

AI GOVERNANCE IN DA'WAH ORGANIZATIONS: BUILDING TRUST, ETHICS, AND RELIGIOUS AUTHORITY IN THE GENERATIVE AI ERA

Abdul Hafiz¹, Rasya Ahmad Nizar²

¹²Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi,
UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

Email: abdul.hafiz@uinjkt.ac.id, nizar234890@gmail.com

Abstract

The rapid development of generative artificial intelligence (AI) has transformed the production, distribution, and consumption of Islamic religious information. Generative AI can support da'wah institutions in content production, audience analysis, personalized communication, translation, knowledge management, and digital services. However, its increasing role in religious communication raises fundamental managerial and ethical questions concerning information accuracy, accountability, transparency, privacy, human oversight, and the authority of religious knowledge. This article aims to develop a conceptual framework for AI governance in Islamic da'wah by integrating contemporary AI governance principles with Islamic ethical values, particularly maqāṣid al-sharī'ah, amanah, 'adl, maslahah, and the principle of avoiding harm. This study employs a qualitative conceptual approach through documentary analysis of recent academic literature and international AI governance frameworks. The analysis indicates that responsible AI governance in Islamic da'wah requires five interconnected dimensions: ethical alignment, information integrity, human oversight, accountability and transparency, and stakeholder participation. These dimensions contribute to building institutional trust and maintaining legitimate religious authority in AI-mediated da'wah. The article proposes the Islamic Da'wah AI Governance (IDAIG) Model, positioning AI as a managerial and communicative instrument rather than an autonomous religious authority. The model emphasizes that final responsibility for religious interpretation, validation, and normative decision-making must remain with qualified human scholars and da'wah institutions. The proposed framework contributes to the development of contemporary da'wah management theory by integrating digital governance, Islamic ethics, institutional trust, and religious authority.

Keywords: *artificial intelligence; AI governance; Islamic da'wah; generative AI; religious authority; institutional trust; maqāṣid al-sharī'ah*

Abstrak

Perkembangan generative artificial intelligence (AI) telah mengubah cara informasi keagamaan Islam diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. AI generatif dapat membantu lembaga dakwah dalam produksi konten, analisis audiens, komunikasi yang dipersonalisasi, penerjemahan, manajemen pengetahuan, dan pelayanan digital. Namun, meningkatnya penggunaan AI dalam komunikasi keagamaan menghadirkan persoalan manajerial dan etis terkait akurasi informasi, akuntabilitas, transparansi, privasi, pengawasan manusia, dan otoritas pengetahuan keagamaan. Artikel ini bertujuan mengembangkan kerangka konseptual tata kelola AI dalam manajemen dakwah dengan mengintegrasikan prinsip tata kelola AI kontemporer dengan nilai-nilai etika Islam, khususnya *maqāṣid al-sharī'ah*, amanah, keadilan ('adl), kemaslahatan (maslahah), dan prinsip pencegahan kemudharatan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif konseptual melalui analisis dokumenter terhadap literatur akademik mutakhir dan kerangka tata kelola AI internasional. Hasil analisis menunjukkan bahwa tata kelola AI yang bertanggung jawab dalam dakwah Islam memerlukan lima dimensi yang saling berkaitan, yaitu keselarasan etis, integritas informasi, pengawasan manusia, akuntabilitas dan transparansi, serta partisipasi pemangku kepentingan. Kelima dimensi tersebut berkontribusi terhadap pembentukan kepercayaan institusional sekaligus menjaga otoritas keagamaan yang legitimate dalam dakwah berbasis AI. Artikel ini mengusulkan Islamic Da'wah AI Governance (IDAIG) Model, yang menempatkan AI sebagai instrumen manajerial dan komunikasi, bukan sebagai otoritas keagamaan otonom. Model ini menegaskan bahwa tanggung jawab akhir terhadap interpretasi, validasi, dan pengambilan keputusan normatif keagamaan harus tetap berada pada manusia yang memiliki kompetensi keilmuan dan lembaga dakwah yang kredibel. Kerangka yang ditawarkan berkontribusi pada pengembangan teori manajemen dakwah kontemporer melalui integrasi tata kelola digital, etika Islam, kepercayaan institusional, dan otoritas keagamaan.

Kata kunci: kecerdasan buatan; tata kelola AI; dakwah Islam; generative AI; otoritas keagamaan; kepercayaan institusional; maqāṣid al-sharī'ah

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah membawa perubahan fundamental dalam pengelolaan dakwah Islam. Dakwah tidak lagi hanya berlangsung melalui masjid, majelis taklim, lembaga pendidikan, televisi, radio, dan media cetak, tetapi telah berkembang menjadi ekosistem digital yang melibatkan media sosial, platform video, mesin pencari, aplikasi keagamaan, chatbot, dan berbagai sistem berbasis kecerdasan buatan (artificial intelligence/AI). Perubahan tersebut menjadikan teknologi bukan sekadar alat distribusi pesan dakwah, tetapi bagian dari proses manajemen, produksi

pengetahuan, komunikasi, pelayanan, dan pembentukan hubungan antara lembaga dakwah dengan masyarakat.

Sejak dekade terakhir, transformasi digital dalam dakwah umumnya dipahami sebagai proses migrasi dari ruang fisik menuju ruang maya. Lembaga dakwah membuka kanal YouTube, akun Instagram, siaran podcast, dan grup percakapan daring sebagai perpanjangan dari kegiatan tabligh konvensional. Pada tahap ini, teknologi digital sebagian besar berfungsi sebagai saluran distribusi—pesan yang disampaikan tetap diproduksi oleh manusia, sementara teknologi hanya mempercepat penyebarannya. Namun, kemunculan generative AI mengubah struktur relasi tersebut secara mendasar karena teknologi tidak lagi berhenti pada fungsi distribusi, melainkan mulai terlibat dalam proses produksi pesan itu sendiri.

