



Strategi Pemanfaatan Generative Artificial Intelligence dalam Manajemen Media Dakwah Digital: Peluang, Efisiensi, dan Tantangan Etika Komunikasi Islam

Ahmad Zein Daulay¹, Susi Purnamasari Gulo², Sholeh Fikri³

^{1,2,3}Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Pascasarjana UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Email: zeindaulay26@gmail.com; susipurnamasari970@gmail.com; sholehfikri@uinsyahada.ac.id

Keywords	Abstract
Generative Artificial Intelligence, Dakwah Digital, Manajemen Media Dakwah, Komunikasi Islam, Etika Komunikasi Islam.	The development of Generative Artificial Intelligence (GenAI) has brought significant transformations to the management of digital da'wah media, requiring the adaptation of Islamic communication strategies in the technological era. This technology offers various opportunities to support the production, distribution, and management of da'wah content more effectively while expanding audience reach through diverse digital platforms. This study employed a qualitative approach using a library research method. Data were collected from relevant journal articles, books, and academic documents and analyzed through content analysis to identify themes, patterns, and conceptual relationships regarding the utilization of GenAI in digital da'wah media management. The findings indicate that GenAI has substantial potential to enhance the effectiveness of da'wah through content personalization, broader audience engagement, and the development of technology-based religious services. Furthermore, GenAI improves the efficiency of da'wah media management through content production automation, audience analysis, and the optimization of religious information distribution. However, its implementation also presents several challenges, including the validity of religious information, algorithmic bias, the potential shift of religious authority, and the risk of diminishing the humanistic dimension of da'wah communication. Therefore, the application of GenAI in digital da'wah media requires proper management that incorporates the principles of Islamic communication ethics to ensure that technological utilization remains aligned with the objectives and values of Islam.
Generative Artificial Intelligence, Dakwah Digital,	Perkembangan Generative Artificial Intelligence (GenAI) telah menghadirkan transformasi signifikan dalam pengelolaan media dakwah digital yang menuntut adaptasi strategi komunikasi Islam di era teknologi.

Manajemen Media Dakwah, Komunikasi Islam, Etika Komunikasi Islam.	Teknologi ini menawarkan berbagai peluang dalam mendukung proses produksi, distribusi, dan pengelolaan konten dakwah secara lebih efektif serta mampu menjangkau audiens yang lebih luas melalui berbagai platform digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kepustakaan (library research). Data diperoleh dari artikel jurnal, buku, dan dokumen akademik yang relevan, kemudian dianalisis menggunakan teknik content analysis untuk mengidentifikasi tema, pola, dan keterkaitan konsep terkait pemanfaatan GenAI dalam manajemen media dakwah digital. Hasil kajian menunjukkan bahwa GenAI berpotensi meningkatkan efektivitas dakwah melalui personalisasi konten, perluasan jangkauan audiens, serta pengembangan layanan keagamaan berbasis teknologi. Selain itu, GenAI mampu meningkatkan efisiensi pengelolaan media dakwah melalui otomatisasi produksi konten, analisis audiens, dan optimalisasi distribusi informasi keagamaan. Namun, pemanfaatannya juga menghadirkan tantangan berupa validitas informasi keagamaan, bias algoritma, potensi pergeseran otoritas keagamaan, serta risiko berkurangnya dimensi humanistik dalam komunikasi dakwah. Oleh karena itu, penerapan GenAI dalam media dakwah digital memerlukan pengelolaan yang memperhatikan prinsip-prinsip etika komunikasi Islam agar pemanfaatan teknologi tetap sejalan dengan tujuan dan nilai-nilai dakwah Islam.		
Article Info			
Submit: 18/05/2026		Accepted: 23/06/2026	Publish: 04/07/2026
Corresponding Author		Ahmad Zein Daulay	

Introduction

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah mengubah pola komunikasi masyarakat, termasuk dalam aktivitas dakwah Islam. Kehadiran Artificial Intelligence (AI), khususnya Generative Artificial Intelligence (GenAI), telah menghadirkan paradigma baru dalam pengelolaan media dakwah digital yang memungkinkan proses produksi, distribusi, dan evaluasi konten dilakukan secara lebih cepat, efektif, dan efisien. Teknologi ini mampu menghasilkan berbagai bentuk konten seperti teks, gambar, audio, video, hingga chatbot interaktif yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran pesan-pesan keislaman kepada masyarakat digital yang semakin heterogen (Tarwiyyah, 2025; Merlina et al., 2025). Dalam konteks tersebut, AI tidak lagi dipandang hanya sebagai perangkat teknologi, melainkan telah menjadi bagian dari ekosistem komunikasi dakwah yang terus berkembang pada era Society 5.0.

Pemanfaatan Generative AI dalam manajemen media dakwah digital menawarkan berbagai peluang strategis. AI memungkinkan lembaga dakwah maupun para dai untuk melakukan personalisasi pesan berdasarkan karakteristik audiens, mengotomatisasi pembuatan konten, menganalisis perilaku pengguna media sosial, serta meningkatkan jangkauan dakwah melalui berbagai platform digital (Tiara & Nabila, 2025). Selain itu, penggunaan AI dapat membantu proses segmentasi audiens, penjadwalan konten, serta evaluasi efektivitas pesan dakwah berbasis data analitik sehingga mampu meningkatkan efisiensi pengelolaan media dakwah secara signifikan (Ananta et al., 2026). Bagi generasi muda yang sangat dekat dengan teknologi digital, pemanfaatan AI juga berpotensi menjadikan dakwah lebih interaktif, adaptif, dan relevan dengan kebutuhan zaman (Fahma, 2025).

