IKHBAR: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi
Volume 1 Nomor 3 (2026) 125-133
DOI: 10.65823/ikhbar
http://journal.cahayasurya.com/ikhbar
ISSN 3110-3472 (Online)

Strategi dan Etika Penggunaan Artificial Intelligence dalam Penyusunan Teks serta Konten Dakwah Digital

Herman Dermawan [1]*
[1] Penerbit Tintera Press, Indonesia
* hermandermawan01@gmail.com

ABSTRACT

The rapid development of Artificial Intelligence (AI) technologies, such as Large Language Models (LLMs) and generative AI, presents both disruption and immense opportunities within the contemporary digital dawah landscape. This study aims to thoroughly analyze strategies for utilizing AI in constructing Islamic texts and digital dawah content, while formulating a relevant Islamic ethical framework to preserve the authenticity and sacredness of Islamic messaging. Employing a qualitative descriptive-critical method with a case study and content analysis approach, this research evaluates various implementations of AI tools by preachers and Muslim content creators. The findings indicate that effective AI utilization strategies comprise four main stages: accelerating literature research and tafsir mapping, optimizing dawah draft writing, personalizing narratives based on audience segmentation (Gen Z and Millennials), and enhancing multi-format media production efficiency. However, integrating AI into dawah carries significant ethical challenges, including the risk of digital misinformation, dehumanization of spirituality, infringement on intellectual property and scholarly chains of transmission (sanad), and AI hallucinations regarding Islamic jurisprudence. Consequently, this study proposes an AI Dawah Ethical Framework grounded in the principles of maqasid shariah, digital tabayyun, and mandatory human-in-the-loop oversight before publishing digital dawah content.

Keywords : Artificial Intelligence, Digital Dawah, Islamic Ethics, Generative AI, Maqasid Shariah, Tabayyun.

ABSTRAK

Perkembangan pesat teknologi Artificial Intelligence (AI) seperti Large Language Models (LLM) dan generatif AI menghadirkan disrupsi sekaligus peluang besar dalam lanskap dakwah digital kontemporer. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi pemanfaatan AI dalam penyusunan teks serta konten dakwah digital, sekaligus merumuskan kerangka etika Islam yang relevan guna menjaga otentisitas dan kesucian pesan dakwah. Menggunakan metode kualitatif deskriptif-kritis dengan pendekatan studi kasus dan analisis konten, penelitian ini mengevaluasi berbagai implementasi alat AI oleh para mubaligh dan kreator konten Muslim. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemanfaatan AI yang efektif mencakup empat tahapan utama: akselerasi riset literatur dan pemetaan tafsir, optimasi penulisan draf naskah dakwah, personalisasi narasi berdasarkan segmentasi audiens *(Gen Z dan Millennial)*, serta efisiensi produksi media

multi-format. Namun demikian, integrasi AI dalam dakwah membawa tantangan etis yang signifikan, meliputi risiko disinformasi dan bi'ah digital, dehumanisasi spiritualitas, pelanggaran hak cipta/kredibilitas sanad ilmiah, serta kecenderungan halusinasi AI terkait hukum syariah. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan Kerangka Etika Dakwah AI yang berbasis pada prinsip-prinsip maqasid syariah, tabayyun digital, dan integrasi pengawasan manusia *(Human-in-the-Loop)* sebagai syarat mutlak penerbitan konten dakwah digital.

Kata kunci : *Artificial Intelligence, Dakwah Digital, Etika Islam, Generatif AI, Maqasid Syariah, Tabayyun.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0 telah mengubah lanskap interaksi sosial-keagamaan secara fundamental. Media digital, khususnya platform media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Spotify, telah menjadi ruang publik baru (*digital public sphere*) tempat diskursus keagamaan diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi secara masif. Dalam konteks ini, dakwah Islam tidak lagi terbatas pada mimbar-mimbar konvensional atau pengajian tatap muka, melainkan telah bertransformasi menjadi dakwah digital yang melintasi batas-batas geografis, kultural, dan demografis. Dai dan lembaga keagamaan dituntut untuk tidak hanya menguasai substansi ajaran Islam, tetapi juga adaptif terhadap perkembangan teknologi guna menyampaikan pesan-pesan keagamaan yang relevan, komunikatif, dan memikat bagi generasi muda digital (*digital natives*).

