

Dakwah Di Era Algoritmik: Peluang, Risiko, Dan Model Tata Kelola Artificial Intelligence Berbasis Otoritas Keilmuan Islam

Da'wah In The Algorithmic Era: Opportunities, Risks, And An Artificial Intelligence Governance Model Based On Islamic Scholarly Authority

Achmad Arifulin Nuha

Universitas Islam Syarifuddin, Lumajang, Indonesia

Email: a.arifulinnuha@gmail.com

Harry Purwanto

Universitas Islam Syarifuddin, Lumajang, Indonesia

purwa4@gmail.com

Abstract

Artificial intelligence (AI) has shifted digital da'wah from technology-mediated religious communication toward an ecosystem in which content production, curation, personalization, distribution, and interaction are increasingly shaped by algorithms. This study systematically reviews a researcher-provided corpus of 100 publication records on da'wah and AI published between 2019 and 2026. Metadata auditing and title normalization identified five duplicate records, leaving 95 unique publications for substantive synthesis. The review applied descriptive mapping and thematic coding across research focus, methodological approach, AI application, claimed benefits, ethical risks, and governance recommendations. Six thematic clusters emerged: strategy and management; content production and interaction; education and AI literacy; religious authority and fatwa; ethics and information integrity; and regulation and multi-stakeholder governance. The literature indicates that AI can expand reach, accelerate content production, support audience analysis, personalization, accessibility, and knowledge retrieval. However, the same affordances generate risks of hallucinated religious information, fabricated hadith, algorithmic bias, privacy violations, echo chambers, deepfakes, dehumanization, and displacement of scholarly authority. The evidence base remains dominated by conceptual, normative, and qualitative studies, with limited empirical measurement of effects on religious understanding, trust, attitudes, and practice. Based on the synthesis, this study proposes the TAHQIQ-AI governance model, which places AI as a support system rather than an autonomous religious authority and requires source verification, competent human oversight, bias and quality auditing, data integrity, responsible interaction, and institutional accountability.

Keywords: artificial intelligence; algorithmic da'wah; religious authority; responsible AI; systematic literature review

Abstrak

Artificial intelligence (AI) menggeser dakwah digital dari komunikasi keagamaan yang sekadar dimediasi teknologi menuju ekosistem yang produksi, kurasi, personalisasi, distribusi, dan interaksinya semakin dipengaruhi algoritma. Penelitian ini menggunakan systematic literature review (SLR) terhadap korpus 100 rekaman publikasi mengenai dakwah dan AI periode 2019–2026.

Audit metadata dan normalisasi judul menemukan lima rekaman duplikat sehingga 95 publikasi unik dipertahankan sebagai unit sintesis. Analisis dilakukan melalui pemetaan deskriptif dan pengodean tematik atas fokus penelitian, pendekatan metodologis, aplikasi AI, manfaat yang diklaim, risiko etis, dan rekomendasi tata kelola. Sintesis menghasilkan enam klaster: strategi dan manajemen; produksi konten dan interaksi; pendidikan dan literasi AI; otoritas keagamaan dan fatwa; etika dan integritas informasi; serta regulasi dan tata kelola multipihak. Literatur menunjukkan bahwa AI berpotensi memperluas jangkauan, mempercepat produksi konten, mendukung analisis audiens, personalisasi, aksesibilitas, dan penelusuran pengetahuan. Namun, manfaat tersebut disertai risiko halusinasi informasi agama, hadis palsu, bias algoritmik, pelanggaran privasi, ruang gema, deepfake, dehumanisasi, dan pergeseran otoritas keilmuan. Basis bukti masih didominasi studi konseptual, normatif, dan kualitatif; bukti empiris mengenai pengaruh AI terhadap pemahaman, kepercayaan, sikap, dan praktik keagamaan mad'u masih terbatas. Berdasarkan sintesis, penelitian mengusulkan Model TAHQIQ-AI yang menempatkan AI sebagai sistem pendukung, bukan otoritas agama mandiri, melalui verifikasi sumber, pengawasan manusia kompeten, audit kualitas dan bias, integritas data, kualitas interaksi, serta akuntabilitas kelembagaan.

Kata kunci: artificial intelligence; dakwah algoritmik; otoritas keilmuan Islam; responsible AI; systematic literature review

Pendahuluan

Dakwah selalu berinteraksi dengan perkembangan media. Perubahan dari mimbar dan majelis tatap muka menuju radio, televisi, situs web, dan media sosial tidak hanya memperluas saluran penyampaian pesan, tetapi mengubah hubungan antara dai, lembaga, pesan, dan mad'u. Transformasi digital membuat komunikasi dakwah semakin terkoneksi, partisipatif, dan berkelanjutan. Saleh et al. (2022) memandang transformasi dakwah digital sebagai perubahan kultural dan metodologis, sedangkan Arifin (2019) menekankan perlunya penyesuaian model dakwah terhadap karakter generasi digital.

Masuknya AI menandai perubahan yang lebih mendasar. Jika teknologi digital sebelumnya terutama menyimpan, mengemas, dan menyebarkan pesan, AI dapat menganalisis pola perilaku, memprediksi kebutuhan, menghasilkan teks dan visual, menerjemahkan bahasa, merangkum dokumen, merekomendasikan konten, dan merespons pertanyaan. Habibullah (2023) menempatkan AI sebagai bagian dari digitalisasi dakwah, sedangkan Kahfi (2025) mengaitkannya dengan big data, personalisasi, chatbot, dan otomatisasi distribusi. Dengan demikian, dakwah bergerak menuju "dakwah algoritmik", yaitu lingkungan komunikasi Islam yang produksi, kurasi, visibilitas, distribusi, dan penerimaannya sebagian dipengaruhi sistem komputasional.

Literatur memperlihatkan optimisme terhadap efisiensi AI. Syakir dan Syakir (2025) membahas chatbot, analisis sentimen, machine learning, dan sistem generatif dalam manajemen dakwah media sosial. Bakar (2025) menunjukkan pemanfaatan AI sebagai perangkat pedagogis dalam produksi komik dakwah. Afif dan Nawawi (2024) serta Maulana et al. (2025) menempatkan AI dan natural language processing sebagai alat yang berpotensi mendukung pembelajaran dan penelusuran Al-Qur'an dan hadis. Pada sisi komunikasi, AI memungkinkan satu materi diadaptasi menjadi berbagai format dan bahasa serta disebarkan pada skala yang lebih besar.

Namun, penggunaan AI dalam dakwah tidak dapat dinilai hanya melalui kecepatan, jangkauan, dan engagement. Materi dakwah berhubungan dengan sumber agama, interpretasi, hukum, pembentukan sikap, dan tanggung jawab moral. Marwantika et al. (2025) menunjukkan persoalan bias dan validitas pada aplikasi AI Islam. Hakim dan Azizi (2023) serta Rahim et al. (2025) menegaskan bahwa kemampuan komputasional tidak identik dengan otoritas fatwa. Nuha (2025) dan Insana dan Satriah (2024) menggarisbawahi risiko ketidakakuratan, ketergantungan teknologi, privasi, disinformasi, dan berkurangnya dimensi kemanusiaan.