Penggunaan Generative AI dalam dakwah juga menghadirkan tantangan yang kompleks. Kemampuan AI dalam menghasilkan informasi secara otomatis berpotensi

menimbulkan persoalan validitas sumber keagamaan, bias algoritma, penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, hingga munculnya konten keagamaan yang kehilangan dimensi spiritual dan otoritas keilmuan Islam (Dzaky et al., 2025; Hidayat et al., 2025). Bahkan, muncul kekhawatiran mengenai pergeseran otoritas keagamaan dari ulama dan dai kepada sistem berbasis algoritma yang belum tentu memiliki landasan sanad keilmuan yang jelas (Tarwiyah, 2025). Oleh karena itu, pemanfaatan Generative AI dalam manajemen media dakwah digital perlu diiringi dengan penguatan etika komunikasi Islam yang berlandaskan prinsip kejujuran (ṣidq), amanah, tanggung jawab, serta kemaslahatan agar teknologi dapat dimanfaatkan secara optimal tanpa mengabaikan nilai-nilai fundamental dakwah Islam (Darmawan et al., 2025; Sari & Priyatna, 2024).

Kajian mengenai pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam konteks keislaman, pendidikan, dan dakwah telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa AI memiliki potensi besar dalam meningkatkan efektivitas penyebaran informasi, pengelolaan media digital, serta pengembangan strategi komunikasi yang lebih adaptif terhadap kebutuhan masyarakat modern. Namun demikian, sebagian besar penelitian yang ada masih berfokus pada aspek pemanfaatan teknologi secara umum dan belum secara spesifik membahas strategi pemanfaatan Generative Artificial Intelligence dalam manajemen media dakwah digital yang dikaitkan dengan aspek efisiensi dan etika komunikasi Islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Hanna (2025) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi digital telah membuka peluang baru bagi aktivitas dakwah melalui pemanfaatan media sosial, aplikasi digital, dan berbagai platform daring lainnya. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan teknologi mampu memperluas jangkauan audiens sekaligus meningkatkan interaksi masyarakat terhadap pesan-pesan keislaman. Meskipun demikian, penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada inovasi dakwah berbasis teknologi secara umum tanpa mengulas secara mendalam peran Generative AI dalam proses manajemen media dakwah (Hanna, 2025).

Kajian serupa dilakukan oleh Fahma (2025) yang meneliti strategi dakwah bagi Generasi Z pada era Artificial Intelligence. Penelitian tersebut menemukan bahwa integrasi AI dapat mendukung personalisasi pengalaman keberagamaan melalui chatbot Islami, sistem rekomendasi konten, dan analisis kebutuhan spiritual audiens. Selain itu, penggunaan media sosial seperti TikTok, Instagram Reels, dan podcast dinilai efektif dalam menjangkau generasi muda yang memiliki karakteristik digital-native. Namun, fokus penelitian tersebut lebih diarahkan pada strategi komunikasi dakwah kepada Generasi Z dibandingkan pada pengelolaan media dakwah secara kelembagaan (Fahma, 2025).

Penelitian yang dilakukan oleh Tiara dan Nabila (2025) mengkaji integrasi teknologi AI sebagai sarana penguatan dakwah Islam di dunia digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AI telah digunakan dalam berbagai bentuk, seperti chatbot Islami, aplikasi pengingat ibadah, dan platform pembelajaran Al-Qur'an berbasis kecerdasan buatan. Penelitian ini menegaskan bahwa AI berpotensi memperluas akses masyarakat terhadap informasi keagamaan, namun juga menghadirkan tantangan terkait validitas konten, otoritas keilmuan, serta risiko dehumanisasi dalam penyampaian pesan dakwah (Tiara & Nabila, 2025).

Hidayat et al. (2025) menyoroti peluang dan tantangan pengembangan konten dakwah pada era AI. Temuan penelitian menunjukkan bahwa AI mampu mempercepat produksi konten keagamaan dan meningkatkan kreativitas dalam penyajian dakwah melalui format multimedia yang lebih menarik. Akan tetapi, penggunaan AI juga berpotensi menghasilkan informasi yang kurang akurat apabila tidak disertai proses verifikasi oleh pihak yang memiliki kompetensi keagamaan. Oleh karena itu, AI dipandang sebagai alat bantu yang dapat

mendukung aktivitas dakwah, bukan menggantikan peran ulama dan dai sebagai sumber otoritas keilmuan Islam (Hidayat et al., 2025).

Dalam perspektif manajemen dakwah digital, penelitian Ananta et al. (2026) menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah berbasis platform digital ditentukan oleh kemampuan pengelola dalam melakukan segmentasi audiens, perencanaan konten, penjadwalan publikasi, serta evaluasi berbasis data analitik. Penelitian tersebut juga mengungkapkan bahwa integrasi AI dapat membantu optimalisasi interaksi dua arah antara pengelola dakwah dan audiens. Meski demikian, pembahasan mengenai pemanfaatan Generative AI sebagai instrumen utama dalam proses manajemen media dakwah masih belum menjadi fokus utama penelitian tersebut (Ananta et al., 2026).

Beberapa penelitian lebih banyak menyoroti aspek etika dan implikasi sosial dari penggunaan AI. Tarwiyyah (2025) menjelaskan bahwa kemunculan AI dalam ruang keagamaan telah memunculkan fenomena renegotiasi otoritas keagamaan tradisional. Kehadiran chatbot keagamaan, virtual preacher, dan sistem konsultasi berbasis AI berpotensi menggeser posisi ulama sebagai sumber rujukan utama masyarakat dalam memperoleh pengetahuan agama. Kondisi ini memunculkan pertanyaan mengenai legitimasi, akuntabilitas, dan validitas informasi keagamaan yang dihasilkan oleh sistem AI (Tarwiyyah, 2025).