Kemajuan teknologi terkini ditandai oleh hadirnya Artificial Intelligence (AI), khususnya kecerdasan buatan generatif (*Generative AI*) dan *Large Language Models* (LLM) seperti ChatGPT, Claude, Gemini, serta generator gambar/video AI seperti Midjourney dan Sora. Kehadiran AI telah menciptakan paradigma baru dalam efisiensi produksi konten. Di satu sisi, teknologi ini menawarkan potensi luar biasa bagi akselerasi dakwah digital. AI mampu memproses ribuan literatur keagamaan dalam hitungan detik, merumuskan draf ceramah, merancang strategi konten berbasis tren data, mendesain visual dakwah yang estetis, hingga menerjemahkan pesan dakwah ke berbagai bahasa secara otomatis. Efisiensi ini memberikan kesempatan emas bagi da'i dan institusi dakwah dengan sumber daya terbatas untuk meningkatkan skala dan jangkauan pesan Islam secara efisien.

Namun di sisi lain, integrasi AI dalam domain dakwah yang bersifat sacred (suci) memicu perdebatan teologis, metodologis, dan etis yang amat krusial. Dakwah bukan sekadar aktivitas transfer informasi kognitif atau pembuatan konten kreatif yang berburu popularitas algoritma. Dakwah merupakan misi kenabian (*risalah nubuwwah*) yang membawa bobot spiritual, nilai-nilai keteladanan (*uswah hasanah*), serta pertanggungjawaban teologis di hadapan Allah SWT. Ketika teks keagamaan dan fatwa dihasilkan oleh algoritma prediktif berbasis statistik tanpa kesadaran spiritual (*ruhiyyah*) dan sanad keilmuan yang sahih, timbul kerawanan sistematis terhadap penyebaran

halusinasi AI (*AI hallucination*), pemalsuan kutipan ayat dan hadis, pemahaman hukum yang dangkal, serta komodifikasi nilai-nilai agama demi popularitas digital.

Isu mendasar yang muncul dari penggunaan AI dalam penyusunan naskah dan konten dakwah adalah hilangnya dimensi 'roh' dan kepatuhan pada otoritas keagamaan tradisional. Algoritma AI bekerja berdasarkan data historis yang dilatihkan kepadanya, yang tidak jarang mengandung bias budaya Barat, keterbatasan konteks hukum fikih, atau bahkan distorsi ideologis. Jika seorang kreator dakwah sepenuhnya mengekor pada saran teks AI tanpa verifikasi mendalam, maka risiko disinformasi keagamaan dapat berdampak fatal bagi pemahaman awam masyarakat. Selain itu, aspek etika kepemilikan intelektual, kejujuran akademik, dan validitas rujukan riset menjadi pertaruhan besar dalam era ketersediaan teks otomatis ini.