Perkembangan generative AI mempercepat perubahan tersebut. Sistem seperti large language models mampu menghasilkan teks, menerjemahkan bahasa, merangkum dokumen, menjawab pertanyaan, membuat materi komunikasi, serta melakukan interaksi secara real time. Dalam konteks dakwah, teknologi tersebut memiliki potensi besar untuk meningkatkan efisiensi organisasi, memperluas jangkauan komunikasi, dan memberikan pelayanan informasi keagamaan yang lebih cepat dan personal. Sebagai ilustrasi, sebuah lembaga dakwah dapat memanfaatkan AI untuk menyusun draf materi khutbah, menerjemahkan kajian ke dalam beberapa bahasa secara simultan, merangkum kitab-kitab klasik untuk kebutuhan edukasi awam, atau membangun asisten percakapan yang menjawab pertanyaan dasar keagamaan selama dua puluh empat jam penuh.

Namun, transformasi tersebut juga menghasilkan persoalan baru. AI dapat menghasilkan jawaban yang tampak meyakinkan tetapi mengandung kesalahan, sumber yang tidak tepat, atau interpretasi yang tidak sesuai dengan konteks keilmuan Islam. Risiko tersebut menjadi lebih serius ketika AI digunakan untuk menjawab persoalan fikih, akidah, ibadah, keluarga, atau persoalan keagamaan yang membutuhkan otoritas dan penalaran ilmiah. Karakter generative AI yang menyusun jawaban berdasarkan pola probabilistik dari data pelatihan menyebabkan keluaran sistem tersebut dapat terdengar otoritatif meskipun tidak selalu didukung oleh dalil yang sahih, sanad keilmuan yang jelas, atau pertimbangan konteks mazhab yang tepat. Fenomena ini dalam kajian teknologi sering disebut sebagai kecenderungan model menghasilkan informasi yang meyakinkan secara linguistik namun keliru secara substantif.

Persoalan tersebut menunjukkan bahwa tantangan AI dalam dakwah tidak dapat dipahami hanya sebagai persoalan teknologi. Ia merupakan

persoalan manajemen, governance, etika, epistemologi, dan otoritas keagamaan. Ketika sebuah lembaga dakwah memutuskan untuk mengadopsi AI dalam operasionalnya, keputusan tersebut sesungguhnya bukan sekadar keputusan teknis mengenai perangkat lunak yang digunakan, melainkan keputusan institusional yang menyangkut bagaimana pengetahuan keagamaan diproduksi, siapa yang bertanggung jawab atas kebenarannya, dan bagaimana kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut dijaga.

UNESCO menempatkan transparansi, keadilan, akuntabilitas, pengawasan manusia, perlindungan data, dan prinsip do no harm sebagai elemen penting tata kelola AI yang bertanggung jawab. UNESCO juga menegaskan bahwa sistem AI tidak boleh menggantikan tanggung jawab akhir manusia. Kerangka tersebut pada mulanya dirumuskan untuk konteks tata kelola pemerintahan dan industri secara umum, tetapi prinsip-prinsipnya dapat diterjemahkan ke dalam konteks keagamaan mengingat dakwah juga merupakan bentuk layanan publik yang berdampak langsung pada keyakinan, perilaku, dan kehidupan sosial masyarakat.

Dalam konteks Islam, prinsip-prinsip tersebut memiliki titik temu dengan nilai amanah, 'adl, maslahah, dan maqāṣid al-sharī'ah. Studi terbaru menunjukkan bahwa etika Islam dapat memberikan landasan normatif bagi tata kelola AI melalui perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta serta prinsip pencegahan kemudharatan. Titik temu ini penting karena menunjukkan bahwa kebutuhan akan tata kelola AI yang etis bukan semata-mata tuntutan yang datang dari luar tradisi Islam, melainkan juga dapat dijustifikasi dari dalam kerangka epistemologi dan etika Islam itu sendiri.

Dengan demikian, diperlukan pendekatan yang tidak hanya mempertanyakan:

"Bagaimana AI dapat digunakan untuk dakwah?"

tetapi juga:

"Bagaimana AI harus dikelola agar penggunaannya dalam dakwah tetap amanah, akurat, bertanggung jawab, dan tidak menggeser otoritas keagamaan manusia?"

Pertanyaan tersebut menjadi semakin penting karena AI berpotensi menjadi intermediary baru antara masyarakat Muslim dan sumber pengetahuan keagamaan. Ketika seseorang lebih mudah bertanya kepada chatbot dibandingkan mendatangi ulama atau membaca kitab rujukan, terjadi pergeseran pola relasi keilmuan yang selama berabad-abad menjadi ciri khas transmisi pengetahuan Islam.

Dalam tradisi Islam, otoritas keagamaan tidak semata-mata dibentuk oleh kemampuan menyampaikan informasi. Otoritas berkaitan dengan kompetensi keilmuan, sanad, integritas moral, kemampuan memahami konteks, dan tanggung jawab terhadap konsekuensi dari suatu penafsiran. Seorang ulama tidak hanya dinilai dari kemampuannya menjawab pertanyaan, tetapi juga dari mata rantai keilmuan yang menghubungkannya dengan generasi ulama sebelumnya, integritas pribadinya, serta kesediaannya bertanggung jawab secara moral dan sosial atas fatwa yang dikeluarkan. Ciri-ciri tersebut secara struktural tidak dimiliki oleh sistem AI, betapapun canggih kemampuan linguistiknya. Oleh sebab itu, ketika AI menghasilkan jawaban keagamaan, muncul persoalan epistemologis: siapa yang bertanggung jawab terhadap kebenaran jawaban tersebut?