Kajian mengenai etika penggunaan AI juga ditemukan dalam penelitian Dzaky et al. (2025) yang menyoroti berbagai tantangan etis dalam pemanfaatan AI pada media digital. Penelitian tersebut mengidentifikasi potensi bias algoritma, penyebaran misinformation, kurangnya transparansi, serta masalah akuntabilitas sebagai isu utama yang harus diantisipasi dalam penggunaan teknologi AI. Temuan ini relevan dengan aktivitas dakwah digital karena kualitas informasi keagamaan yang disampaikan sangat berkaitan dengan nilai kejujuran, amanah, dan tanggung jawab dalam komunikasi Islam (Dzaky et al., 2025).

Penelitian Darmawan et al. (2025) menegaskan pentingnya penguatan literasi kritis dan etika digital Islami dalam pemanfaatan AI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi AI perlu diimbangi dengan kemampuan verifikasi informasi dan pemahaman terhadap prinsip-prinsip etika Islam agar teknologi tidak menjadi sarana penyebaran informasi yang menyesatkan. Sejalan dengan itu, Sari dan Priyatna (2024) menjelaskan bahwa pemanfaatan AI harus berlandaskan prinsip *maqāṣid al-syarīʿah*, kemaslahatan, amanah, dan tanggung jawab sosial sehingga teknologi dapat menjadi instrumen pemberdayaan umat tanpa mengabaikan nilai-nilai moral Islam (Sari & Priyatna, 2024).

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa kajian yang ada umumnya membahas pemanfaatan AI dalam dakwah, pendidikan Islam, literasi digital, maupun etika teknologi secara parsial. Namun, masih terdapat keterbatasan penelitian yang secara khusus mengkaji strategi pemanfaatan Generative Artificial Intelligence dalam manajemen media dakwah digital dengan menitikberatkan pada aspek peluang, efisiensi pengelolaan media, serta tantangan etika komunikasi Islam secara komprehensif. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menawarkan analisis yang lebih integratif mengenai bagaimana Generative AI dapat dimanfaatkan secara strategis dalam pengelolaan media dakwah digital tanpa mengabaikan prinsip-prinsip etika komunikasi Islam yang menjadi fondasi utama aktivitas dakwah.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas pemanfaatan Artificial Intelligence dalam dakwah digital, pendidikan Islam, literasi digital, dan etika komunikasi, kajian-kajian tersebut cenderung berfokus pada aspek penggunaan teknologi secara umum, peluang implementasi AI, atau tantangan etisnya secara terpisah (Tarwiyyah, 2025; Tiara & Nabila, 2025; Hidayat et al., 2025). Hingga saat ini masih terbatas penelitian yang secara khusus mengkaji Generative Artificial Intelligence sebagai instrumen strategis dalam manajemen media dakwah digital dengan mengintegrasikan dimensi peluang pemanfaatan, efisiensi

pengelolaan media, dan tantangan etika komunikasi Islam dalam satu kerangka analisis yang komprehensif. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan tersebut melalui pendekatan yang lebih integratif dan kontekstual terhadap perkembangan dakwah digital di era AI.

Penelitian ini penting dilakukan mengingat perkembangan Generative Artificial Intelligence (GenAI) telah membawa perubahan signifikan dalam praktik komunikasi dan pengelolaan media dakwah di era digital. Pemanfaatan teknologi seperti chatbot, content generator, analisis audiens berbasis data, serta otomatisasi produksi konten menawarkan peluang besar untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dakwah. Namun, di sisi lain, penggunaan GenAI juga menimbulkan berbagai persoalan terkait validitas informasi keagamaan, otoritas keilmuan, bias algoritma, serta kesesuaian dengan prinsip-prinsip etika komunikasi Islam (Tarwiyah, 2025; Dzaky et al., 2025). Oleh karena itu, penelitian ini diperlukan untuk memberikan landasan konseptual mengenai pemanfaatan AI yang tidak hanya berorientasi pada efektivitas teknologi, tetapi juga tetap menjaga nilai-nilai dakwah yang autentik dan bertanggung jawab.

Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada upaya mengintegrasikan tiga aspek utama, yaitu peluang pemanfaatan Generative AI, efisiensi manajemen media dakwah digital, dan tantangan etika komunikasi Islam, dalam satu kerangka analisis yang komprehensif. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung membahas aspek-aspek tersebut secara terpisah, penelitian ini menawarkan perspektif yang lebih holistik mengenai strategi pemanfaatan GenAI sebagai instrumen manajemen media dakwah digital yang inovatif, efektif, sekaligus selaras dengan nilai-nilai etika komunikasi Islam. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis maupun praktis bagi pengembangan dakwah digital di era kecerdasan buatan.

Penelitian ini berargumen bahwa pemanfaatan Generative Artificial Intelligence dalam manajemen media dakwah digital dapat meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan jangkauan dakwah secara signifikan. Namun, implementasinya harus disertai penguatan etika komunikasi Islam agar kualitas, validitas, dan otoritas pesan dakwah tetap terjaga di tengah transformasi digital berbasis kecerdasan buatan.

Penelitian ini berfokus pada analisis strategi pemanfaatan Generative Artificial Intelligence (GenAI) dalam manajemen media dakwah digital pada era transformasi teknologi. Fokus kajian diarahkan pada tiga aspek utama, yaitu peluang yang ditawarkan GenAI dalam pengembangan dan distribusi konten dakwah, efisiensi yang dihasilkan dalam proses pengelolaan media dakwah digital, serta tantangan etika komunikasi Islam yang muncul akibat penggunaan teknologi berbasis kecerdasan buatan. Selain itu, penelitian ini juga menelaah bagaimana prinsip-prinsip etika komunikasi Islam dapat menjadi landasan dalam mengoptimalkan penggunaan GenAI agar tetap sejalan dengan nilai-nilai dakwah.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis peluang pemanfaatan Generative Artificial Intelligence dalam mendukung manajemen media dakwah digital, mengkaji bentuk-bentuk efisiensi yang dihasilkan dari implementasi teknologi tersebut, serta mengevaluasi berbagai tantangan etika komunikasi Islam yang berpotensi muncul. Melalui kajian ini diharapkan diperoleh model pemanfaatan GenAI yang efektif, inovatif, dan tetap berorientasi pada nilai-nilai keislaman dalam praktik dakwah digital kontemporer.