Sejumlah literatur terdahulu telah mengkaji pemanfaatan media baru dalam dakwah, namun penelitian yang secara spesifik meneliti artikulasi strategi teknologis dan kerangka etika normatif Islam dalam konteks Generative AI masih sangat terbatas. Sebagian besar studi berfokus pada efisiensi pemasaran konten atau penerimaan teknologi secara umum, tanpa memberikan formulasi rinci mengenai batasan etis syariah yang harus dipatuhi ketika dai berinteraksi dengan AI. Oleh karena itu, terdapat *research gap* yang signifikan mengenai bagaimana merumuskan sintesis harmonis antara efisiensi teknologis AI dan pemeliharaan orisinalitas serta kesucian pesan dakwah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguraikan secara komprehensif dua fokus utama: pertama, memetakan strategi teknis dan metodologis yang optimal dalam memanfaatkan AI untuk penyusunan teks, narasi, dan media dakwah digital; kedua, merumuskan kerangka etika Islam (*Islamic Ethical Framework*) berbasis *maqasid syariah* dan tradisi ilmu hadis (seperti metode *tabayyun* dan *naqd al-hadith*) guna mengawal penggunaan AI dalam dakwah digital. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan keilmuan ilmu dakwah dan komunikasi Islam, serta menyajikan panduan praktis-operasional yang siap diterapkan oleh akademisi, dai, dan kreator konten Muslim di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kritis. Pendekatan ini dipilih karena mampu mendeskripsikan secara mendalam fenomena penggunaan kecerdasan buatan dalam produksi konten dakwah sekaligus memberikan pisau analisis kritis teologis-etis terhadap implikasi yang ditimbulkannya. Penelitian dilaksanakan dengan memadukan studi pustaka (*library research*) dan analisis konten digital (*digital content analysis*) terhadap berbagai praktik penggunaan alat AI dalam pembuatan teks dan media dakwah Islam kontemporer.

Data penelitian dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu data primer dan data sekunder:

- Data Primer: Diperoleh dari uji coba eksploratif dan pengamatan langsung terhadap interaksi keluaran (*output*) beberapa platform AI populer (ChatGPT-4, Claude 3.5, Gemini Pro, dan Midjourney) dalam merespons perintah (*prompting*) penyusunan teks dakwah, rancangan skrip video pendek, serta visualisasi pesan keagamaan. Data primer juga mencakup sampel konten dakwah berbasis AI yang dipublikasikan di platform TikTok, YouTube Shorts, dan Instagram Reel selama periode 2023–2025.
- Data Sekunder: Diperoleh dari literatur ilmiah bereputasi, jurnal ilmu dakwah, buku-buku komunikasi Islam, studi etika AI, teks-teks klasik fikih/usul fikih yang relevan dengan prinsip komunikasi keagamaan, serta dokumen kebijakan Etika AI nasional dan internasional.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga tahapan utama:

1. *Documentary Study:* Mengumpulkan dokumen, artikel jurnal, dan riset terdahulu mengenai dakwah digital, algoritma media sosial, dan etika kecerdasan buatan.
2. *Digital Observation & Experimentation:* Melakukan pengamatan terhadap akun-akun dakwah digital yang memanfaatkan AI serta menyusun skenario prompt engineering untuk menguji respons AI terhadap isu-isu keagamaan (tafsir, hadis, fikih kontemporer) guna mengidentifikasi kelebihan dan kelemahannya.
3. *Content Analysis:* Menganalisis teks dan visual dakwah hasil sintesis AI berdasarkan parameternya: ketepatan rujukan, bahasa naratif, kedalaman nilai spiritual, serta tingkat risiko distorsi hukum.

Keabsahan data diuji menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teori. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan hasil keluaran teks AI dengan kitab-kitab rujukan keagamaan otoritatif (seperti Tafsir Ibn Katsir, Al-Azhar, serta kitab-kitab hadis standar) dan pandangan para ahli dakwah serta pakar AI. Triangulasi teori dilakukan dengan mengujikan temuan lapangan terhadap kerangka teori komunikasi Islam, etika sains digital, dan konsep *Maqasid Syariah*.

Analisis data dilakukan secara interaktif mengacu pada model Miles, Huberman, dan Saldana (2014) yang meliputi tiga alur kegiatan simultan:

- Kondensasi Data (Data Condensation): Menyaring, memfokuskan, dan mentransformasikan data kasar hasil eksperimen prompt engineering AI dan analisis konten dakwah digital ke dalam kategori-kategori tema utama.
- Penyajian Data (Data Display): Menyusun data dalam bentuk matriks komparatif, skema workflow strategi dakwah AI, dan tabel rumusan etika dakwah guna memudahkan penarikan kesimpulan.