Literatur mutakhir telah mulai membahas hubungan AI dengan etika Islam dan *maqāṣid al-sharī'ah*. Sebuah penelitian tahun 2025, misalnya, mengusulkan kerangka etika Islam untuk tata kelola generative AI yang mengintegrasikan *maqāṣid al-sharī'ah*, pencegahan bahaya, keadilan, akuntabilitas, dan kemaslahatan publik. Penelitian lain menunjukkan bahwa perkembangan AI juga menantang pola tradisional Islamic legal reasoning dan otoritas keagamaan, sehingga dibutuhkan kerangka etis yang mampu mengatur hubungan antara AI, pengetahuan Islam, dan lembaga fatwa.

Studi etnografis mengenai AI di Indonesia juga menunjukkan adanya ruang negosiasi antara teknologi, etika Islam, pendidikan AI, dan aspirasi pembangunan nasional. Hal tersebut memperlihatkan bahwa hubungan antara Islam dan AI tidak semata-mata berbentuk penerimaan atau penolakan, tetapi merupakan proses adaptasi dan negosiasi nilai. Masyarakat Muslim, dalam pandangan ini, tidak berhadapan dengan pilihan biner antara menerima seluruh kemajuan teknologi tanpa syarat atau menolaknya secara total, melainkan berada dalam proses berkelanjutan untuk menyesuaikan penggunaan teknologi dengan kerangka nilai yang diyakini.

Meskipun demikian, kajian yang secara spesifik menghubungkan AI governance dengan manajemen dakwah, khususnya dalam aspek kepercayaan, integritas informasi, dan otoritas keagamaan, masih terbatas. Literatur tentang dakwah digital lebih banyak berfokus pada media sosial, strategi komunikasi, literasi digital, dan efektivitas penyebaran pesan. Perubahan menuju AI-mediated da'wah membutuhkan kerangka manajemen yang berbeda karena AI tidak hanya menjadi saluran komunikasi, tetapi juga dapat menjadi aktor yang menghasilkan dan

menyusun pesan. Kesenjangan literatur inilah yang menjadi titik tolak dan urgensi utama artikel ini.

Berdasarkan persoalan tersebut, artikel ini bertujuan:

1. mengidentifikasi dimensi utama tata kelola AI dalam manajemen dakwah;
2. mengintegrasikan prinsip tata kelola AI global dengan etika Islam;
3. menjelaskan hubungan antara governance, trust, dan religious authority;
4. mengembangkan Islamic Da'wah AI Governance (IDAIG) Model sebagai kerangka konseptual untuk pengelolaan AI dalam lembaga dakwah.

Kontribusi utama artikel ini terletak pada upaya menggeser kajian AI dalam dakwah dari perspektif technology adoption menuju perspektif institutional governance. Pergeseran perspektif ini penting karena pendekatan adopsi teknologi cenderung berhenti pada pertanyaan seputar penerimaan pengguna dan kemudahan penggunaan, sedangkan pendekatan governance mendorong lembaga dakwah untuk mempertanyakan struktur tanggung jawab, mekanisme pengawasan, dan implikasi jangka panjang penggunaan AI terhadap legitimasi otoritas keagamaan.

KAJIAN LITERATUR

Artificial Intelligence dan Transformasi Dakwah

AI dapat dipahami sebagai teknologi yang memungkinkan sistem komputer melakukan tugas yang biasanya membutuhkan kemampuan kognitif manusia, seperti pembelajaran, pengenalan pola, pemrosesan bahasa, prediksi, dan pengambilan keputusan. Generative AI merupakan salah satu cabang AI yang secara khusus mampu menghasilkan konten baru—baik berupa teks, gambar, audio, maupun video—berdasarkan pola yang dipelajari dari data pelatihan dalam jumlah besar. Kemampuan generatif inilah yang membedakan gelombang teknologi AI terkini dari sistem AI generasi sebelumnya yang umumnya bersifat analitis dan klasifikatif.

Dalam konteks dakwah, AI dapat digunakan pada beberapa fungsi manajemen sebagaimana dirangkum pada tabel berikut.

Fungsi	Pemanfaatan AI
Perencanaan	Analisis tren dan kebutuhan audiens
Pengorganisasian	Manajemen pengetahuan dan dokumentasi
Pelaksanaan	Produksi konten dan komunikasi
Pelayanan	Chatbot dan layanan informasi

Fungsi	Pemanfaatan AI
Evaluasi	Analisis respons dan engagement
Pengembangan	Personalisasi materi dakwah

Pada fungsi perencanaan, AI dapat membantu lembaga dakwah membaca tren pencarian informasi keagamaan, mengidentifikasi topik yang paling banyak ditanyakan masyarakat, serta memetakan segmentasi audiens berdasarkan usia, latar belakang pendidikan, dan preferensi bahasa. Pada fungsi pengorganisasian, AI dapat digunakan untuk mengelola arsip digital ceramah, mengindeks kitab dan dokumen keagamaan, serta menyusun basis pengetahuan yang memudahkan pencarian rujukan. Pada fungsi pelaksanaan, AI membantu penyusunan naskah, penerjemahan multibahasa, dan produksi konten visual maupun audio secara lebih efisien. Pada fungsi pelayanan, chatbot berbasis AI dapat menjawab pertanyaan dasar keagamaan, memberikan informasi jadwal kegiatan, atau membantu jamaah menemukan rujukan yang relevan. Pada fungsi evaluasi, AI dapat menganalisis pola respons audiens terhadap konten dakwah, termasuk tingkat keterlibatan dan sentimen. Adapun pada fungsi pengembangan, AI memungkinkan personalisasi materi dakwah sesuai dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman masing-masing individu.