Literature Review

Generative Artificial Intelligence dalam Transformasi Komunikasi Digital

Generative Artificial Intelligence (GenAI) merupakan salah satu perkembangan terbaru dalam teknologi kecerdasan buatan yang memiliki kemampuan menghasilkan

berbagai bentuk konten secara otomatis, seperti teks, gambar, audio, video, hingga simulasi percakapan berbasis bahasa alami. Kehadiran teknologi ini telah mengubah paradigma komunikasi digital dari yang sebelumnya bersifat manual menjadi lebih otomatis, personal, dan berbasis data. Dalam berbagai sektor, termasuk pendidikan, media, dan komunikasi keagamaan, GenAI dimanfaatkan untuk meningkatkan produktivitas, mempercepat proses produksi informasi, serta memperluas jangkauan komunikasi kepada masyarakat (Munir et al., 2024). Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa AI tidak lagi berfungsi sebagai alat bantu sederhana, melainkan telah menjadi bagian integral dalam sistem pengelolaan informasi dan komunikasi digital modern.

Dalam perspektif Islam, pemanfaatan AI dipandang sebagai instrumen yang dapat mendukung kemajuan umat selama penggunaannya tetap berorientasi pada nilai-nilai kemaslahatan, keadilan, dan tanggung jawab sosial. AI memiliki potensi untuk memperkuat produktivitas dan efektivitas berbagai aktivitas keagamaan, termasuk pendidikan dan dakwah, apabila dikelola berdasarkan prinsip *maqāṣid al-syarīʿah* dan etika Islam (Sari & Priyatna, 2024). Oleh karena itu, pemanfaatan GenAI tidak hanya dipahami sebagai inovasi teknologi, tetapi juga sebagai bagian dari upaya adaptasi dakwah terhadap perkembangan zaman.

Manajemen Media Dakwah Digital

Manajemen media dakwah digital merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi aktivitas dakwah yang memanfaatkan platform digital sebagai media utama penyebaran pesan keislaman. Perkembangan media sosial, website, aplikasi mobile, dan platform berbasis komunitas telah mendorong perubahan pola dakwah dari model konvensional menuju model digital yang lebih fleksibel dan interaktif (Hanna, 2025). Transformasi ini menuntut pengelola media dakwah untuk mampu memahami karakteristik audiens digital sekaligus mengoptimalkan teknologi yang tersedia.

Menurut Ananta et al. (2026), keberhasilan manajemen dakwah digital ditentukan oleh kemampuan dalam melakukan segmentasi audiens, perencanaan konten yang sistematis, penjadwalan publikasi yang konsisten, serta evaluasi berbasis data analitik. Dalam konteks ini, AI berperan sebagai teknologi pendukung yang mampu membantu proses analisis perilaku audiens, pengelolaan interaksi pengguna, serta optimalisasi distribusi konten dakwah secara lebih efektif. Dengan demikian, integrasi GenAI dalam manajemen media dakwah dapat menjadi strategi yang relevan untuk meningkatkan kualitas dan daya jangkau dakwah pada era digital.

Peluang dan Efisiensi Pemanfaatan Generative AI dalam Dakwah Digital

Pemanfaatan Generative AI membuka peluang baru dalam pengembangan dakwah digital yang lebih adaptif terhadap kebutuhan masyarakat modern. AI memungkinkan produksi konten dakwah dilakukan secara cepat melalui pembuatan artikel, caption media sosial, naskah ceramah, desain visual, hingga video edukatif berbasis kecerdasan buatan. Selain mempercepat proses produksi, teknologi ini juga memungkinkan personalisasi pesan dakwah berdasarkan karakteristik dan preferensi audiens tertentu (Fahma, 2025).

Penelitian Tiara dan Nabila (2025) menunjukkan bahwa AI telah dimanfaatkan dalam berbagai bentuk layanan dakwah digital, seperti chatbot Islami, aplikasi pengingat ibadah, dan platform pembelajaran Al-Qur'an berbasis teknologi cerdas. Kehadiran teknologi tersebut membantu masyarakat memperoleh akses terhadap informasi keagamaan secara lebih cepat dan mudah. Selain itu, penggunaan AI juga mampu meningkatkan efisiensi operasional lembaga dakwah melalui otomatisasi tugas-tugas administratif, pengelolaan konten, serta analisis performa media digital (Merlina et al., 2025). Oleh karena itu, GenAI menjadi salah

satu instrumen strategis yang dapat mendukung transformasi dakwah menuju sistem komunikasi yang lebih efektif dan berbasis data.

Etika Komunikasi Islam dala Pemanfaatan AI

Meskipun menawarkan berbagai manfaat, penggunaan Generative AI dalam aktivitas dakwah tidak terlepas dari berbagai persoalan etika. Salah satu isu utama adalah validitas informasi keagamaan yang dihasilkan oleh sistem AI. Kemampuan AI dalam menghasilkan jawaban secara otomatis berpotensi menimbulkan kesalahan interpretasi apabila tidak didasarkan pada sumber keilmuan yang kredibel dan terverifikasi (Tarwiyyah, 2025). Selain itu, bias algoritma, kurangnya transparansi sistem, serta risiko penyebaran informasi yang tidak akurat menjadi tantangan yang harus diantisipasi dalam penggunaan teknologi berbasis AI (Dzaky et al., 2025).