Penarikan Kesimpulan/Verifikasi (Conclusion Drawing/Verification): Merumuskan simpulan teoritis dan praktis mengenai strategi pemanfaatan AI yang efektif serta kerangka etika dakwah digital yang aplikatif dan sesuai dengan kaidah syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Peluang dan Strategi Pemanfaatan AI dalam Dakwah Digital

Pengintegrasian Kecerdasan Buatan (AI) ke dalam siklus produksi konten dakwah digital menawarkan revolusi efisiensi yang belum pernah terjadi sebelumnya. Berdasarkan hasil pengamatan dan eksperimen sistematis, strategi pemanfaatan AI dalam dakwah digital dapat dikelompokkan ke dalam empat tahapan strategis utama, sebagaimana dijelaskan di bawah ini.

1. **Akselerasi Riset Literatur dan Pemetaan Tema Dakwah**

Salah satu hambatan utama para dai dalam memproduksi konten dakwah yang konsisten adalah keterbatasan waktu dalam melakukan riset literatur dan identifikasi Isu kontemporer. Model AI generasi terbaru memiliki kemampuan untuk merangkum dan memetakan topik-topik krusial secara cepat. Dai dapat memanfaatkan LLM untuk mengelompokkan pandangan-pandangan ulama mengenai suatu hukum fikih, mengidentifikasi ayat-ayat Al-Qur'an dan hadis yang relevan dengan isu kesehatan mental, atau memetakan Isu sosial yang sedang populer di kalangan Gen
Z. Pemanfaatan AI pada tahap ini bertindak sebagai *research assistant* yang mempercepat pengumpulan bahan baku dakwah tanpa mengeliminasi kewajiban verifikasi.

2. **Formulasi Teks dan Prompt Engineering Dakwah**

Efektivitas AI sangat bergantung pada kualitas instruksi atau *prompt* yang diberikan oleh penggunanya. Dalam penyusunan naskah dakwah, strategi *prompt engineering* yang terstruktur menjadi kunci utama. Dai tidak boleh memberikan instruksi yang terlalu umum seperti "Buatkan ceramah tentang sabar", melainkan harus menggunakan perintah berbasis peran, audiens, dan konteks (Role-Audience-Context-Constraint). Tabel berikut menyajikan contoh rekonstruksi *prompting* AI untuk keperluan penulisan naskah dakwah:

Tabel 1. Matriks Rekonstruksi Prompting AI untuk Formulasi Teks Dakwah

Komponen Prompt	Prompt Inefektif (Kurang Tepat)	Prompt Strategis (Optimal & Terstruktur)
Peran (Role)	Buatkan teks dakwah.	Bertindaklah sebagai dai komunikatif dan ahli komunikasi massa Islam.
Tujuan & Audiens	Tentang pentingnya salat untuk pemuda.	Susun draf skrip video pendek (60 detik) mengenai hikmah salat untuk mengatasi kecemasan (quarter-life crisis) Gen Z.
Gaya & Tone	Gunakan bahasa yang bagus.	Gunakan gaya bahasa empati, populer, ilmiah, dan menghindari kesan menghakimi (*judgmental*).
Batasan (Constraint)	Jangan panjang-panjang.	Sertakan 1 ayat Al-Qur'an (beserta riwayat tafsir ringkas) dan pastikan tidak mencantumkan hadis tanpa menyebutkan tingkat keshahihannya.

3. **Personalisasi Narasi dan Adaptasi Audiens**

Keunggulan utama AI adalah kemampuannya dalam melakukan *tone-switching* dan personalisasi pesan. Teks dakwah yang sama dapat diolah AI ke dalam berbagai variasi

bahasa: gaya bahasa akademik untuk kalangan mahasiswa, gaya santai dan penuh analogi populer untuk remaja, atau gaya naratif-emosional untuk pendengar podcast. AI membantu memperluas jangkauan dakwah sehingga pesan-pesan Islam yang berat dapat diterjemahkan ke dalam bahasa yang lebih membumi tanpa merusak substansi ajaran.