Dengan demikian, AI berpotensi masuk ke seluruh siklus manajemen dakwah, mulai dari tahap perencanaan strategis hingga evaluasi dampak program. Potensi ini menjadikan AI bukan sekadar alat bantu administratif, melainkan komponen yang berpotensi mengubah cara lembaga dakwah menjalankan hampir seluruh fungsi manajerialnya.

Namun, penggunaan AI juga membawa risiko. Sistem generatif bekerja berdasarkan pola statistik dari data pelatihan dan tidak secara otomatis memiliki kemampuan epistemologis untuk membedakan kebenaran teologis, perbedaan mazhab, konteks sosial, dan otoritas sumber. Sebuah model bahasa, misalnya, dapat saja mencampuradukkan pendapat dari mazhab yang berbeda tanpa menjelaskan konteks perbedaannya, atau menyajikan pendapat minoritas sebagai pendapat yang berlaku umum, karena model tersebut pada dasarnya tidak memahami hierarki otoritas keilmuan sebagaimana dipahami oleh tradisi keilmuan Islam. Risiko lain yang perlu diperhatikan adalah kecenderungan sistem generatif menghasilkan jawaban yang terdengar percaya diri meskipun sesungguhnya tidak memiliki dasar rujukan yang kuat, sebuah fenomena yang dalam literatur teknis disebut sebagai halusinasi model.

Karena itu, penggunaan AI dalam dakwah membutuhkan mekanisme human-in-the-loop, yaitu keterlibatan manusia yang kompeten pada titik-

titik kritis dalam alur kerja AI, mulai dari perumusan instruksi (prompt), pemeriksaan keluaran, hingga persetujuan akhir sebelum konten dipublikasikan kepada masyarakat luas.

AI Governance

AI governance merupakan sistem kebijakan, prinsip, struktur organisasi, prosedur, dan mekanisme pengawasan yang digunakan untuk memastikan AI dikembangkan dan digunakan secara bertanggung jawab. Berbeda dengan pendekatan teknis semata yang berfokus pada performa dan akurasi model, AI governance menempatkan pertanyaan mengenai dampak sosial, etika, dan akuntabilitas sebagai bagian inti dari pengelolaan teknologi.

UNESCO mengidentifikasi beberapa prinsip penting, antara lain:

- Proportionality and do no harm — penggunaan AI harus proporsional dengan tujuan yang hendak dicapai dan tidak boleh menimbulkan kerugian yang tidak perlu.
- Safety and security — sistem AI harus aman secara teknis dan terlindung dari penyalahgunaan.
- Privacy and data protection — data pengguna harus dikumpulkan dan diproses sesuai dengan prinsip perlindungan data.
- Multi-stakeholder governance — pengambilan keputusan mengenai AI melibatkan berbagai pemangku kepentingan, bukan hanya pengembang teknologi.
- Responsibility and accountability — harus ada pihak yang secara jelas bertanggung jawab atas dampak penggunaan AI.
- Transparency and explainability — cara kerja dan keterbatasan sistem AI harus dapat dijelaskan kepada pengguna.
- Human oversight — keputusan akhir yang berdampak signifikan harus tetap berada di tangan manusia.
- Sustainability — penggunaan AI harus mempertimbangkan keberlanjutan sosial, ekonomi, dan lingkungan.
- AI literacy — masyarakat dan pengguna perlu memiliki pemahaman memadai mengenai cara kerja dan keterbatasan AI.
- Fairness and non-discrimination — sistem AI tidak boleh menghasilkan bias atau perlakuan yang tidak adil terhadap kelompok tertentu.

Prinsip tersebut relevan bagi lembaga dakwah karena aktivitas dakwah berhubungan langsung dengan manusia, nilai, identitas, kepercayaan, dan pengetahuan keagamaan. Prinsip proportionality and do no harm, misalnya, dapat diterjemahkan ke dalam kebijakan bahwa AI hanya

digunakan untuk tugas-tugas yang risikonya dapat dikelola, sementara persoalan keagamaan yang berisiko tinggi—seperti penetapan hukum ibadah—tetap memerlukan keterlibatan penuh manusia. Prinsip transparency and explainability relevan dengan kebutuhan jamaah untuk mengetahui kapan sebuah konten dihasilkan atau dibantu oleh AI. Adapun prinsip human oversight secara langsung berkaitan dengan kebutuhan menjaga otoritas keagamaan tetap berada pada manusia yang kompeten.

Etika Islam dan Maqāsid al-Sharī‘ah

Dalam perspektif Islam, teknologi pada dasarnya merupakan sarana (wasilah) yang nilai penggunaannya ditentukan oleh tujuan dan dampaknya. Kaidah usul fikih yang menyatakan bahwa hukum suatu sarana mengikuti hukum tujuannya (al-wasā'il laha hukm al-maqāsid) relevan digunakan untuk menilai posisi AI: AI itu sendiri bersifat netral secara hukum, namun penggunaannya dapat menjadi wajib, mubah, makruh, atau bahkan haram bergantung pada tujuan dan dampak yang ditimbulkannya.

Lima tujuan pokok maqāsid al-sharī‘ah dapat digunakan sebagai kerangka evaluasi:

5. ḥifz al-dīn — perlindungan agama;
6. ḥifz al-nafs — perlindungan jiwa;
7. ḥifz al-‘aql — perlindungan akal;
8. ḥifz al-nasl — perlindungan keturunan;
9. ḥifz al-māl — perlindungan harta.

Dalam konteks AI dakwah, ḥifz al-dīn menjadi sangat penting karena informasi yang salah mengenai agama dapat memengaruhi pemahaman dan praktik keagamaan. Sebuah kesalahan kecil dalam menjelaskan rukun ibadah, misalnya, apabila disebarkan secara masif melalui sistem AI yang diakses oleh ribuan pengguna sekaligus, berpotensi menimbulkan kesalahpahaman kolektif yang jauh lebih besar dibandingkan kesalahan yang disampaikan oleh seorang individu.