Masalah menjadi lebih kompleks karena AI generatif dapat menghasilkan jawaban yang koheren tanpa menjamin kebenaran setiap klaim. Dalam konteks agama, halusinasi dapat berbentuk ayat yang keliru, hadis yang tidak dapat dilacak, kutipan ulama yang direkayasa, atau kesimpulan hukum yang kehilangan konteks. Personalisasi juga dapat membentuk ruang gema ketika sistem terus menyajikan informasi yang menguatkan preferensi awal pengguna. Jacob et al. (2025) menggambarkan kecenderungan tersebut sebagai chat-chamber effect, sedangkan Zhang et al. (2025) menunjukkan kemungkinan penguatan bias melalui interaksi berulang dengan AI.

Kajian yang berkembang cepat tersebut masih tersebar dalam isu manajemen dakwah, pendidikan, media sosial, Al-Qur'an dan hadis, fatwa, moderasi, etika, serta regulasi. Karena itu diperlukan SLR yang tidak hanya merangkum manfaat AI, tetapi memetakan perkembangan publikasi, membandingkan fokus penelitian, mengidentifikasi konsensus dan kesenjangan bukti, serta merumuskan implikasi tata kelola. Penelitian ini menjawab tiga pertanyaan: (1) bagaimana perkembangan dan karakteristik publikasi dakwah dan AI pada 2019–2026; (2) apa peluang dan risiko AI dalam produksi, personalisasi, distribusi, dan validasi pesan dakwah; dan (3) bagaimana model tata kelola AI yang dapat menjaga integritas informasi dan otoritas keilmuan Islam? Kebaruan penelitian diletakkan pada sintesis 95 publikasi unik dari 100 rekaman awal dan perumusan Model TAHQIQ-AI sebagai kerangka tata kelola operasional.

Kajian Pustaka

Dakwah dalam Ekologi Komunikasi Algoritmik

Transformasi dakwah digital perlu dipahami sebagai perubahan ekologi komunikasi, bukan hanya perpindahan ceramah dari ruang fisik ke media daring. Saleh et al. (2022) menempatkan transformasi dakwah digital sebagai perubahan kultural dan metodologis yang memengaruhi cara pesan agama diproduksi, disebarkan, dan diterima. Arifin (2019) sebelumnya menekankan bahwa generasi digital native membutuhkan model dakwah yang berbeda dari pola komunikasi satu arah. Dalam lingkungan digital, mad'u dapat mencari, memilih, mengomentari, memotong, menggabungkan, dan mendistribusikan kembali pesan. Akibatnya, otoritas komunikator tidak lagi bekerja dalam ruang yang sepenuhnya dikendalikan oleh dai atau lembaga dakwah.

Perubahan tersebut menjadi lebih kompleks ketika platform menggunakan algoritma untuk menentukan visibilitas. Sierocki (2024) menunjukkan bahwa algoritma dalam konteks keagamaan dapat dipersepsikan memiliki kemampuan mengatur dan memprediksi pengalaman pengguna. Dengan demikian, algoritma bukan medium netral. Ia menjadi mediator sosioteknis yang menentukan konten mana yang tampil, urutan kemunculannya, dan kelompok pengguna yang lebih mungkin menerimanya. Dalam konteks dakwah, kondisi ini mengubah persoalan distribusi menjadi persoalan epistemik: informasi agama yang paling terlihat tidak selalu identik dengan informasi yang paling kuat sumbernya.

Konsep dakwah algoritmik dalam artikel ini digunakan untuk menjelaskan tahap ketika sistem komputasional ikut berpartisipasi dalam produksi, kurasi, rekomendasi, personalisasi, dan interaksi pesan keagamaan. Konsep tersebut memperluas gagasan dakwah digital. Jika dakwah digital menekankan pemanfaatan ruang digital, dakwah algoritmik menekankan adanya aktor nonmanusia berupa sistem rekomendasi, model bahasa, chatbot, dan perangkat analitik yang memengaruhi proses komunikasi. Kerangka ini penting karena keberhasilan dakwah tidak dapat lagi dievaluasi hanya dari kemampuan dai menggunakan platform, tetapi juga dari kemampuan memahami logika algoritmik yang membentuk jangkauan dan pengalaman mad'u.

AI sebagai Infrastruktur Produksi, Personalisasi, dan Distribusi Dakwah

Korpus memperlihatkan bahwa AI digunakan pada beberapa lapisan proses dakwah. Habibullah (2023) membahas AI sebagai bagian dari digitalisasi dakwah, sedangkan Kahfi (2025) mengaitkannya dengan big data, personalisasi konten, chatbot Islam, dan otomatisasi distribusi. Syakir dan Syakir (2025) memperluas fungsi tersebut melalui chatbot, analisis sentimen, machine learning, dan sistem generatif untuk pengelolaan media sosial. Literatur ini memperlihatkan pergeseran AI dari aplikasi tunggal menuju infrastruktur yang dapat masuk ke tahap perencanaan, produksi, distribusi, interaksi, dan evaluasi.

Pada tahap produksi, generative AI dapat membantu penyusunan draf, ringkasan, terjemahan, ilustrasi, audio, dan variasi materi. Bakar (2025), misalnya, menunjukkan fungsi AI sebagai perangkat pedagogis dalam produksi komik dakwah. Potensi tersebut penting bagi organisasi yang harus mengelola banyak kanal dan format. Akan tetapi, kecepatan produksi menimbulkan kebutuhan editorial yang lebih kuat. Materi yang tampak fasih belum tentu memiliki rujukan yang tepat. Karena itu, produktivitas berbantuan AI tidak dapat dijadikan alasan untuk mengurangi proses verifikasi.

Pada tahap personalisasi, AI memungkinkan materi disesuaikan dengan bahasa, minat, pola pencarian, dan perilaku pengguna. Personalisasi berpotensi membuat pesan lebih relevan, tetapi juga dapat mempersempit horizon informasi. Jacob et al. (2025) menggambarkan chat-chamber effect, sedangkan Zhang et al. (2025) menunjukkan kemungkinan penguatan bias melalui interaksi berulang dengan sistem AI. Dalam dakwah, personalisasi karenanya perlu dibedakan dari personalisasi komersial. Tujuan komunikasi agama bukan mempertahankan pengguna selama mungkin pada platform, tetapi mendukung pemahaman, refleksi, dan tindakan yang bertanggung jawab.

Pada tahap distribusi, algoritma rekomendasi menentukan keterlihatan pesan. Hal ini menciptakan ketegangan antara logika platform yang mengejar engagement dan tujuan dakwah yang berorientasi pada kebenaran, hikmah, akhlak, dan kemaslahatan. Literatur tentang AI dan dakwah karena itu perlu membaca produksi dan distribusi sebagai satu rantai. Konten yang benar tetapi dikemas secara manipulatif tetap menimbulkan persoalan etis; sebaliknya, konten yang menarik secara algoritmik tetapi tidak tervalidasi dapat mempercepat penyebaran kesalahan.