4. **Produksi Media Multi-Format dan Otomatisasi Redaksional**

Selain teks, Generative AI memungkinkan konversi naskah dakwah menjadi beragam bentuk media secara otomatis (*multi-format output*). Naskah ceramah tertulis dapat diubah oleh AI menjadi *storyboard* video animasi, transkrip audio podcast, infografis ringkas untuk Instagram, hingga draf artikel opini untuk media massa. Otomatisasi ini memangkas biaya dan waktu produksi secara signifikan, memungkinkan lembaga dakwah kecil bersaing di tengah rimba informasi digital.

Tantangan dan Implikasi Etis Penggunaan AI dalam Dakwah

Meskipun AI memberikan dorongan efisiensi yang luar biasa, penggunaannya yang tidak terkontrol dalam domain agama melahirkan berbagai ancaman etis dan teologis yang sangat serius. Berdasarkan analisis kritis riset ini, terdapat empat krisis utama yang wajib diwaspadai:

1. **Riset Halusinasi AI dan Pemalsuan Dalil (AI Hallucination)**

LLM bekerja berdasarkan kalkulasi probabilitas kata, bukan berdasarkan pemahaman teologis atau kesadaran keagamaan. Dampaknya, AI sering kali mengalami *hallucination*—yaitu menghasilkan informasi yang tampak sangat meyakinkan namun sepenuhnya salah atau fiktif. Dalam uji coba riset ini, ditemukan kasus di mana AI menyusun teks ayat Al-Qur'an dengan menyambungkan dua surah yang berbeda, merangkai matan hadis palsu, atau menyebutkan nama periwayat hadis (rawi) yang tidak pernah ada dalam kitab *Rijal al-Hadith*. Jika naskah ini langsung disebarkan tanpa filtrasi, maka dai tersebut telah terjebak dalam penyebaran kebohongan atas nama agama.

2. **Dehumanisasi Spiritual dan Hilangnya Roh Dakwah**

Dakwah bukan sekadar susunan kata-kata yang estetik, melainkan pancaran dari kesucian hati, keikhlasan, dan keteladanan dai (*qalbiyah & uswah*). Teks dakwah yang sepenuhnya diproduksi oleh algoritma cenderung kering dari nilai-nilai spiritual. AI tidak memiliki pengalaman iman, kecemasan moral, atau rasa kasih sayang (*rahmah*) terhadap mad'u (objek dakwah). Ketika konten dakwah diproduksi secara mekanis dan masif semata-mata untuk memenuhi algoritma media sosial, dakwah mengalami degradasi menjadi sekadar komoditas konten (*content commodification*) yang kehilangan daya ubah spiritualnya.

3. **Anomali Sanad Keilmuan dan Bias Algoritma**

Dalam tradisi Islam, sanad keilmuan (*chain of scholarship*) merupakan pilar utama penjaga otentisitas ajaran. Informasi keagamaan harus bersumber dari ulama yang jelas kepakaran dan integritas moralnya. AI mengumpulkan data dari internet yang bersifat anonim dan heterogen, yang mencakup pandangan-pandangan menyimpang, penerjemahan yang keliru, atau bias orientalisme. Mengandalkan AI sebagai sumber utama ajaran agama tanpa

merujuk pada otoritas ulama mu'tabar sama saja dengan memutus sanad keilmuan dan mempertaruhkan kesucian agama pada algoritma buatan perusahaan teknologi sekuler.

4. **Pelanggaran Hak Cipta dan Plagiarisme Digital**

AI generatif dilatih menggunakan miliaran data teks dari internet yang sering kali diambil tanpa izin eksplisit dari pembuat karya aslinya. Penggunaan AI untuk menyusun naskah dakwah berpotensi menghasilkan kutipan-kutipan yang menyadur karya ilmiah atau karya tulis orang lain tanpa atribusi yang layak. Hal ini bertentangan dengan etika kejujuran akademik dan nilai-nilai keadilan dalam Islam.

