islam tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan spiritual, emosional, dan sosial yang sulit direplikasi sepenuhnya oleh mesin. Oleh sebab itu, AI seharusnya

diposisikan sebagai alat bantu, bukan pengganti peran manusia dalam dakwah (Muh. Aril Widi Saputra, 2025).

Tantangan lain yang semakin relevan adalah penyebaran hoaks, deepfake, dan manipulasi informasi keagamaan. Teknologi AI memungkinkan pembuatan audio, video, dan gambar yang tampak autentik tetapi sebenarnya palsu. Dalam konteks dakwah, penyalahgunaan teknologi ini dapat merusak reputasi tokoh agama, menyebarkan fitnah, serta menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap sumber-sumber keagamaan digital. Karena itu, prinsip *tabayyun* menjadi sangat penting sebagai landasan etika komunikasi Islam dalam menghadapi era AI (Wisnu Uriawan, n.d.). Deepfake dan Disinformasi Keagamaan, Teknologi AI memungkinkan pembuatan video, suara, dan gambar palsu yang tampak autentik. Fenomena ini berpotensi menimbulkan fitnah, manipulasi ceramah ulama, dan penyebaran ajaran yang menyesatkan. ([arXiv](#))

Isu privasi dan keamanan data pengguna juga menjadi salah satu tantangan selain persoalan konten. Banyak aplikasi dakwah digital berbasis AI mengumpulkan data perilaku, preferensi, dan aktivitas pengguna untuk meningkatkan personalisasi layanan. Jika tidak dikelola secara bertanggung jawab, data tersebut berpotensi disalahgunakan dan bertentangan dengan prinsip perlindungan martabat manusia yang dijunjung tinggi dalam Islam (Nuha, n.d.). Komersialisasi Dakwah, Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penggunaan AI dan algoritma media sosial dapat mendorong orientasi dakwah ke arah popularitas dan monetisasi, sehingga nilai-nilai moral dakwah berpotensi terpinggirkan. ([e-Journal IAIN Kerinci](#))

Berbagai tantangan tersebut dalam perspektif komunikasi Islam, menegaskan bahwa pemanfaatan AI dalam dakwah harus berlandaskan nilai *ṣidq* (kejujuran), amanah (tanggung jawab), 'adl (keadilan), hikmah (kebijaksanaan), dan *tabayyun* (verifikasi informasi). Dengan demikian, teknologi AI dapat dimanfaatkan secara produktif untuk memperluas jangkauan dakwah tanpa mengabaikan nilai-nilai etis dan tujuan utama dakwah, yaitu mengajak manusia kepada kebaikan, kebenaran, dan kemaslahatan (Syaifulloh, n.d.).

Model etika dakwah berbasis AI berdasarkan prinsip komunikasi Islam, mencakup beberapa hal yakni AI sebagai alat bantu, bukan pengganti ulama, Verifikasi sumber keagamaan sebelum publikasi, Transparansi penggunaan AI dalam produksi konten, Menjaga akurasi dalil dan otoritas ilmiah, Mengutamakan kemaslahatan umat dibanding popularitas, Meningkatkan literasi digital dan literasi AI bagi da'i dan mad'u, serta Mencegah penyebaran hoaks, deepfake, dan manipulasi agama. Model ini sejalan dengan konsep *hybridization model* yang mengintegrasikan otoritas keagamaan tradisional dengan inovasi teknologi digital secara seimbang. ([Jurnal UMS](#))

## Kesimpulan

Artificial Intelligence telah menghadirkan peluang besar bagi pengembangan dakwah digital melalui peningkatan efisiensi, jangkauan, dan interaktivitas komunikasi Islam. Namun, pemanfaatan AI juga memunculkan berbagai persoalan etis seperti krisis otoritas keagamaan, bias algoritma, disinformasi, dan komersialisasi dakwah. Perspektif komunikasi Islam menawarkan landasan etis yang kuat melalui prinsip *ṣidq*, amanah, *tabayyun*, hikmah, dan masalah. Dengan berpegang pada prinsip-prinsip tersebut, AI dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah yang efektif tanpa menghilangkan nilai-nilai autentisitas, tanggung jawab moral, dan tujuan utama dakwah Islam. Oleh karena itu, kolaborasi antara ulama, akademisi, dan pengembang teknologi menjadi kebutuhan penting dalam membangun ekosistem dakwah digital yang etis dan berkelanjutan.