Dalam perspektif komunikasi Islam, setiap proses penyampaian pesan harus berlandaskan prinsip *ṣidq* (kejujuran), *amanah* (tanggung jawab), *tabligh* (transparansi), dan *fathanah* (kebijaksanaan). Prinsip-prinsip tersebut menjadi pedoman penting dalam memastikan bahwa teknologi digunakan untuk menghasilkan kemaslahatan dan tidak menimbulkan mudarat bagi masyarakat. Darmawan et al. (2025) menegaskan bahwa penguatan literasi digital Islami dan kemampuan verifikasi informasi merupakan langkah strategis untuk menjaga kualitas komunikasi keagamaan di era kecerdasan buatan. Dengan demikian, integrasi GenAI dalam media dakwah digital harus ditempatkan sebagai alat pendukung yang membantu peran manusia, bukan menggantikan otoritas ulama dan dai dalam menyampaikan ajaran Islam secara autentik dan bertanggung jawab.

Method

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kepustakaan (*library research*). Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada analisis konseptual mengenai strategi pemanfaatan Generative Artificial Intelligence (GenAI) dalam manajemen media dakwah digital serta implikasinya terhadap etika komunikasi Islam. Studi kepustakaan memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif melalui penelaahan berbagai sumber ilmiah yang relevan dengan tema penelitian.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data sekunder yang diperoleh dari artikel jurnal ilmiah, prosiding, buku, serta dokumen akademik yang membahas Artificial Intelligence, dakwah digital, manajemen media, transformasi komunikasi digital, dan etika komunikasi Islam. Referensi yang digunakan merupakan publikasi ilmiah yang terbit dalam kurun waktu 2024–2026 sehingga memiliki relevansi terhadap perkembangan teknologi Generative AI yang terus mengalami perubahan secara dinamis. Beberapa sumber utama yang dianalisis antara lain penelitian Tarwiyyah (2025), Tiara dan Nabila (2025), Hidayat et al. (2025), Ananta et al. (2026), Fahma (2025), Dzaky et al. (2025), serta berbagai literatur pendukung lainnya yang berkaitan dengan pemanfaatan AI dalam konteks keislaman dan komunikasi digital.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dengan cara mengidentifikasi, menginventarisasi, membaca, dan mengkaji secara sistematis berbagai literatur yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan teknik analisis isi (*content analysis*) yang bertujuan untuk mengidentifikasi tema-tema utama, pola pemikiran, serta keterkaitan antar konsep yang muncul dalam berbagai sumber literatur. Analisis dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu reduksi data, kategorisasi data, interpretasi data, dan penarikan kesimpulan.

Untuk menjaga validitas data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan dan mengonfirmasi temuan dari berbagai referensi yang memiliki

fokus kajian serupa. Melalui pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan analisis yang mendalam mengenai peluang, efisiensi, dan tantangan etika komunikasi Islam dalam pemanfaatan Generative Artificial Intelligence sebagai strategi pengelolaan media dakwah digital di era transformasi teknologi.

Result and Analysis

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah mendorong terjadinya transformasi besar dalam praktik komunikasi dan penyebaran informasi keagamaan. Salah satu inovasi yang saat ini mendapatkan perhatian luas adalah Generative Artificial Intelligence (GenAI), yaitu teknologi kecerdasan buatan yang mampu menghasilkan berbagai bentuk konten secara otomatis berdasarkan data dan instruksi yang diberikan pengguna. Dalam konteks dakwah digital, kehadiran GenAI membuka peluang baru bagi pengelolaan media dakwah yang lebih adaptif, efektif, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat modern. Berdasarkan hasil telaah terhadap berbagai literatur, ditemukan bahwa pemanfaatan GenAI dalam manajemen media dakwah digital dapat dianalisis melalui tiga dimensi utama, yaitu peluang strategis, efisiensi operasional, dan tantangan etika komunikasi Islam.

Peluang Pemanfaatan Generative AI dalam Manajemen Media Dakwah Digital

Generative AI memiliki potensi yang sangat besar dalam mendukung pengembangan media dakwah digital. Perubahan perilaku masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi digital menjadikan media sosial, website, aplikasi mobile, dan platform berbasis komunitas sebagai sarana utama dalam memperoleh informasi keagamaan. Kondisi ini menuntut lembaga dakwah untuk mampu menghasilkan konten yang menarik, relevan, dan mudah diakses oleh berbagai kelompok masyarakat. Menurut Fahma (2025), Generasi Z sebagai kelompok pengguna internet terbesar saat ini memiliki karakteristik yang menyukai informasi yang cepat, visual, interaktif, dan personal. Oleh karena itu, strategi dakwah yang hanya mengandalkan metode konvensional cenderung kurang efektif dalam menjangkau kelompok ini. Dalam situasi tersebut, GenAI dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan berbagai bentuk konten dakwah yang lebih sesuai dengan preferensi audiens digital, seperti video pendek, infografis Islami, podcast, animasi edukatif, maupun chatbot interaktif yang mampu memberikan respons secara real-time. Selain itu, penelitian Tiara dan Nabila (2025) menunjukkan bahwa AI telah digunakan dalam berbagai layanan keagamaan digital, seperti chatbot Islami, aplikasi pengingat ibadah, platform pembelajaran Al-Qur'an, serta sistem konsultasi keagamaan berbasis kecerdasan buatan. Kehadiran teknologi tersebut memungkinkan masyarakat memperoleh akses terhadap informasi keislaman secara lebih cepat dan fleksibel tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu.