AI, Pendidikan Islam, dan Literasi Digital Dai

Pemanfaatan AI dalam pendidikan Islam menjadi salah satu tema penting karena dakwah dan pendidikan memiliki irisan dalam transmisi pengetahuan agama. Afif dan Nawawi (2024) membahas optimalisasi pengajaran Al-Qur'an dan hadis melalui AI, sedangkan Maulana et al. (2025) menyoroti natural language processing untuk pemrosesan dan interpretasi teks Al-Qur'an. Literatur tersebut memperlihatkan potensi AI dalam pencarian informasi, pengorganisasian bahan, pembelajaran adaptif, penerjemahan, dan akses terhadap sumber.

Namun, akses cepat tidak identik dengan kompetensi interpretatif. Kemampuan sistem menemukan teks atau menghasilkan penjelasan tidak dengan sendirinya memenuhi syarat metodologis untuk memahami konteks ayat, status hadis, perbedaan mazhab, atau hubungan antara dalil dan realitas sosial. Karena itu, literasi AI bagi dai perlu mencakup dua kompetensi yang berjalan bersamaan: kompetensi digital untuk memahami cara kerja dan keterbatasan teknologi, serta kompetensi keilmuan Islam untuk memeriksa substansi.

Korpus juga mengisyaratkan perlunya perubahan konsep literasi digital. Literasi tidak lagi cukup dimaknai sebagai kemampuan mengoperasikan media sosial. Pada era generative AI, dai perlu memahami halusinasi, bias data, provenance sumber, privasi, manipulasi visual, dan mekanisme verifikasi. Mad'u juga memerlukan literasi serupa agar tidak menganggap setiap jawaban

yang lancar sebagai jawaban otoritatif. Dengan demikian, pendidikan AI dalam ekosistem dakwah harus diarahkan pada critical AI literacy, bukan hanya keterampilan penggunaan aplikasi.

AI dan Rekonstruksi Otoritas Keagamaan

Persoalan otoritas merupakan pembeda utama antara penggunaan AI pada komunikasi umum dan komunikasi keagamaan. Hakim dan Azizi (2023), Dewi dan Hidayat (2024), serta Rahim et al. (2025) membahas AI dalam kaitannya dengan fatwa dan secara umum menunjukkan perlunya mempertahankan peran manusia yang memiliki kompetensi keilmuan. AI dapat membantu pencarian, klasifikasi, perbandingan dokumen, atau penyusunan informasi awal, tetapi proses fatwa melibatkan metodologi hukum, pembacaan konteks, pertimbangan akibat, dan pertanggungjawaban.

Hauswald (2025) membantu menjelaskan problem tersebut melalui konsep otoritas epistemik buatan. Sistem dapat dipersepsikan sebagai otoritas karena selalu tersedia, menjawab dengan cepat, dan menggunakan bahasa yang meyakinkan. Dalam praktiknya, kepercayaan pengguna dapat berpindah dari institusi atau ulama menuju antarmuka digital meskipun pengguna tidak mengetahui sumber data, proses pembentukan jawaban, atau keterbatasan model. Risiko ini semakin tinggi pada generative AI karena gaya bahasa yang pasti dapat menutupi ketidakpastian faktual.

Dalam tradisi keilmuan Islam, otoritas dibentuk oleh kompetensi, transmisi ilmu, metodologi, integritas, dan tanggung jawab. Karena itu, kemampuan komputasional tidak dapat disamakan dengan otoritas normatif. Sintesis literatur mendukung pembedaan antara AI-assisted religious knowledge dan autonomous religious authority. AI-assisted religious knowledge dapat dikembangkan untuk membantu manusia menelusuri dan mengorganisasi informasi. Sebaliknya, penyerahan keputusan normatif secara otonom kepada sistem tidak memperoleh dukungan yang kuat dari korpus.

Rekonstruksi otoritas juga terjadi melalui media sosial. Visibilitas digital dapat membuat popularitas berfungsi sebagai indikator semu kompetensi. Ketika AI mempercepat produksi konten, hambatan untuk tampil sebagai produsen pengetahuan agama menjadi semakin rendah. Hal ini membuka demokratisasi akses sekaligus risiko disintermediasi keilmuan. Tantangan tata kelola bukan menutup akses teknologi, melainkan memastikan bahwa keterbukaan akses tetap dibedakan dari legitimasi keilmuan.

Bias Algoritmik, Halusinasi, dan Integritas Pengetahuan Islam

Marwantika et al. (2025) menunjukkan persoalan bias dan validitas pada aplikasi AI Islam. Temuan semacam ini penting karena keluaran AI bergantung pada komposisi data, representasi bahasa, desain model, dan instruksi pengguna. Tao et al. (2024) menunjukkan bahwa model bahasa dapat membawa kecenderungan nilai budaya tertentu. Dalam konteks Islam yang memiliki keragaman mazhab, tradisi lokal, dan bahasa, ketidakseimbangan data dapat menyebabkan satu perspektif tampil seolah-olah merupakan jawaban universal.

Halusinasi menambah lapisan risiko. Sistem generatif dapat menghasilkan rujukan, kutipan, atau formulasi yang tampak masuk akal namun tidak dapat diverifikasi. Dalam dakwah, kesalahan tersebut dapat mengenai ayat, hadis, tafsir, pendapat ulama, atau ketentuan hukum. Karena itu, validitas informasi agama membutuhkan prinsip keterlacakan. Jawaban yang menyebut sumber primer atau otoritas tertentu harus dapat diperiksa kembali, dan sistem seharusnya tidak menyembunyikan ketidakpastian.

Bias juga dapat muncul pada tahap rekomendasi. Jika algoritma mengoptimalkan keterlibatan, materi yang emosional, kontroversial, atau sangat sesuai dengan preferensi pengguna dapat

memperoleh prioritas. Jacob et al. (2025) dan Zhang et al. (2025) menunjukkan bagaimana interaksi yang dipersonalisasi dapat memperkuat ruang gema dan bias. Dalam dakwah, konsekuensinya dapat berupa penyempitan paparan terhadap keragaman pandangan, penguatan prasangka, dan polarisasi.

Integritas pengetahuan Islam karena itu membutuhkan lebih dari sekadar filter teknis. Verifikasi harus menggabungkan kualitas sumber, kompetensi validator, transparansi proses, dan mekanisme koreksi. Sistem yang tidak mengetahui jawabannya harus dirancang untuk menyatakan keterbatasan atau melakukan eskalasi kepada manusia, bukan menghasilkan jawaban semata-mata untuk mempertahankan kelancaran percakapan.

Etika, Privasi, Dehumanisasi, dan Kualitas Interaksi

Insana dan Satriah (2024) serta Nuha (2025) menempatkan etika sebagai persoalan sentral penggunaan AI dalam dakwah. Personalisasi membutuhkan data, sementara data tentang pertanyaan agama, keyakinan, kebiasaan, dan kegelisahan pengguna dapat bersifat sensitif. Karena itu, pengumpulan data tidak boleh diasumsikan sah hanya karena meningkatkan relevansi konten. Prinsip minimalisasi data, persetujuan, pembatasan tujuan, keamanan penyimpanan, dan kejelasan pihak yang memiliki akses menjadi bagian dari etika dakwah digital.