Sementara itu, ḥifz al-‘aql berkaitan dengan perlindungan masyarakat dari manipulasi informasi, disinformasi, dan ketergantungan kritis terhadap mesin. Ketergantungan yang berlebihan pada jawaban instan dari AI berpotensi melemahkan kemampuan masyarakat untuk berpikir kritis, menelaah sumber, dan mempertanyakan validitas informasi keagamaan yang mereka terima.

Prinsip amanah menegaskan bahwa pengelola teknologi harus bertanggung jawab terhadap informasi yang diproduksi dan disebarluaskan. Amanah dalam konteks ini tidak hanya berarti kejujuran

individual, tetapi juga tanggung jawab kelembagaan untuk memastikan bahwa setiap sistem yang digunakan telah melalui proses verifikasi yang memadai sebelum diakses publik. Prinsip 'adl menuntut keadilan dan non-diskriminasi, misalnya dengan memastikan bahwa sistem AI tidak memberikan perlakuan berbeda terhadap kelompok masyarakat tertentu berdasarkan mazhab, latar belakang sosial, atau bahasa. Sedangkan masalah mengarahkan penggunaan AI kepada manfaat sosial, yaitu memastikan bahwa penggunaan teknologi tersebut secara neto memberikan kebaikan yang lebih besar dibandingkan potensi kemudaratanya.

Penelitian mutakhir juga menunjukkan adanya kesesuaian antara prinsip etika Islam dan tata kelola AI modern dalam isu keadilan, akuntabilitas, perlindungan, dan kemaslahatan. Kesesuaian ini memperlihatkan bahwa upaya membangun tata kelola AI berbasis nilai Islam bukanlah proyek yang terpisah dari wacana global mengenai etika AI, melainkan dapat menjadi kontribusi khas yang memperkaya wacana tersebut dengan perspektif religio-etis yang telah mapan selama berabad-abad.

Trust dalam Dakwah Berbasis AI

Kepercayaan (trust) merupakan elemen penting dalam hubungan antara masyarakat dan lembaga dakwah. Tanpa kepercayaan, pesan dakwah—betapapun benar secara substansi—akan sulit diterima dan diinternalisasi oleh audiens. Dalam konteks komunikasi keagamaan konvensional, kepercayaan umumnya dibangun melalui interaksi langsung, reputasi keilmuan, dan konsistensi perilaku seorang da'i dari waktu ke waktu.

Dalam lingkungan digital, kepercayaan dapat dibangun melalui:

- akurasi informasi — konten yang disampaikan sesuai dengan sumber dan konteks keilmuan yang sah;
- transparansi sumber — audiens dapat menelusuri dari mana informasi tersebut berasal;
- kompetensi pengelola — lembaga menunjukkan kapasitas keilmuan dan manajerial yang memadai;
- konsistensi informasi — tidak terdapat kontradiksi antara satu konten dengan konten lainnya;
- keamanan data — data pribadi pengguna dikelola dan dilindungi secara bertanggung jawab;
- mekanisme koreksi — tersedia saluran bagi masyarakat untuk melaporkan kekeliruan;

- keterlibatan manusia — audiens mengetahui bahwa terdapat manusia kompeten yang mengawasi proses produksi konten.

Dalam AI-mediated religious communication, trust memiliki persoalan khusus karena pengguna dapat menganggap keluaran AI sebagai jawaban objektif. Kecenderungan ini muncul karena antarmuka percakapan AI umumnya disampaikan dengan gaya bahasa yang lugas, runtut, dan meyakinkan, sehingga secara psikologis lebih mudah dipersepsikan sebagai kebenaran final dibandingkan jawaban manusia yang biasanya disertai keraguan, perbedaan pendapat, atau rujukan pada otoritas lain.

Padaahal, jawaban AI dapat mengandung kesalahan. Oleh karena itu, kepercayaan tidak boleh dibangun melalui kesan bahwa AI "selalu benar", melainkan melalui transparency, verification, and accountability. Lembaga dakwah yang bijak akan secara eksplisit mengomunikasikan keterbatasan AI kepada audiensnya, alih-alih membiarkan kesan keliru bahwa teknologi tersebut memiliki otoritas keagamaan yang setara dengan ulama.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif konseptual dengan metode analisis dokumenter. Pendekatan konseptual digunakan karena tujuan penelitian bukan mengukur hubungan antarvariabel secara empiris, tetapi membangun model teoritis mengenai tata kelola AI dalam manajemen dakwah. Pendekatan ini dipilih karena kajian mengenai AI governance dalam konteks dakwah Islam masih berada pada tahap awal, sehingga dibutuhkan terlebih dahulu peta konseptual yang jelas sebelum kerangka tersebut dapat diuji secara empiris pada tahap penelitian selanjutnya.

Sumber Data

Data penelitian berasal dari:

10. artikel jurnal ilmiah;
11. dokumen kebijakan AI internasional;
12. literatur mengenai AI governance;
13. literatur mengenai etika Islam;
14. literatur mengenai maqāsid al-sharī'ah;
15. kajian mengenai digital da'wah;
16. penelitian tentang AI dan religious authority.

Literatur mutakhir diprioritaskan, terutama publikasi 2021–2026. Rentang waktu tersebut dipilih karena periode ini menandai lonjakan signifikan perkembangan generative AI secara global, termasuk kemunculan

berbagai kerangka etika dan regulasi AI dari lembaga internasional, yang menjadikannya rujukan paling relevan untuk memahami dinamika terkini.

Teknik Analisis

Analisis dilakukan melalui empat tahap.