Dalam perspektif manajemen media, peluang lain yang ditawarkan GenAI adalah kemampuan melakukan personalisasi konten. Teknologi AI mampu menganalisis data perilaku pengguna sehingga pesan dakwah dapat disesuaikan dengan karakteristik audiens tertentu. Pendekatan ini memungkinkan pengelola media dakwah menyampaikan pesan yang lebih relevan sesuai kebutuhan spiritual, usia, latar belakang pendidikan, maupun preferensi media audiens. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ananta et al. (2026) yang menegaskan bahwa keberhasilan dakwah digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan memahami karakteristik audiens. Dengan dukungan AI, proses segmentasi audiens dapat dilakukan secara lebih akurat sehingga efektivitas penyampaian pesan dakwah menjadi lebih optimal. Lebih jauh lagi, GenAI juga berpotensi memperluas jangkauan dakwah secara global. Kemampuan AI dalam menerjemahkan bahasa secara otomatis memungkinkan pesan-pesan Islam disebarluaskan kepada masyarakat lintas negara dan budaya. Dengan demikian, dakwah

tidak lagi terbatas pada komunitas lokal, tetapi dapat menjangkau audiens internasional dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan metode konvensional.

Efisiensi Pengelolaan Media Dakwah melalui Generative AI

Temuan penelitian menunjukkan bahwa salah satu alasan utama meningkatnya penggunaan GenAI dalam berbagai organisasi adalah kemampuannya meningkatkan efisiensi kerja. Dalam konteks manajemen media dakwah digital, efisiensi tersebut terlihat pada berbagai aspek, mulai dari produksi konten, pengelolaan media sosial, analisis audiens, hingga evaluasi program dakwah. Pada tahap produksi konten, GenAI memungkinkan proses pembuatan artikel, caption media sosial, naskah ceramah, desain grafis, maupun video dakwah dilakukan dalam waktu yang jauh lebih singkat dibandingkan metode manual. Jika sebelumnya pengelola media memerlukan tim khusus untuk menghasilkan berbagai jenis konten, saat ini sebagian proses tersebut dapat dibantu oleh AI sehingga menghemat waktu dan sumber daya manusia. Penelitian Merlina et al. (2025) menunjukkan bahwa penggunaan AI mampu meningkatkan produktivitas organisasi melalui otomatisasi berbagai pekerjaan administratif dan kreatif. Temuan tersebut relevan dengan aktivitas dakwah digital yang menuntut kontinuitas produksi konten dalam jumlah besar untuk menjaga keterlibatan audiens.

Selain efisiensi produksi, GenAI juga mendukung pengelolaan media sosial secara lebih efektif. AI dapat digunakan untuk menjadwalkan publikasi konten secara otomatis, menentukan waktu unggah terbaik berdasarkan perilaku audiens, serta memantau performa konten melalui analisis data yang komprehensif. Kemampuan ini membantu pengelola media dakwah mengambil keputusan yang lebih tepat dalam merancang strategi komunikasi. Ananta et al. (2026) menjelaskan bahwa evaluasi berbasis data merupakan salah satu faktor penting dalam keberhasilan dakwah digital. Dengan bantuan AI, pengelola dapat memperoleh informasi mengenai tingkat keterlibatan audiens, jumlah interaksi, tren topik yang diminati masyarakat, serta efektivitas pesan yang disampaikan. Informasi tersebut menjadi dasar dalam menyusun strategi dakwah yang lebih tepat sasaran.

Efisiensi lainnya terlihat pada aspek pelayanan keagamaan. Chatbot berbasis AI mampu memberikan respons otomatis terhadap pertanyaan-pertanyaan dasar mengenai ibadah, akhlak, maupun informasi keislaman lainnya selama 24 jam tanpa bergantung pada kehadiran operator manusia. Dalam konteks tertentu, fitur ini dapat membantu memenuhi kebutuhan informasi masyarakat secara cepat, terutama pada platform yang memiliki jumlah pengguna besar.

Dari perspektif organisasi, penggunaan GenAI juga berpotensi mengurangi biaya operasional. Banyak tugas rutin yang sebelumnya membutuhkan tenaga kerja khusus kini dapat dilakukan secara otomatis oleh sistem AI. Dengan demikian, sumber daya organisasi dapat dialihkan untuk kegiatan yang lebih strategis seperti pengembangan program dakwah, pembinaan masyarakat, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia.

Tantangan Etika Komunikasi Islam dalam Pemanfaatan Generative AI

Meskipun menawarkan berbagai peluang dan efisiensi, pemanfaatan Generative AI dalam media dakwah digital juga menghadirkan sejumlah tantangan yang tidak dapat diabaikan. Hasil kajian menunjukkan bahwa aspek etika menjadi isu paling dominan dalam diskursus penggunaan AI pada bidang keagamaan. Salah satu persoalan utama adalah validitas informasi keagamaan. Berbeda dengan ulama atau dai yang memperoleh pengetahuan melalui proses pendidikan dan sanad keilmuan yang jelas, AI menghasilkan informasi berdasarkan data yang tersedia dalam sistem. Kondisi ini berpotensi menghasilkan jawaban yang tidak akurat, tidak lengkap, atau bahkan bertentangan dengan prinsip-prinsip ajaran Islam apabila sumber datanya tidak terverifikasi dengan baik. Tarwiyah (2025) menjelaskan bahwa kemunculan AI dalam ruang keagamaan telah memunculkan fenomena

renegosiasi otoritas keagamaan. Masyarakat mulai memanfaatkan chatbot atau aplikasi AI sebagai sumber konsultasi keagamaan. Fenomena ini dapat menggeser peran ulama sebagai rujukan utama dalam memahami ajaran Islam apabila tidak disertai mekanisme pengawasan yang memadai.

Persoalan lain adalah bias algoritma. AI bekerja berdasarkan data yang digunakan dalam proses pelatihannya. Jika data tersebut mengandung bias tertentu, maka hasil yang dihasilkan AI juga berpotensi bias. Dalam konteks dakwah, kondisi ini dapat menimbulkan penyajian informasi yang tidak proporsional, diskriminatif, atau bahkan mengarah pada penyebaran pemahaman keagamaan yang keliru. Dzaky et al. (2025) menegaskan bahwa bias algoritma merupakan salah satu tantangan terbesar dalam penggunaan AI pada media digital. Oleh karena itu, transparansi dan akuntabilitas menjadi prinsip yang harus diperhatikan dalam pengembangan sistem AI untuk kepentingan dakwah.