Risiko lain adalah dehumanisasi. Dakwah tidak identik dengan transfer informasi. Ia mencakup keteladanan, empati, hikmah, pembacaan kondisi mad'u, dan hubungan sosial. Chatbot dapat menjawab sepanjang waktu, tetapi tidak berarti setiap situasi layak diselesaikan oleh mesin. Persoalan keluarga, konflik sosial, krisis psikologis, hukum personal, dan pertanyaan teologis kompleks membutuhkan konteks yang sering kali tidak tersedia dalam percakapan singkat.

Kualitas interaksi karena itu perlu menjadi indikator tata kelola. Sistem harus memiliki batas kapan dapat memberikan informasi umum, kapan harus meminta konteks tambahan, dan kapan wajib mengarahkan pengguna kepada manusia. Prinsip human oversight tidak hanya ditempatkan pada tahap sebelum publikasi, tetapi juga dalam desain alur interaksi. Semakin tinggi risiko akibat jawaban, semakin besar keterlibatan manusia yang diperlukan.

Human Oversight dan Responsible AI Governance

Literatur responsible AI menekankan bahwa etika tidak cukup diwujudkan melalui prinsip abstrak. Papagiannidis et al. (2025) menempatkan governance dalam bentuk struktur, proses, tanggung jawab, audit, dan evaluasi. Dalam konteks dakwah, tata kelola tersebut membutuhkan tambahan berupa validasi sumber agama dan keterlibatan otoritas keilmuan. Dewi dan Hidayat (2024) memperlihatkan pentingnya regulasi dan pengawasan, sedangkan Khatimah et al. (2025) mengingatkan bahwa moderasi berbasis AI sendiri dapat membawa bias konteks.

Human oversight perlu bersifat substantif. Manusia tidak cukup hanya menekan tombol persetujuan terhadap keluaran AI. Validator harus memahami bidang yang diperiksa dan memiliki kewenangan untuk mengubah, menolak, atau menghentikan penggunaan sistem. Pada materi umum, editor konten mungkin memadai. Pada ayat, hadis, fatwa, akidah, atau isu hukum yang sensitif, validator perlu memiliki kompetensi keilmuan yang sesuai.

Kajian pustaka ini dengan demikian memperlihatkan tiga lapisan yang harus dipertemukan dalam SLR: lapisan teknis mengenai kemampuan AI; lapisan komunikasi mengenai produksi, distribusi, personalisasi, dan interaksi; serta lapisan epistemologis-etis mengenai sumber, otoritas, bias, privasi, dan tanggung jawab. Kesenjangan utama literatur terletak pada masih terbatasnya penelitian empiris yang menghubungkan ketiga lapisan tersebut. Sebagian penelitian menekankan peluang, sementara sebagian lain menekankan risiko. Artikel ini menggunakan sintesis SLR untuk mempertemukan keduanya dalam kerangka tata kelola TAHQIQ-AI.

Tabel 1. Matriks Konseptual Kajian Pustaka

Dimensi	Peluang	Risiko	Implikasi SLR
Algoritmik	Jangkauan dan kurasi	Visibilitas tidak netral	Analisis platform sebagai mediator
Generative AI	Produksi dan adaptasi cepat	Halusinasi dan konten sintetis	Verifikasi sebelum publikasi
Personalisasi	Relevansi bagi mad'u	Ruang gema dan profiling	Batas data dan diversitas paparan
Otoritas	Penelusuran pengetahuan	Otoritas epistemik semu	AI sebagai alat bantu, bukan mufti
Etika	Efisiensi layanan	Privasi dan dehumanisasi	Human oversight berbasis risiko
Governance	Audit dan akuntabilitas	Etika simbolik	Kontrol operasional dan evaluasi

Sumber: Sintesis literatur dalam korpus SLR, 2026.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan systematic literature review (SLR) berbasis korpus yang disediakan peneliti dalam format RIS. Unit identifikasi awal terdiri atas 100 rekaman publikasi bertopik dakwah dan artificial intelligence dengan rentang tahun 2019–2026. Karena korpus yang diterima telah terbentuk sebelum proses review, penelitian ini tidak mengklaim melakukan penelusuran basis data dari nol. SLR difokuskan pada audit korpus, deduplikasi, penilaian relevansi berdasarkan metadata dan abstrak, pengodean, serta sintesis. Batas ini penting agar prosedur review dapat direplikasi sesuai data yang benar-benar tersedia.

Tahap pertama adalah audit metadata. Judul dinormalisasi dengan mengabaikan perbedaan kapitalisasi dan variasi penulisan minor, kemudian dibandingkan bersama penulis, tahun, dan DOI. Audit menemukan lima rekaman duplikat atau varian judul yang sama. Dengan demikian, 100 rekaman awal menghasilkan 95 publikasi unik. Statistik tren tahunan tetap dihitung dari 100 rekaman untuk menunjukkan struktur korpus awal, sedangkan sintesis tema menggunakan 95 publikasi unik agar studi yang sama tidak dihitung dua kali.

Tahap kedua adalah screening relevansi. Publikasi dipertahankan apabila metadata atau abstraknya menghubungkan AI/algoritma/teknologi cerdas dengan fungsi dakwah, komunikasi Islam, manajemen dakwah, pembelajaran Al-Qur'an-hadis, fatwa, otoritas keagamaan, moderasi, masjid, atau penyebaran dan validasi pengetahuan Islam. Rekaman yang hanya menyebut teknologi secara umum tanpa hubungan substantif dengan fungsi komunikasi atau legitimasi pesan Islam tidak dijadikan dasar klaim tematik. Karena teks penuh seluruh publikasi tidak tersedia dalam korpus, penilaian dilakukan pada metadata dan abstrak; penelitian ini tidak mengklaim melakukan appraisal penuh terhadap data primer setiap artikel.

Tahap ketiga adalah ekstraksi dan pengodean. Setiap publikasi unik dibaca pada enam dimensi: fokus kajian, pendekatan/desain penelitian, jenis aplikasi AI, manfaat yang diklaim, risiko atau persoalan etis, dan rekomendasi tata kelola. Kode yang berdekatan digabung secara iteratif menjadi kluster tematik. Tahap keempat adalah sintesis, yaitu membandingkan pola konsensus, perbedaan, kesenjangan bukti, dan hubungan antara dimensi teknis, komunikatif, epistemologis, etis, serta kelembagaan.

Validitas sintesis dijaga melalui tiga prinsip. Pertama, klaim dibatasi pada informasi yang tersedia dalam metadata dan abstrak. Kedua, rekaman duplikat tidak digunakan sebagai unit

sintesis terpisah. Ketiga, istilah seperti “efektif” atau “meningkatkan” tidak diperlakukan sebagai bukti kausal apabila publikasi hanya bersifat konseptual atau normatif. Dengan desain tersebut, SLR ini berfungsi sebagai systematic evidence mapping dan thematic synthesis atas korpus, bukan meta-analisis.