Pertama, identifikasi konsep AI governance. Pada tahap ini, peneliti menelaah berbagai kerangka tata kelola AI yang telah dikembangkan oleh lembaga internasional maupun akademisi untuk mengidentifikasi prinsip-prinsip inti yang secara konsisten muncul lintas kerangka tersebut.

Kedua, pemetaan konsep tersebut dengan prinsip etika Islam. Pada tahap ini, setiap prinsip AI governance yang teridentifikasi dibandingkan dan dipetakan kesesuaiannya dengan nilai-nilai etika Islam, khususnya amanah, 'adl, maslahah, dan maqāṣid al-sharī'ah.

Ketiga, identifikasi persoalan manajemen dakwah yang muncul akibat AI. Tahap ini berfokus pada penelaahan literatur dakwah digital dan manajemen dakwah untuk memahami persoalan khas yang dihadapi lembaga dakwah dalam mengadopsi teknologi generative AI.

Keempat, sintesis konseptual untuk membangun model Islamic Da'wah AI Governance. Tahap terakhir ini mengintegrasikan hasil dari ketiga tahap sebelumnya menjadi sebuah kerangka model yang koheren dan dapat digunakan sebagai rujukan praktis maupun akademis.

Model analisis penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut.

AI Governance Principles → Islamic Ethical Principles → Da'wah Institutional Governance → Trust → Legitimate Religious Authority
→ Responsible AI-Mediated Da'wah

Keabsahan dan Keterbatasan Metode

Untuk menjaga kredibilitas analisis konseptual, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dengan membandingkan literatur AI governance internasional, kajian etika Islam kontemporer, dan penelitian mengenai dakwah digital, sehingga sintesis yang dihasilkan tidak berasal dari satu perspektif tunggal. Meskipun demikian, sebagai penelitian konseptual, artikel ini memiliki keterbatasan metodologis yang perlu diakui secara terbuka. Pertama, model yang diusulkan belum diuji secara empiris pada lembaga dakwah tertentu sehingga generalisasinya masih bersifat teoretis. Kedua, sintesis yang dilakukan bergantung pada ketersediaan dan kualitas literatur yang dapat diakses, sehingga terdapat kemungkinan sudut pandang tertentu—misalnya dari mazhab fikih tertentu atau konteks sosial-budaya tertentu—belum terwakili secara proporsional. Keterbatasan ini akan dibahas lebih lanjut pada bagian akhir artikel sebagai arah bagi penelitian mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pergeseran dari Digital Da'wah menuju AI-Mediated Da'wah

Transformasi dakwah dapat dilihat melalui tiga tahap.

Tahap pertama: Traditional Da'wah

Da'i → pesan → jamaah

Pada tahap ini, manusia memiliki posisi dominan dalam produksi dan penyampaian pesan. Seluruh proses, mulai dari penelaahan sumber, penyusunan argumen, hingga penyampaian kepada audiens, dilakukan secara langsung oleh da'i tanpa perantara teknologi yang signifikan.

Tahap kedua: Digital Da'wah

Da'i → platform digital → audiens

Platform digital memperluas jangkauan dan mempercepat distribusi pesan. Pada tahap ini, teknologi berperan sebagai saluran (channel) yang menghubungkan da'i dengan audiens yang lebih luas, tetapi substansi pesan tetap sepenuhnya diproduksi oleh manusia.

Tahap ketiga: AI-Mediated Da'wah

Da'i/Lembaga → AI → pesan → pengguna

Pada tahap ini AI dapat berperan dalam:

- membuat konten;
- mengolah pengetahuan;
- memberikan jawaban;
- melakukan personalisasi;
- menerjemahkan;
- memberikan rekomendasi.

Perubahan tersebut merupakan perubahan struktural. AI tidak lagi sekadar menjadi channel, tetapi dapat menjadi knowledge intermediary. Perbedaan mendasar antara kedua peran ini terletak pada tingkat keterlibatan dalam pembentukan makna: sebagai channel, teknologi hanya menyalurkan pesan yang sudah jadi; sebagai knowledge intermediary, teknologi turut serta dalam proses menyusun, menyeleksi, dan membingkai pesan sebelum sampai ke audiens. Karena itu, manajemen dakwah membutuhkan konsep governance baru yang secara khusus mengatur bagaimana peran perantara pengetahuan ini dikelola agar tidak keluar dari batas kewenangannya.

Lima Dimensi Islamic Da'wah AI Governance

Berdasarkan sintesis literatur, artikel ini mengusulkan lima dimensi utama.

1. Ethical Alignment

Penggunaan AI harus selaras dengan prinsip Islam. Indikator konseptual:

- amanah;
- 'adl;

- masalah;
- pencegahan mafsadah;
- maqāṣid al-sharī'ah.

AI tidak boleh digunakan untuk manipulasi, fitnah, disinformasi, eksploitasi, atau produksi konten keagamaan yang menyesatkan. Dalam praktiknya, dimensi ethical alignment dapat diwujudkan melalui penyusunan pedoman etika penggunaan AI yang secara eksplisit merujuk pada kelima indikator di atas, sehingga setiap keputusan operasional—mulai dari pemilihan platform AI, perumusan instruksi, hingga distribusi konten—dapat dievaluasi berdasarkan kesesuaiannya dengan nilai-nilai tersebut, bukan semata-mata berdasarkan efisiensi atau daya tarik audiens.

2. Religious Information Integrity

AI yang digunakan dalam dakwah harus memiliki mekanisme untuk menjaga integritas informasi. Komponennya:

- source verification;
- citation;
- authenticity checking;
- contextual interpretation;
- scholarly review;
- correction mechanism.

Prinsip pentingnya adalah:

AI-generated religious information must not automatically be treated as authoritative religious knowledge.