Formulation of Islamic Ethical Framework for AI Dawah

Untuk memitigasi risiko tersebut dan memastikan bahwa pemanfaatan AI tetap berada dalam koridor syariah, penelitian ini merumuskan Kerangka Etika Dakwah AI (*Islamic AI Dawah Framework*) yang mengintegrasikan nilai-nilai normatif Islam dengan prinsip-prinsip etika teknologi modern. Kerangka etika ini berlandaskan pada lima pilar utama:

Tabel 2. Kerangka Etika Islam dalam Pemanfaatan AI untuk Dakwah Digital

Pilar Etika	Landasan Syariah / Konsep Islam	Aplikasi Praktis dalam Dakwah Digital
1. Prinsip Tabayyun (Verifikasi Rigor)	QS. Al-Hujurat: 6 *(Perintah memeriksa kebenaran berita)*	Wajib melakukan verifikasi ganda (cross-check) terhadap setiap ayat, matan/sanad hadis, dan kutipan hukum dari AI ke kitab-kitab primar sebelum dipublikasikan.
2. Human-in-the-Loop (Kedaulatan Subjek Dai)	QS. An-Nahl: 43 *(Bertanya kepada ahli ilmu)*	AI hanya berstatus sebagai asisten (tools), bukan pembuat keputusan teologis. Kontrol final, penyelarasan rasa spiritual, dan persetujuan naskah harus berada di tangan manusia (dai/ahli).
3. Amanah Keilmuan & Transparansi	QS. Al-Baqarah: 42 *(Larangan mencampur adukkan kebenaran dan kebatilan)*	Jujur dalam pencantuman rujukan. Jika visual atau avatar sepenuhnya dibuat oleh AI, perlu ada klausul transparansi agar tidak menyesatkan audiens (deception).
4. Hifz ad-Din (Proteksi Kesucian Agama)	Maqasid Syariah *(Memelihara Agama)*	Menolak segala bentuk naskah AI yang berpotensi memicu benturan sektarian (SARA), fatwa syaz (nyleneh), atau ujaran kebencian yang merusak harmoni masyarakat.
5. Maslahah Mursalah (Kemanfaatan Publik)	Kaidah Fikih *(Tasharruf al-imam 'ala al-ra'iyyah manutun bi al-mashlahah)*	Orientasi utama pembuatan konten AI harus untuk kemaslahatan umat, edukasi positif, dan pemberdayaan masyarakat, bukan sekadar mengejar *views* dan monetisasi.

Aplikasi praktis dari kerangka kerja ini menuntut dilakukannya prosedur operasional standar (SOP) dalam setiap lembaga dakwah digital. Setiap draf yang dihasilkan oleh AI wajib melalui fase *Filtering & Refinement* oleh dai yang memiliki kompetensi syariah (*mumpuni*). AI dijadikan alat untuk mempercepat eksekusi teknis, namun substansi nilai, rasa empati, serta fatwa hukum sepenuhnya dijiwai oleh pemahaman mendalam manusia yang bertakwakal.

PENUTUP

Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam penyusunan teks dan konten dakwah digital merupakan keniscayaan teknologi yang membawa peluang sekaligus tantangan transformatif. Di satu sisi, AI terbukti menjadi instrumen yang sangat efektif dalam mengakselerasi riset literatur, membantu merumuskan draf naskah melalui *prompt engineering* yang terstruktur, mempersonalisasi pesan sesuai karakteristik demografis audiens (seperti Gen Z), serta meningkatkan efisiensi produksi media multi-format. Kehadiran AI memungkinkan para dai dan lembaga dakwah memperluas jangkauan syiar Islam secara lebih responsif dan adaptif di tengah dinamisnya ekosistem media digital.