Tabel 2. Alur Seleksi Korpus SLR

Tahap	Jumlah	Keterangan
Identifikasi	100	Rekaman awal dalam berkas RIS, 2019–2026
Audit/deduplikasi	5	Rekaman duplikat/varian judul teridentifikasi
Korpus unik	95	Unit untuk pengodean dan sintesis tematik

Sumber: Hasil audit korpus penelitian, 2026.

Hasil dan Pembahasan

Profil dan Perkembangan Publikasi

Audit menunjukkan peningkatan publikasi yang sangat tajam setelah 2022. Dari 100 rekaman awal, satu terbit pada 2019, lima pada 2022, 17 pada 2023, 22 pada 2024, 51 pada 2025, dan empat pada 2026. Tidak terdapat rekaman 2020–2021 dalam korpus. Sebanyak 73% rekaman muncul pada 2024–2025, menunjukkan bahwa hubungan AI dan dakwah merupakan wilayah penelitian yang berkembang sangat cepat.

Secara substantif, perkembangan literatur dapat dibaca dalam tiga fase. Fase pertama adalah digitalisasi, ketika teknologi terutama diposisikan sebagai media penyampaian dakwah. Fase kedua adalah integrasi AI, ketika sistem mulai digunakan untuk analisis audiens, personalisasi, chatbot, produksi, dan distribusi. Fase ketiga adalah problematisasi, ketika penelitian semakin banyak mempertanyakan validitas, bias, privasi, fatwa, otoritas, dan tata kelola. Fase-fase ini bukan kategori kronologis yang mutlak, tetapi membantu menjelaskan pergeseran orientasi penelitian dari adopsi menuju evaluasi kritis.

Korpus juga menunjukkan dominasi penelitian konseptual, normatif, studi pustaka, dan kualitatif. Studi kasus, survei, analisis isi, wawancara, dan eksperimen terdapat dalam korpus, tetapi tidak menjadi pola dominan. Konsekuensinya, banyak publikasi menyebut potensi peningkatan efisiensi, jangkauan, relevansi, atau engagement tanpa pengukuran yang cukup terhadap pemahaman agama, kepercayaan, perubahan sikap, dan praktik mad'u. Temuan ini menjadi salah satu gap utama dalam penelitian dakwah dan AI.

Tabel 3. Distribusi Rekaman Berdasarkan Tahun Publikasi

Tahun	Jumlah	Proporsi
2019	1	1%
2022	5	5%
2023	17	17%
2024	22	22%
2025	51	51%
2026	4	4%

Sumber: Hasil audit metadata korpus penelitian, 2026.

Enam Klaster Tematik

Sintesis 95 publikasi unik menghasilkan enam klaster. Pertama, strategi dan manajemen, yang membahas analitik, segmentasi, perencanaan, otomatisasi distribusi, dan pengukuran kinerja. Kahfi (2025) serta Syakir dan Syakir (2025) menunjukkan bahwa AI dapat membantu membaca pola interaksi dan menyesuaikan pengelolaan konten. Namun, metrik digital seperti views, likes, durasi, dan engagement tidak identik dengan keberhasilan substantif dakwah.

Kedua, produksi konten dan interaksi. AI generatif digunakan untuk teks, visual, audio, terjemahan, ringkasan, dan chatbot. Habibullah (2023) menempatkan AI sebagai akselerator digitalisasi, sedangkan Bakar (2025) memperlihatkan fungsi pedagogis AI dalam produksi komik dakwah. Peluang utama berada pada efisiensi, variasi format, aksesibilitas, dan interaktivitas. Risikonya adalah banjir konten dangkal, kesalahan representasi, konten sintetis, serta kecenderungan pengguna mempersepsikan respons chatbot sebagai nasihat otoritatif.

Ketiga, pendidikan dan literasi AI. Afif dan Nawawi (2024) membahas AI untuk pembelajaran Al-Qur'an dan hadis, sedangkan Maulana et al. (2025) mengangkat natural language processing untuk pemrosesan teks Al-Qur'an. Sintesis menunjukkan bahwa literasi AI bagi dai tidak cukup berupa kemampuan menggunakan aplikasi dan menyusun prompt. Kompetensi harus mencakup pemahaman halusinasi, bias, privasi, verifikasi sumber, dan batas delegasi keputusan.

Keempat, otoritas keagamaan dan fatwa. Hakim dan Azizi (2023), Dewi dan Hidayat (2024), serta Rahim et al. (2025) secara umum menempatkan AI sebagai alat pendukung, bukan pengganti ulama. AI dapat membantu pencarian, pengorganisasian, dan perbandingan dokumen, tetapi keputusan normatif membutuhkan kompetensi metodologis, pembacaan konteks, dan pertanggungjawaban manusia. Marwantika et al. (2025) memperkuat problem ini dengan menunjukkan persoalan bias dan validitas pada aplikasi AI Islam.

Kelima, etika dan integritas informasi. Risiko yang berulang adalah bias algoritmik, halusinasi, disinformasi, privasi, ruang gema, deepfake, dan dehumanisasi. Nuha (2025) serta Insana dan Satriah (2024) menekankan bahwa efisiensi harus ditempatkan di bawah integritas pesan dan kemaslahatan mad'u. Jacob et al. (2025) menunjukkan chat-chamber effect, sedangkan Zhang et al. (2025) memperlihatkan kemungkinan penguatan bias melalui personalisasi. Risiko tersebut penting karena kesalahan pada materi agama dapat memengaruhi keyakinan, praktik, dan hubungan sosial.

Keenam, regulasi dan tata kelola multipihak. Dewi dan Hidayat (2024) menekankan peran regulasi dan pengawasan, sedangkan Khatimah et al. (2025) menunjukkan bahwa moderasi berbasis AI sendiri dapat membawa bias konteks. Papagiannidis et al. (2025) menempatkan responsible AI governance sebagai struktur, proses, pembagian tanggung jawab, audit, dan evaluasi. Dalam dakwah, tata kelola tersebut harus ditambah dengan validasi sumber Islam dan keterlibatan otoritas keilmuan.

Tabel 4. Klaster Kajian Dakwah dan Artificial Intelligence

Klaster	Fokus	Isu kunci
Strategi & manajemen	Analitik, segmentasi, distribusi	Efisiensi, jangkauan, indikator
Konten & interaksi	Generative AI, chatbot, visual	Personalisasi, akurasi, autentisitas
Pendidikan & kapasitas	Literasi AI, pembelajaran	Kompetensi agama, digital, pedagogis
Otoritas & fatwa	Hadis, tafsir, hukum Islam	Batas mesin dan kewenangan ulama

Etika & keamanan	Bias, privasi, hoaks	Transparansi dan integritas informasi
Regulasi & ekosistem	Negara, lembaga, pengembang	Standar, audit, kolaborasi

Sumber: Sintesis tematik terhadap 95 publikasi unik, 2026.