Komponen source verification menuntut agar setiap klaim keagamaan yang dihasilkan AI dapat ditelusuri ke sumber aslinya, baik berupa ayat, hadis, maupun pendapat ulama tertentu. Komponen citation berkaitan dengan kewajiban mencantumkan rujukan tersebut secara eksplisit dalam keluaran AI, bukan menyajikannya sebagai pernyataan tanpa sumber. Authenticity checking merujuk pada proses verifikasi keabsahan dalil yang dikutip, misalnya memastikan status kesahihan sebuah hadis. Contextual interpretation menekankan pentingnya mempertimbangkan konteks historis, sosial, dan mazhab dari sebuah pendapat keagamaan agar tidak disajikan secara tercerabut dari konteksnya. Scholarly review menuntut adanya proses peninjauan oleh pihak yang berkompeten secara keilmuan sebelum konten dipublikasikan. Adapun correction mechanism memastikan bahwa kesalahan yang terlanjur tersebar dapat diperbaiki secara cepat dan transparan.

3. *Human Religious Oversight*

Manusia harus tetap menjadi pengambil keputusan terakhir dalam persoalan keagamaan yang bersifat normatif. AI dapat:

- mencari;
- menyusun;
- meringkas;
- membandingkan;
- menerjemahkan.

Tetapi AI tidak boleh secara otomatis:

- menetapkan fatwa;
- menentukan halal-haram;
- menggantikan ulama;
- menentukan hukum keagamaan tanpa validasi.

Prinsip ini konsisten dengan pendekatan UNESCO yang menekankan human oversight and determination. Pembagian peran di atas menunjukkan bahwa batas antara tugas yang boleh diserahkan kepada AI dan tugas yang harus tetap berada di tangan manusia bukanlah batas yang bersifat teknis semata, melainkan batas yang bersifat epistemologis dan normatif: tugas-tugas AI pada dasarnya bersifat instrumental dan pendukung (mencari, menyusun, meringkas), sedangkan tugas-tugas manusia bersifat evaluatif dan otoritatif (menetapkan, menentukan, memutuskan).

4. *Accountability and Transparency*

Lembaga dakwah harus dapat menjawab:

- Siapa yang membuat sistem?
- Data apa yang digunakan?
- Siapa yang memvalidasi jawaban?
- Siapa yang bertanggung jawab jika terjadi kesalahan?
- Bagaimana pengguna dapat mengajukan koreksi?

Dengan demikian, setiap penggunaan AI harus memiliki accountability chain. Modelnya:

AI Output → Human Verification → Institutional Approval → Public Communication

Rantai akuntabilitas ini memastikan bahwa tidak ada keluaran AI yang langsung sampai kepada publik tanpa melalui pemeriksaan manusia dan persetujuan kelembagaan terlebih dahulu. Struktur ini juga memberikan kejelasan mengenai pihak yang bertanggung jawab pada setiap tahap, sehingga apabila terjadi kesalahan, lembaga dapat menelusuri pada titik mana kesalahan tersebut seharusnya terdeteksi dan siapa yang seharusnya bertanggung jawab untuk memperbaikinya.

5. Stakeholder Participation

AI governance tidak dapat hanya dilakukan oleh programmer. Lembaga dakwah membutuhkan kolaborasi antara:

- ulama;
- da'i;
- akademisi;
- ahli AI;
- pengelola lembaga;
- ahli komunikasi;
- ahli hukum;
- masyarakat/pengguna.

Pendekatan ini sesuai dengan prinsip multi-stakeholder governance yang dikembangkan dalam kerangka etika AI global. Keterlibatan ulama dan da'i memastikan validitas keagamaan dari sistem yang dibangun; keterlibatan akademisi dan ahli AI memastikan kelayakan teknis dan metodologis; keterlibatan pengelola lembaga memastikan keselarasan dengan visi dan misi organisasi; keterlibatan ahli komunikasi memastikan pesan tersampaikan secara efektif; keterlibatan ahli hukum memastikan kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku; sedangkan keterlibatan masyarakat sebagai pengguna akhir memastikan bahwa sistem yang dibangun benar-benar menjawab kebutuhan riil di lapangan.

Trust sebagai Mediator Tata Kelola AI

Lima dimensi tersebut tidak otomatis menghasilkan penerimaan masyarakat. Ada mekanisme psikologis dan institusional di antaranya, yaitu trust. Secara konseptual, hubungan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut.

Ethical Alignment + Information Integrity + Human Oversight +
Transparency & Accountability + Stakeholder Participation → TRUST
→ ACCEPTANCE OF AI-MEDIATED DA'WAH

Trust menjadi jembatan antara kualitas governance dengan penerimaan teknologi. Artinya, sebaik apa pun sebuah lembaga menyusun kebijakan tata kelola AI, kebijakan tersebut baru akan berdampak pada penerimaan masyarakat apabila diterjemahkan secara konsisten ke dalam praktik yang dapat dirasakan dan dipercaya oleh audiens.

Namun, trust yang dibangun bukan sekadar technological trust, melainkan institutional-religious trust. Artinya, masyarakat percaya bahwa lembaga dakwah menggunakan AI secara benar, bertanggung jawab, transparan, dan sesuai dengan nilai Islam. Perbedaan antara kedua jenis kepercayaan

ini penting untuk dipahami: technological trust berfokus pada keyakinan bahwa sistem bekerja secara akurat dan andal secara teknis, sedangkan institutional-religious trust berfokus pada keyakinan bahwa lembaga di balik sistem tersebut memiliki integritas moral dan kompetensi keagamaan yang layak dipercaya. Sebuah sistem AI dapat saja bekerja dengan sangat akurat secara teknis, namun tetap gagal memperoleh kepercayaan masyarakat apabila lembaga pengelolanya tidak dipersepsikan memiliki kredibilitas keagamaan.