Penggunaan GenAI juga berpotensi mengurangi dimensi humanistik dalam komunikasi dakwah. Dakwah pada hakikatnya bukan hanya proses penyampaian informasi, tetapi juga proses pembinaan spiritual yang melibatkan keteladanan, empati, dan interaksi emosional antara dai dan mad'u. Unsur-unsur tersebut sulit digantikan oleh teknologi, seberapa canggih pun sistem yang digunakan. Munir et al. (2024) menyebut fenomena ini sebagai risiko dehumanisasi pendidikan dan komunikasi Islam. Ketergantungan yang berlebihan terhadap teknologi dapat mengurangi kualitas hubungan interpersonal yang selama ini menjadi salah satu kekuatan utama dalam dakwah Islam.

Integrasi Etika Komunikasi Islam dalam Pemanfaatan Generative AI

Pemanfaatan GenAI dalam dakwah digital harus diimbangi dengan penerapan prinsip-prinsip etika komunikasi Islam. Hal ini penting untuk memastikan bahwa teknologi digunakan sebagai sarana kemaslahatan dan tidak menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat.

Prinsip pertama adalah *ṣidq* (kejujuran). Seluruh informasi yang dihasilkan melalui AI harus melalui proses verifikasi sebelum dipublikasikan kepada masyarakat. Pengelola media dakwah memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa konten yang disampaikan sesuai dengan sumber-sumber Islam yang kredibel. Prinsip kedua adalah *amanah* (tanggung jawab). Penggunaan AI harus dilakukan secara bertanggung jawab dengan memperhatikan dampak sosial, keagamaan, dan moral dari setiap informasi yang disebarkan. Teknologi tidak boleh digunakan untuk memanipulasi informasi atau menciptakan konten yang menyesatkan. Prinsip ketiga adalah *tabligh* (transparansi). Audiens perlu mengetahui bahwa sebagian konten yang mereka konsumsi dihasilkan atau dibantu oleh teknologi AI. Transparansi ini penting untuk menjaga kepercayaan publik sekaligus mendorong penggunaan teknologi secara etis. Prinsip keempat adalah *fathanah* (kebijaksanaan). Penggunaan AI harus ditempatkan sebagai alat bantu yang mendukung aktivitas dakwah, bukan sebagai pengganti peran ulama, dai, maupun institusi keagamaan. Keputusan-keputusan yang berkaitan dengan interpretasi ajaran Islam tetap harus berada di bawah pengawasan ahli yang memiliki kompetensi keilmuan.

Pandangan tersebut sejalan dengan penelitian Darmawan et al. (2025) yang menekankan pentingnya literasi digital Islami dalam menghadapi perkembangan AI. Literasi tersebut tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga kemampuan memahami implikasi etis dan moral dari penggunaannya.

Pemanfaatan Generative Artificial Intelligence dalam manajemen media dakwah digital perlu dilakukan melalui pendekatan yang seimbang antara inovasi teknologi dan nilai-nilai keislaman. AI dapat menjadi instrumen strategis untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dakwah, tetapi keberhasilannya sangat bergantung pada kemampuan pengelola dalam menjaga kualitas informasi, otoritas keilmuan, serta etika komunikasi Islam. Oleh karena itu, masa depan dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh kecanggihan teknologi yang digunakan, tetapi juga oleh komitmen para pelaku dakwah dalam menjadikan teknologi sebagai sarana mewujudkan kemaslahatan umat sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam.

Conclusion

Perkembangan Generative Artificial Intelligence (GenAI) memberikan peluang strategis dalam meningkatkan efektivitas manajemen media dakwah digital. Berdasarkan hasil kajian, GenAI mampu mendukung produksi dan distribusi konten dakwah secara lebih cepat, efisien, dan adaptif melalui pemanfaatan teknologi generatif, analisis data, serta personalisasi konten sesuai karakteristik audiens. Kemampuan tersebut membantu lembaga dakwah memperluas jangkauan komunikasi, meningkatkan kualitas pengelolaan media, dan memperkuat interaksi dengan masyarakat digital.

Namun, pemanfaatan GenAI juga menghadirkan tantangan yang tidak dapat diabaikan, terutama terkait validitas informasi, bias algoritma, serta potensi pergeseran otoritas keagamaan. Ketergantungan yang berlebihan pada teknologi berisiko mengurangi dimensi humanistik dakwah dan membuka peluang penyebaran informasi yang tidak sesuai dengan ajaran Islam apabila tidak melalui proses verifikasi yang memadai. Oleh karena itu, GenAI harus diposisikan sebagai instrumen pendukung, bukan pengganti peran ulama, dai, maupun lembaga keagamaan.

Dalam perspektif komunikasi Islam, implementasi GenAI perlu berlandaskan prinsip *ṣidq* (kejujuran), *amanah* (tanggung jawab), *tabligh* (transparansi), dan *fathanah* (kebijaksanaan). Prinsip-prinsip tersebut menjadi dasar agar pemanfaatan teknologi tetap menghasilkan kemaslahatan serta menjaga kredibilitas pesan dakwah. Dengan demikian, keberhasilan integrasi GenAI sangat bergantung pada sinergi antara inovasi teknologi, kompetensi sumber daya manusia, literasi digital, dan pengawasan etis. Melalui pendekatan tersebut, GenAI dapat dimanfaatkan untuk memperkuat fungsi dakwah sebagai media pembinaan umat yang efektif, kredibel, adaptif, dan berorientasi pada nilai-nilai Islam yang *rahmatan lil 'alamin*.