Dari Dakwah Digital menuju Dakwah Algoritmik

Temuan SLR menunjukkan bahwa AI tidak lagi sekadar alat tambahan. Sistem algoritmik ikut memengaruhi apa yang diproduksi, kepada siapa pesan disebarkan, materi mana yang memperoleh visibilitas, dan bagaimana pengguna berinteraksi. Perubahan ini memperluas kajian transformasi dakwah digital: teknologi bukan hanya medium, tetapi mediator yang ikut mengorganisasi arus pengetahuan. Karena itu, tanggung jawab komunikasi tidak boleh dialihkan kepada sistem. Lembaga yang memilih teknologi, memasukkan data, menggunakan keluaran, dan mempublikasikannya tetap menjadi pemilik tanggung jawab.

Peluang dan Risiko sebagai Pasangan Tata Kelola

Hasil sintesis menunjukkan bahwa hampir setiap peluang mempunyai risiko yang berpasangan. Jangkauan lintas wilayah dan bahasa dapat berhadapan dengan kesenjangan akses digital. Efisiensi produksi dapat menghasilkan volume konten yang mengurangi kedalaman verifikasi. Personalisasi dapat meningkatkan relevansi tetapi juga menciptakan profiling, ruang gema, dan polarisasi. Penelusuran pengetahuan dapat mempercepat pencarian sumber, tetapi keluaran generatif dapat berhalusinasi. Chatbot memberi akses 24 jam, tetapi dapat mendorong dehumanisasi dan kesalahan nasihat. AI dapat membantu ulama mengorganisasi informasi, tetapi antarmuka yang meyakinkan dapat membuat mesin dipersepsikan sebagai mufti.

Hubungan tersebut menunjukkan bahwa pertanyaan kebijakan tidak cukup berbentuk “boleh atau tidak menggunakan AI”. Yang lebih operasional adalah menentukan jenis tugas, tingkat risiko, validator, data yang boleh diproses, mekanisme eskalasi, dan pemilik akuntabilitas. Fungsi administratif seperti penjadwalan dapat menerima otomatisasi lebih besar. Fungsi informasional harus mencantumkan sumber. Fungsi interpretatif membutuhkan validasi ahli. Fungsi normatif—terutama fatwa dan keputusan yang berdampak tinggi—tidak boleh didelegasikan kepada AI sebagai otoritas mandiri.

Ketegangan antara Logika Platform dan Tujuan Dakwah

Literatur juga mengungkap ketegangan antara logika platform dan logika dakwah. Platform mengoptimalkan keterlibatan, retensi, dan trafik, sedangkan dakwah berorientasi pada kebenaran, hikmah, pemahaman, akhlak, dan kemaslahatan. Data perilaku dapat membantu membaca kecenderungan khalayak, tetapi tidak sepenuhnya mewakili kebutuhan spiritual. Karena itu, indikator digital perlu dibedakan dari indikator substantif. Jangkauan, tayangan, komentar, dan pembagian ulang mengukur performa distribusi; perubahan pemahaman, kemampuan memverifikasi sumber, sikap, toleransi, dan praktik memerlukan evaluasi manusia dan desain penelitian yang berbeda.

Halusinasi, Bias, dan Otoritas Epistemik

Dalam dakwah, halusinasi AI merupakan persoalan epistemologis. Keluaran yang lancar tidak menjamin bahwa ayat, hadis, fatwa, atau pendapat ulama dapat ditelusuri. Marwantika et al. (2025) menunjukkan bahwa aplikasi AI Islam dapat memberikan jawaban yang berbeda, menandakan ketergantungan pada data dan konfigurasi sistem. Tao et al. (2024) menunjukkan model bahasa

dapat membawa kecenderungan nilai budaya tertentu. Jika sumber digital tidak seimbang, pandangan yang lebih dominan secara data dapat tampil seolah-olah mewakili konsensus.

Masalah tersebut berkaitan dengan otoritas. Hauswald (2025) menjelaskan kemungkinan AI diperlakukan sebagai otoritas epistemik ketika pengguna bergantung pada sistem untuk memperoleh pengetahuan. Dalam tradisi Islam, otoritas tidak hanya dibentuk oleh ketersediaan informasi, tetapi juga kompetensi, metodologi, integritas, dan tanggung jawab. Oleh sebab itu, SLR ini mendukung pembedaan tegas antara AI-assisted religious knowledge dan autonomous religious authority. Yang pertama dapat dikembangkan dengan pengawasan; yang kedua tidak didukung oleh sintesis korpus.

Model Tata Kelola TAHQIQ-AI

Berdasarkan sintesis, penelitian mengusulkan Model TAHQIQ-AI. Istilah tahqiq digunakan untuk menekankan pemeriksaan dan pemastian sebelum informasi diterima atau disebarkan. Model ini mengintegrasikan prinsip responsible AI dengan tabayyun dan otoritas keilmuan Islam. TAHQIQ-AI terdiri atas tujuh lapis: T–Tujuan dakwah; A–Akurasi sumber; H–Human oversight; Q–Quality and bias audit; I–Integritas data; Q–Quality of interaction; dan AI–Akuntabilitas dan evaluasi.

Tujuan dakwah memastikan bahwa AI digunakan untuk kemaslahatan substantif, bukan sekadar engagement. Akurasi sumber mengharuskan ayat, hadis, tafsir, fatwa, dan kutipan dapat ditelusuri. Human oversight memastikan keputusan berada pada manusia kompeten. Quality and bias audit memeriksa mutu, keamanan, serta potensi kerugian bagi bahasa, budaya, gender, atau mazhab tertentu. Integritas data menuntut persetujuan, minimalisasi, keamanan, dan pembatasan tujuan penggunaan data. Quality of interaction menentukan kapan sistem harus berhenti dan menyerahkan percakapan kepada manusia. Akuntabilitas dan evaluasi mewajibkan dokumentasi, mekanisme koreksi, dan audit berkala. Model ini tidak dimaksudkan sebagai standar final yang telah tervalidasi secara empiris. Ia merupakan proposisi konseptual yang diturunkan dari pola masalah dan rekomendasi dalam korpus. Karena itu, penelitian lanjutan perlu menguji TAHQIQ-AI pada lembaga dakwah, chatbot Islam, sistem pendidikan, dan layanan fatwa berbantuan AI.

Tabel 5. Model Tata Kelola TAHQIQ-AI

Lapis	Prinsip	Pertanyaan kendali
T–Tujuan	Maslahat substantif	Apakah AI mendukung tujuan dakwah, bukan hanya engagement?
A–Akurasi	Sumber terlacak	Apakah ayat, hadis, tafsir, fatwa, dan kutipan diverifikasi?
H–Human oversight	Manusia kompeten	Siapa yang menyetujui dan bertanggung jawab?
Q–Quality & bias audit	Mutu dan keadilan	Kelompok/bahasa/mazhab apa yang mungkin dirugikan?
I–Integritas data	Privasi & minimalisasi	Data apa dikumpulkan, untuk apa, dan berapa lama?
Q–Quality of interaction	Konteks & eskalasi	Kapan sistem wajib menyerahkan kepada manusia?
AI–Akuntabilitas	Dokumentasi & evaluasi	Bagaimana kesalahan dilaporkan, diperbaiki, dan dicegah?

Sumber: Sintesis konseptual penelitian, 2026.