## Daftar Pustaka

- Aritonang, I., Barus, L. N. U., & Rubino. (2026). *Da'wah in the era of artificial intelligence: An ethical analysis of Islamic communication on the use of AI in the production of religious messages*. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 11(1). ([E-Journal Metro Univen](#))
- Al-Qur'an al-Karim.
- A'yuni, Q. (2026). *Transformation of digital da'wah in the era of artificial intelligence*. *Wardah Journal*.
- Dermawan, H. (2026). Dakwah di Era Algoritma: Dialektika Etika dan Strategi Adaptasi Komunikasi Penyiaran Islam Berbasis Artificial Intelligence. *IKHBAR: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, Vol. 1 No., h. 112-123.
- Faridah. (2019). Komunikasi dalam Interaksi Sosial (Analisis Etika Komunikasi dalam Perspektif Islam). *Retorika, Jurnal Ret*, h.99-109.
- Faridah Faridah, D. (2025). KOMUNIKASI EMPATI DALAM MENCIPTAKAN KESEHATAN MENTAL MASYARAKAT MODERN. *RETORIKA Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Volume 7, 120–134.
- Faridah Faridah dkk. (n.d.). Solusi Dakwah Di Era Teknologi Komunikasi Dan Informasi,. *Retorika Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, Volume 4, h. 57-68.
- Handayani, N. A. T., & Jaya, C. K. (2024). *Bentuk-bentuk etika komunikasi dakwah dalam perspektif Al-Qur'an*. *Journal of Da'wah*.
- Hasibuan, M. Y., Ritonga, A. H., & Dianto, I. (2026). *Etika pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam komunikasi dakwah di platform media sosial TikTok*. *Jurnal Cakrawala Akademika*, 2(4), 762–774. ([ResearchGate](#))
- Kahfi. (n.d.). Revolusi Manajemen Dakwah: Integrasi Artificial Intelligence dalam Strategi Dakwah Kontemporer Al. *Journal Of Islamic Management*, Vol. 5, No.
- Liza Nuarida Ulfah Br.Barus, Idris Aritonang, R. (n.d.). Da'wah In The Era Of Artificial Intelligence: An Ethical Analysis Of Islamic Communication On The Use Of Ai In The Production Of Religious Messages. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, Vol.10, No, h. 1-12. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.32332/tnc9m72>
- Muh. Aril Widi Saputra, E. E. & A. A. (2025). Kecerdasan Buatan sebagai Instrumen Dakwah Digital: Menjawab Tantangan Etika Islam. *Prosiding Kajian Islam Dan Integrasi Ilmu Di Era Society 5.0 (KIIIES 5.0) Pascasarjana Universitas Islam Negeri Datokarama Palu*, h.142-144.
- Muhammad Yusup Hasibuan, Anas Habibi Ritonga, dan I. D. (n.d.). Etika Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam Komunikasi Dakwah di Platform Media Sosial TikTok. *Jurnal Cakrawala Akademika*, 2(4), 762–774. <https://doi.org/DOI:10.70182/jca.v2i4.1546>
- M. Munir & Wahyu Ilaihi. (2018). *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana.
- M. Quraish Shihab. (2021). *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati.
- Nuha, A. A. (n.d.). Etika dan Tantangan Dakwah dengan Artificial Intellegence. *Dakwatuna Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 11(1), 97–107. <https://doi.org/DOI:10.54471/dakwatuna.v11i1.3470>.
- Nur Annisa Tri Handayani Canra Krisna Jaya. (n.d.). Bentuk-Bentuk Etika Komunikasi Dakwah dalam Perspektif Al-Qur'an. *Journal of Da'wah*, Volume 3No, 114-136.
- Nur Setiawati, D. (2025). Etika Dakwah Dalam Perspektif Islam. *Mimbar, Jurnal Media Intelektual Muslim Dan Bimbingan Rohani*, Volume 11, h. 140-159.
- Ramli, A. T. (n.d.). Konsep Dasar Etika Dalam Media Dakwah, Basic Concepts of Ethics in Media Da'wah, . *Jurnal Kolaboratif Sains*, Volume 7 N, 6015-6017.
- Rohman, N. al-A. (n.d.). Membaca Ulang Etika Dakwah di Era Digital: Integrasi AI, Literasi Media, dan Argumentasi Keagamaan. *Journal of Da'wah*, Volume 4 N, 119-141.