References

- Ananta, D. I., Hidayah, F., Fauziyah, F. N., Nabilah, S. M., Nurhasanah, Burisk, C. C. V., Nurdi, M. K. M., Junior, A. G., Farras, N. N., Pahruroji, M., Ikbali, & Nurwahyu, T. B. (2026). *Transformasi Manajemen Dakwah Berbasis Platform Digital*. Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan, 4(4), 26998–27008. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6816>
- Darmawan, M. Y. A., Purnomo, & Sabarudin. (2025). *Pemanfaatan Akal Imitasi (AI) sebagai Media Pembelajaran dalam Pembentukan Literasi Kritis dan Etika Digital Islami Mahasiswa Pendidikan Agama Islam UIN Salatiga*. Action Research Journal Indonesia, 7(4), 3385–3410. <https://doi.org/10.61227/arji.v7i4.623>
- Dzaky, N. E., Muaafii, R., Santoso, M. H., & Figo, M. B. (2025). *Etika Media Digital dalam Era Kecerdasan Buatan*. Jurnal SeniRupa Warna, 13(2), 193–207. <https://doi.org/10.36806/jsrw.v13i2.714>

- Fahma, A. (2025). *Strategi Dakwah di Kalangan Generasi Z di Era AI*. Yayasan Ummul Quro Jember. <https://ummulquro.id/index.php/jii/article/view/9>
- Hanna, A. (2025). *Inovasi dalam Dakwah: Memanfaatkan Teknologi untuk Menyebarkan Pesan Islam Secara Efektif*. Jurnal Ilmu Pendidikan, 4(1), 59–72. <https://doi.org/10.58222/jurip.v4i1.1426>
- Hidayat, G. E. P., Sundah, M. A. F., Setiadi, K. P., & Faqihuddin, A. (2025). *Analisis Peluang dan Tantangan dalam Hal Pengembangan Konten Dakwah dalam Era AI*. Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 3(9), 80–85. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17534496>
- Islami, N., & Musyarri, F. A. (2026). *Artificial Intelligence in Islamic Education: A Theological and Regulatory Study*. Jurnal Paradigma, 18(1), 92–112. <https://doi.org/10.53961/paradigma.v18i1.425>
- Maulidiyah, N. R., Lutfiyah, & Cahyadi, A. (2026). *Artificial Intelligence dan Transformasi Pembelajaran Pendidikan Islam: Peluang, Tantangan Etika, dan Implikasinya*. Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan, 4(3), 17726–17735. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.4677>
- Merlina, N., Haris, M., Hidayat, T., Saryoko, A., & Khasanah, N. (2025). *Transformasi Digital Berbasis AI: Pemberdayaan Organisasi Lokal di Era 5.0*. Computer and Business: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(2), 60–67. <https://ejournal.cyber-univ.ac.id/index.php/combiz/article/view/149>
- Munawaroh, Q. A., & Manshur, A. (2025). *Disrupsi Digital dalam Pendidikan Agama Islam: Menimbang Dampak, Tantangan, dan Strategi Adaptasi di Era Masyarakat 5.0*. Symfonia: Jurnal Pendidikan Agama Islam, 6(2), 56–73. <https://doi.org/10.53649/symfonia.v5i2.177>
- Munir, M., Lathifah, U. N., Kamalia, A. N., Madani, S. U., & Khoeriyah, A. L. (2024). *Integrasi Artificial Intelligence dalam Pendidikan Islam: Tantangan dan Peluang*. Kartika: Jurnal Studi Keislaman, 4(2), 330–346. <https://doi.org/10.59240/kjsk.v4i2.689>
- Sari, R. F., & Priyatna, K. D. (2024). *Menanggapi Kecerdasan Buatan dalam Membentuk Generasi yang Produktif dan Sejahtera*. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=yRdFguQAAAAJ&citation_for_view=yRdFguQAAAAJ:u-x6o8ySG0sC
- Sodik, M., Syayidah, L. N., & Asror, M. K. N. (2025). *Pembinaan Guru Madrasah dalam Penggunaan Integrasi AI (Artificial Intelligence) sebagai Pengembangan Media Pembelajaran Pendidikan Islam*. JPMD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Desa, 6(3), 636–650. <https://doi.org/10.58401/jpmd.v6i3.2872>
- Suteja, J., Setiawan, B., & Yunasril, L. (2025). *Strategi Deep Learning dalam Mengembangkan Kecerdasan Artifisial pada Pembelajaran Pendidikan Agama Islam di Sekolah*. Jurnal Inovasi Pendidikan dan Manajemen, 1(2), 66–80. <https://iesrjournal.com/index.php/jipm/article/view/452>
- Tarwiyyah, H. L. (2025). *Kiai-AI: Renegotiating Religious Authority in the Digital Age*. Journal of Islamic Thought and Philosophy, 4(1), 106–126. <https://doi.org/10.15642/jitp.2025.4.1.106-126>
- Tiara, N., & Nabila, Z. (2025). *Integrasi Teknologi AI sebagai Sarana Penguatan Dakwah Islam dalam Dunia Digital*. Muara Bahasa: Jurnal Ilmiah Ilmu Bahasa dan Komunikasi, 1(1), 49–58. <https://jurnal.muaraedukasi.id/index.php/murabah/article/view/97>

- Trifani, A. (2025). *Analisis Konten Edukatif di Media Sosial: Studi tentang Pemanfaatan AI dalam Penulisan Skripsi Mahasiswa*. JICOMS: Journal of Islamic Communication and Media Studies, 5(1). <https://journal.uinsuna.ac.id/index.php/jicoms/article/view/6915>
- Padlianor, Ramadani, W., & Hermina, D. (2026). *Tantangan dan Prospek Sistem Basis Data dalam Pendidikan Islam*. Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi, 3(1), 1034–1046. <https://doi.org/10.71282/jurmie.v3i1.1591>