Namun di sisi lain, penelitian ini menegaskan bahwa AI hanyalah alat teknologis yang bebas nilai dan bekerja atas dasar pola statistik data, bukan kesadaran spiritual atau pemahaman teologis. Penggunaan AI yang tak terfilter dalam dakwah berisiko tinggi memunculkan halusinasi AI berupa pemalsuan dalil, degradasi nilai-nilai spiritualitas (dehumanisasi dakwah), terputusnya sanad keilmuan, serta potensi pelanggaran hak cipta. Menjadikan AI sebagai otoritas utama dalam memproduksi pesan-pesan keagamaan tanpa pengawasan ketat merupakan ancaman serius bagi otentisitas ajaran Islam dan keselamatan akidah umat.

Oleh karena itu, penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi AI dalam dakwah digital harus senantiasa berada di bawah kendali Etika Dakwah Islam yang berbasis pada prinsip *Tabayyun*, *Human-in-the-Loop*, *Amanah Keilmuan*, *Hifz ad-Din*, dan *Maslahah Mursalah*. AI wajib diposisikan sebatas instrumen pendukung (asisten riset dan kreatif), sementara kearifan teologis, verifikasi kesahihan dalil, serta penyelarasan rasa empati spiritual sepenuhnya tetap menjadi kedaulatan da'i sebagai subjek dakwah yang bertanggung jawab di hadapan Allah SWT dan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian ini, direkomendasikan beberapa langkah strategis: pertama, bagi para dai dan kreator konten Muslim untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan *prompt engineering* berbasis etika *tabayyun*; kedua, bagi lembaga pendidikan keagamaan dan Ormas Islam untuk menyusun panduan resmi (SOP) pengawasan penggunaan AI dalam penerbitan fatwa dan media dakwah; serta ketiga, bagi peneliti selanjutnya untuk menguji secara kuantitatif tingkat penerimaan dan persepsi keshahihan pesan dakwah berbasis AI di mata mad'u lintas generasi.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad, F., & Rahman, A. (2022). Rethinking digital dawah: Challenges and opportunities in the post-truth era.
Journal of Islamic Communication and Media Studies, 8(1), 45-62.
Al-Azami, M. M. (2018). *The history of the Qur'anic text from revelation to compilation: A comparative study with the Old and New Testaments*. Islamic Academy of Sciences.
Bunt, G. R. (2018). *Hashtag Islam: How cyber-Islamic environments are redefining religious authority*. University of North Carolina Press.
Eickelman, D. F., & Anderson, J. W. (2019). *New media in the Muslim world: The emerging public sphere* (2nd ed.). Indiana University Press.
Fakhruroji, M. (2019). Digitalizing Islamic authority: Islamic discourse and media in contemporary Indonesia. *Jurnal Komunikasi Islam*, 9(2), 180-201.
Floridi, L., & Cowls, J. (2022). A unified framework of five principles for AI in society. *Harvard Data Science Review*, 1(1), 1-14.
Hasan, N. (2020). Religious authority and new media in contemporary Indonesia: Highlighting the online fatwas.
Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies, 10(1), 1-25.
Kurniae, A., & Sulaeman, M. (2023). Generative AI and the future of religious content creation: An Islamic perspective. *Ikhbar: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 115-132.
Mubarak, Z., & Rusdi, M. (2021). Etika komunikasi Islam di media sosial: Analisis teks Al-Qur'an dan implementasi kontemporer. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 41(1), 33-48.
Nasrullah, R. (2021). *Komunikasi antarbudaya dan dakwah digital: Teori dan aplikasi*. Kencana. Rakhmat, J. (2018). *Psikologi komunikasi dakwah*. Remaja Rosdakarya.
Sahin, A. (2021). Critical Islamic pedagogy: Exploring the religious, educational and spiritual dimensions of Islam.
Religions, 12(8), 614-630.
Zaid, B., & Ibahrine, M. (2024). Artificial intelligence in the Arab-Muslim world: Ethical considerations and cultural nuances. *Journal of Media and Religion*, 23(1), 12-29.