- Saleh, M. (2024). *Etika komunikasi Islami: Solusi untuk kesuksesan organisasi*. Liwaul Dakwah Journal.
- Saifulloh, M., & Samsuriyanto. (2026). *From isnad to algorithm: A hybridization model of Nahdlatul Ulama and Muhammadiyah's communication strategies for institutionalizing AI ethics in Gen-Z da'wah*. Suhuf: International Journal of Islamic Studies, 38(1). ([Jurnal UMS](#))
- Suhratun, R., & Al-Athiriyah, N. (2026). *Membaca ulang etika dakwah di era digital: Integrasi AI, literasi media, dan argumentasi keagamaan*. Journal of Da'wah, 4(2), 119–141. ([e-Journal IAIN Kerinci](#))
- Syaifulloh, M. R. (n.d.). Etika Komunikasi Islam dalam Era Digital: Tantangan dan Peluang Dakwah Kontemporer. *Jurnal Tabligh, Rumah Jurnal Cv Media Jaza Utama, Vol 1, No.*
- Ula, S. N., & Muhid, A. (2025). *Transformasi dakwah digital melalui kecerdasan buatan: Sebuah kajian literatur*. INTELEKSIA Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah.
- Ullah, M. A., Haque, M. S., & Islam, M. M. (2025). *Artificial intelligence in Islamic communication: An ethical concern*. Journal of Islamic Communication and Counseling, 5(1). ([IJCC UMY](#))
- UNESCO. (2023). *Guidance for Generative AI in Education and Research*.
- Uriawan, W., Rahman, I. F., Zidan, M., Rohmatillah, I., Raihan, M. A., & Dwiyantri, I. (2025). *The role of Islamic ethics in preventing the abuse of artificial intelligence (AI) based deepfakes*. arXiv. ([arXiv](#))
- Waseu, I. (2025). *Peran teknologi AI dalam memperkuat dakwah Islam di era digital*. Dialogika Jurnal Penelitian Komunikasi.
- Widodo, R. B., & Samariansyah, I. (2025). *Dakwah berbasis teknologi artificial intelligence*. Jurnal Da'wah: Risalah Merintis.
- Wisnu Uriawan, D. (n.d.). Preventing AI Deepfake Abuse: An Islamic Ethics Framework. *ArXiv:2512.17218*. <https://doi.org/doi.org/10.48550/arXiv.2512.17218>.
- World Economic Forum. (2024). *Global Risks Report 2024*.
- Yusuf, F. faridah M., & Nur Setiawati. (2022). Etika Keterbukaan dan Perlindungan Privacy di Media Sosial. *JURNAL AN-NASYR: JURNAL DAKWAH DALAM MATA TINTA, VOLUME: 9*, 36–47.
- Zaenuri, L. A. (n.d.). Komunikasi Dakwah Islam dalam Platform Digital: Tinjauan Sistematis tentang Transformasi Otoritas Keagamaan, Algoritma Platform, dan Perilaku Audiens. *Armada : Jurnal Penelitian Multidisplin, VOL. 2*.
- Zia, N. K. (n.d.). Etika Komunikasi Dakwah Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Hadis: Relevansinya di Era Modern. *Jurnal Komunikasi Islam, Rumah Jurnal CV Media Jaza Utama, Vol 1*.
- Zuharin Insana, L. S. (n.d.). Etika dan Tantangan Dakwah di Era Kecerdasan Buatan Studi Kasus Penggunaan Chatbot AI untuk Konsultasi Keagamaan <https://doi.org/doi.org/10.53429/j-kis.v5i2.1042>