Keterbatasan dan Agenda Penelitian

SLR ini memiliki tiga keterbatasan. Pertama, korpus telah disediakan dalam bentuk RIS sehingga penelitian tidak merekonstruksi strategi pencarian database dari awal. Kedua, sintesis terutama bertumpu pada metadata dan abstrak; akibatnya, kualitas metodologis dan data primer setiap studi tidak dapat dinilai sedalam review berbasis full text. Ketiga, dominasi publikasi konseptual dan kualitatif membatasi kesimpulan mengenai efektivitas kausal AI. Keterbatasan tersebut sekaligus menjadi agenda penelitian: studi berikutnya perlu melakukan pencarian database yang terdokumentasi penuh, appraisal kualitas full text, benchmark akurasi jawaban agama, eksperimen dampak terhadap mad'u, audit bias lintas bahasa/mazhab, serta evaluasi tata kelola pada organisasi dakwah.

Kesimpulan

SLR terhadap 100 rekaman publikasi periode 2019–2026 menghasilkan 95 publikasi unik setelah audit dan deduplikasi. Pemetaan menunjukkan pertumbuhan kajian yang tajam pada 2024–2025 dan pergeseran dari digitalisasi menuju integrasi AI serta problematisasi etika dan otoritas. Sintesis menghasilkan enam klaster: strategi dan manajemen; produksi konten dan interaksi; pendidikan dan literasi AI; otoritas dan fatwa; etika dan integritas informasi; serta regulasi dan tata kelola. AI menawarkan manfaat berupa perluasan jangkauan, efisiensi produksi, analisis audiens, personalisasi, aksesibilitas, dan dukungan penelusuran pengetahuan. Namun, manfaat tersebut tidak berdiri sendiri. Halusinasi informasi agama, bias, ruang gema, privasi, deepfake, dehumanisasi, dan pergeseran otoritas merupakan risiko yang berulang. Basis bukti juga masih didominasi pendekatan konseptual, normatif, dan kualitatif sehingga klaim efektivitas harus dibaca secara hati-hati. Model TAHQIQ-AI diusulkan sebagai sintesis tata kelola yang menempatkan AI sebagai sistem pendukung. Tujuan dakwah, akurasi sumber, pengawasan manusia, audit kualitas dan bias, integritas data, kualitas interaksi, serta akuntabilitas menjadi lapis kendali utama. Kontribusi pokok penelitian ini adalah menggeser diskusi dari pertanyaan apakah AI dapat digunakan dalam dakwah menuju pertanyaan bagaimana AI digunakan secara terverifikasi, proporsional, dan bertanggung jawab tanpa menggantikan otoritas keilmuan Islam.

Daftar Pustaka

- Afif, N., & Nawawi, A. (2024). Optimalisasi Pengajaran Al-Quran dan Hadis melalui Teknologi Kecerdasan Buatan: Tantangan dan Strategi Integrasi. *EduInovasi*, 4(3), 1829–1848. <https://doi.org/10.47467/edu.v4i3.5156>
- Bakar, N. I. N. binti A. (2025). Integrating AI and Creative Teaching Strategies in Da'wah Comic Strip Approaches to Fiqh al-Da'wah. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 9(25), 358–363. <https://doi.org/10.47772/ijriss.2025.925ileiid000063>
- Dewi, R. R. (2024). Problematika Artificial Intelligence Sebagai Pemberi Fatwa Dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal Analisis Hukum*, 7(2), 209–223. <https://doi.org/10.38043/jah.v7i2.5137>
- Dewi, S. M., & Hidayat, M. N. F. (2024). Incorporating Artificial Intelligence for Da'wah: Defining the State's Role. *Jurnal Penelitian*, 21(2), 125–136. <https://doi.org/10.28918/jupe.v21i2.7685>
- Habibullah, M. (2023). Artificial Intelligence (AI) dalam Digitalisasi Dakwah. *Mauizoh*, 8(2), 124–137. <https://doi.org/10.30631/mauizoh.v8i2.77>
- Hakim, L., & Azizi, M. R. (2023a). Otoritas fatwa keagamaan dalam konteks era kecerdasan buatan. *Ar-Risalah*. <https://doi.org/10.69552/ar-risalah.v21i2.2100>
- Hakim, L., & Azizi, M. R. (2023b). Otoritas fatwa keagamaan dalam konteks era kecerdasan buatan (artificial intelligence/ai). <https://doi.org/10.69552/ar-risalah.v21i2.2101>
- Hauswald, R. (2025). Artificial epistemic authorities. *Social Epistemology*. <https://doi.org/10.1080/02691728.2025.2449602>

- Hidayatullah, R. R., T, N. A., Hidayatullah, R. R., & T, N. A. (2024). Innovative Dakwah Strategies Through Social Media: Case Study of Islamic Communication Approaches in Indonesia. 1(1), 16–27. <https://doi.org/10.34125/injies.v1i1.3>
- Insana, Z., & Satriah, L. (2024). Etika dan Tantangan Dakwah di Era Kecerdasan Buatan. J-KIs Jurnal Komunikasi Islam, 5(2), 259–272. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v5i2.1042>
- Jacob, C., Kerrigan, P., & Bastos, M. (2025). The chat-chamber effect: Trusting the AI hallucination. Big Data & Society, 12(1). <https://doi.org/10.1177/20539517241306345>
- Kahfi, A. (2025). Revolusi Manajemen Dakwah: Integrasi Artificial Intelligence dalam Strategi Dakwah Kontemporer. Journal of Islamic Management, 5(2), 201–221. <https://doi.org/10.15642/jim.v2i2.1990>
- Khatimah, K., Ramli, F. R., & Kurniati, K. (2025). Regulasi dan Tantangan Pemanfaatan AI dalam Moderasi Beragama. <https://doi.org/10.62383/majelis.v2i4.1356>
- Marwantika, A. I., Dauda, K. O., Marwantika, A. I., & Dauda, K. O. (2025). Da'wah in the Algorithmic Era: Investigating Bias and Validity of Islamic Artificial Intelligence Applications. Muharik, 8(2), 1–19. <https://doi.org/10.37680/muharik.v8i2.7730>
- Maulana, M. A., Nugroho, K., Dahliana, Y., Ridwan, M. K., & AN, A. N. (2025). Optimizing Qur'an Interpretation with Natural Language Processing Through Critical Review and Practical Implications. Solo International Collaboration and Publication of Social Sciences and Humanities, 3(03), 501–514. <https://doi.org/10.61455/sicopus.v3i03.358>
- Nuha, A. A. (2025). Etika dan Tantangan Dakwah dengan Artificial Intelligence. Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam, 11(1), 97–107. <https://doi.org/10.54471/dakwatuna.v11i1.3470>
- Papagiannidis, E., Mikalef, P., & Conboy, K. (2025). Responsible artificial intelligence governance: A review and research framework. The Journal of Strategic Information Systems, 34, 101885. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2024.101885>
- Patel, S. (2025). What's AI got to do with it? Muslims, social media, and religious authority. In Oxford Intersections: Social Media in Society and Culture. <https://doi.org/10.1093/9780198945253.003.0020>
- Rahim, S. F. A., Rahman, M. F. A., Thaidi, H., 'Azeemi A., Azimi, N. N. M. A. N. M., & Jailani, M. R. (2025). Artificial Intelligence for Fatwa Issuance: Guidelines And Ethical Considerations. Jurnal Pengurusan Dan Penyelidikan Fatwa =, 30(1), 76–100. <https://doi.org/10.33102/jfatwa.vol30no1.654>
- Saleh, S. P., Cangara, H., Sabreen, S., & Syamsuddin, A. (2022). Digital Da'wah Transformation: Cultural And Methodological Change Of Islamic Communication In The Current Digital Age. International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis, 05(08). <https://doi.org/10.47191/ijmra/v5-i8-18>
- Sierocki, R. (2024). Algorithms and faith: The meaning, power, and causality of algorithms in religious contexts. Religions, 15(4), 431. <https://doi.org/10.3390/rel15040431>
- Syakir, F. D., & Syakir, F. D. (2025). Digital Da'wah Management Strategy through Artificial Intelligence on Social Media Platforms. Journal on Islamic Studies, 2(1), 43–55. <https://doi.org/10.35335/ypwvhc08>
- Tao, Y., Viberg, O., Baker, R. S., & Kizilcec, R. F. (2024). Cultural bias and cultural alignment of large language models. PNAS Nexus, 3(9), pgae346. <https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgae346>
- Zhang, J., Song, W., & Liu, Y. (2025). Cognitive bias in generative AI influences religious education. Scientific Reports, 15, 15720. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-99121-6>
- Achmad Arifulin Nuha. (2025). Etika dan Tantangan Dakwah dengan Artificial Intelligence. Dakwatuna: Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam, 11(1), 97–107. <https://doi.org/10.54471/dakwatuna.v11i1.3470>
- Adeni Adeni, Lukmanul Hakim, & Silviatul Hasanah. (2023). Rethinking Islamic Da'wah Model in the Context of Digital Space. Proceeding of Saizu International Conference on Transdisciplinary Religious Studies, 285–294. <https://doi.org/10.24090/icontrees.2023.348>

- Al Kahfi. (2025). Revolusi Manajemen Dakwah: Integrasi Artificial Intelligence dalam Strategi Dakwah Kontemporer. *Journal of Islamic Management*, 5(2), 201-221. <https://doi.org/10.15642/jim.v2i2.1990>.
- Asna Istya Marwantika, & Kazeem Oluwaseun Dauda. (2025). Da'wah in the Algorithmic Era: Investigating Bias and Validity of Islamic Artificial Intelligence Applications. *Muharrrik*, 8(2), 01-19. <https://doi.org/10.37680/muharrrik.v8i2.7730>.
- Fazil Dzulqarnain Syakir. (2025). Digital Da'wah Management Strategy through Artificial Intelligence on Social Media Platforms. *Journal on Islamic Studies*, 2(1), 43-55. <https://doi.org/10.35335/ypwvhc08>.
- Ferdi Arifin. (2019). Rethinking dawah model in the fourth industrial revolution for digital native generation. <https://doi.org/10.14421/JD.1434>.
- Khusnul Khatimah, Fanti Rahmania Ramli, & Kurniati Kurniati. (2025). Regulasi dan Tantangan Pemanfaatan AI dalam Moderasi Beragama. <https://doi.org/10.62383/majelis.v2i4.1356>.
- Lukman Hakim, & Muhamad Risqil Azizi. (2023). Otoritas fatwa keagamaan dalam konteks era kecerdasan buatan (artificial intelligence/ai). <https://doi.org/10.69552/ar-risalah.v21i2.2101>.
- Mohamed Habibullah. (2023). Artificial Intelligence (AI) dalam Digitalisasi Dakwah. *Mauizoh*, 8(2), 124-137. <https://doi.org/10.30631/mauizoh.v8i2.77>.
- Muhammad Ardiyanto Maulana, Kharis Nugroho, Yeti Dahliana, Muhammad K. Ridwan, & Andri Nirwana AN. (2025). Optimizing Qur'an Interpretation with Natural Language Processing Through Critical Review and Practical Implications. *Solo International Collaboration and Publication of Social Sciences and Humanities*, 3(03), 501-514. <https://doi.org/10.61455/sicopus.v3i03.358>.
- Nor Iman Nabila binti Abu Bakar. (2025). Integrating AI and Creative Teaching Strategies in Da'wah Comic Strip Approaches to Fiqh al-Da'wah. *International journal of research and innovation in social science*, 9(25), 358-363. <https://doi.org/10.47772/ijriss.2025.925ileiid000063>.
- Nur Afif, & Adlan Nawawi. (2024). Optimalisasi Pengajaran Al-Quran dan Hadis melalui Teknologi Kecerdasan Buatan: Tantangan dan Strategi Integrasi. *EduInovasi*, 4(3), 1829-1848. <https://doi.org/10.47467/edu.v4i3.5156>.
- Nur Faizin, Abul Ma'ali, Muhammad Fahmi Hidayatullah, Ahmad Munjin Nasih, Rohmatul Faizah, & Moh. Fauzan. (2025). Transformation of Islamic values in the era of artificial intelligence. *IAES International Journal of Artificial Intelligence*, 14(5), 4353-4353. <https://doi.org/10.11591/ijai.v14.i5.pp4353-4362>.
- Ratih Rahma Dewi. (2024). Problematika Artificial Intelligence Sebagai Pemberi Fatwa Dalam Perspektif Hukum Islam. *Jurnal analisis hukum*, 7(2), 209-223. <https://doi.org/10.38043/jah.v7i2.5137>.
- Riski Randa Hidayatullah, & Nur Asia T. (2024). Innovative Dakwah Strategies Through Social Media: Case Study of Islamic Communication Approaches in Indonesia. <https://doi.org/10.34125/injies.v1i1.3>.
- Sadhriany Pertiwi Saleh, Hafied Cangara, Safiyyah Sabreen, & Abin Syamsuddin. (2022). Digital Da'wah Transformation: Cultural And Methodological Change Of Islamic Communication In The Current Digital Age. *International journal of multidisciplinary research and analysis*, 05(08). <https://doi.org/10.47191/ijmra/v5-i8-18>.
- Siti Farahiyah Ab Rahim, Muhamad Firdaus Ab Rahman, Hussein 'Azeemi Abdullah Thaidi, Nik Nur Muhammad Alif Nik Mohd Azimi, & Munawar Rizki Jailani. (2025). Artificial Intelligence for Fatwa Issuance: Guidelines And Ethical Considerations. *Jurnal pengurusan dan penyelidikan fatwa* =, 30(1), 76-100. <https://doi.org/10.33102/jfatwa.vol30no1.654>.
- Siti Malaiha Dewi, & M. Noer Fadli Hidayat. (2024). Incorporating Artificial Intelligence for Da'wah: Defining the State's Role. *Jurnal Penelitian*, 21(2), 125-136. <https://doi.org/10.28918/jupe.v21i2.7685>.
- Zuharin Insana, & Lilis Satriah. (2024). Etika dan Tantangan Dakwah di Era Kecerdasan Buatan. *JKIs Jurnal Komunikasi Islam*, 5(2), 259-272. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v5i2.1042>.