Religious Authority dalam Era Generative AI

Persoalan paling fundamental dalam AI dakwah adalah otoritas. Secara sederhana dapat dibedakan tiga jenis otoritas.

1. Human Religious Authority

Ulama, ustaz, da'i, akademisi dan lembaga keagamaan. Otoritas jenis ini dibangun melalui pendidikan keilmuan yang panjang, sanad yang jelas, pengakuan dari komunitas keilmuan, serta rekam jejak moral dan sosial yang dapat dipertanggungjawabkan.

2. Platform Authority

Google, YouTube, TikTok, Instagram, dan platform digital lainnya. Otoritas jenis ini bersifat infrastruktural—platform tidak secara langsung memproduksi konten keagamaan, tetapi memiliki kekuatan besar dalam menentukan konten mana yang lebih banyak dilihat melalui algoritma pemeringkatan dan rekomendasi.

3. Algorithmic Authority

Sistem AI yang memberikan jawaban dan rekomendasi kepada pengguna. Otoritas jenis ini bersifat baru dan belum sepenuhnya dipahami implikasinya, karena sistem AI generatif tidak sekadar merekomendasikan konten yang sudah ada—sebagaimana platform authority—tetapi menghasilkan jawaban baru secara langsung dalam interaksi dengan pengguna.

Masalahnya muncul ketika pengguna menganggap jawaban AI sebagai otoritas keagamaan. Padahal AI tidak memiliki:

- niyyah;
- tanggung jawab moral;
- pengalaman spiritual;
- sanad keilmuan;
- otoritas fikih;
- tanggung jawab sosial sebagaimana manusia.

Karena itu, model tata kelola harus menghindari algorithmic displacement of religious authority, yaitu kondisi di mana otoritas keagamaan yang

semestinya berada pada manusia secara perlahan tergeser dan digantikan oleh persepsi masyarakat terhadap sistem algoritmik sebagai sumber kebenaran keagamaan. Pergeseran semacam ini dapat terjadi secara tidak disadari, misalnya ketika masyarakat mulai lebih sering bertanya kepada chatbot dibandingkan berkonsultasi dengan ulama, tanpa disertai pemahaman bahwa jawaban chatbot tersebut sesungguhnya berasal dari pola statistik data, bukan dari penalaran keagamaan yang bertanggung jawab.

AI harus menjadi:

assistant of religious knowledge, not autonomous religious authority.

Islamic Da'wah AI Governance Model (IDAIG)

Berdasarkan hasil sintesis, artikel ini mengusulkan model Islamic Da'wah AI Governance (IDAIG) sebagaimana digambarkan pada alur berikut.

INPUT: AI Technology + Islamic Ethical Values + Religious Knowledge + Institutional Governance → GOVERNANCE LAYER: (1) Ethical Alignment (2) Information Integrity (3) Human Religious Oversight (4) Accountability & Transparency (5) Stakeholder Participation → PROCESS: AI-assisted content creation, religious information retrieval, audience analysis, communication, education, service delivery → MEDIATING MECHANISM: Institutional Religious Trust → OUTPUT: Responsible AI-Mediated Da'wah → OUTCOME: Strengthened Legitimate Religious Authority, Public Trust, Da'wah Effectiveness, Institutional Sustainability

Model IDAIG dibangun dengan logika alur input–proses–output–outcome. Pada tahap input, empat unsur utama—teknologi AI, nilai etika Islam, pengetahuan keagamaan, dan tata kelola kelembagaan—digabungkan sebagai fondasi. Keempat unsur ini kemudian disaring melalui governance layer yang terdiri atas lima dimensi yang telah dijelaskan sebelumnya. Hasil penyaringan tersebut menghasilkan proses kerja AI yang terkendali, mencakup pembuatan konten, penelusuran informasi keagamaan, analisis audiens, komunikasi, edukasi, dan pelayanan. Seluruh proses tersebut dimediasi oleh institutional religious trust sebelum menghasilkan output berupa responsible AI-mediated da'wah, yang pada akhirnya berkontribusi pada empat outcome jangka panjang: penguatan otoritas keagamaan yang legitimate, kepercayaan publik, efektivitas dakwah, dan keberlanjutan institusional.

Keunggulan model ini terletak pada penempatan trust sebagai mediating mechanism, bukan sekadar salah satu variabel di antara yang lain. Posisi ini menegaskan argumen sentral artikel bahwa governance yang baik tidak secara otomatis diterima masyarakat; penerimaan tersebut harus melalui proses pembentukan kepercayaan yang membutuhkan waktu dan konsistensi.

Proposisi Teoretis

Berdasarkan model tersebut, artikel ini mengembangkan beberapa proposisi.

Proposition 1

The stronger the ethical alignment of AI with Islamic values, the higher the institutional trust in AI-mediated da'wah.

Semakin kuat keselarasan AI dengan nilai amanah, keadilan, kemaslahatan, dan maqāṣid al-sharī'ah, semakin besar kepercayaan masyarakat. Proposisi ini beranggapan bahwa audiens dakwah, secara sadar maupun tidak sadar, akan menilai kelayakan penggunaan AI berdasarkan sejauh mana penggunaan tersebut sejalan dengan nilai-nilai yang mereka yakini, bukan semata-mata berdasarkan kecanggihan teknologi.

Proposition 2

Religious information integrity positively influences trust in AI-mediated da'wah.

Akurasi, verifikasi sumber, dan keterlacakan informasi meningkatkan kepercayaan pengguna. Proposisi ini menegaskan bahwa dalam ranah keagamaan, kepercayaan audiens sangat bergantung pada kemampuan lembaga menunjukkan bahwa setiap klaim yang disampaikan dapat ditelusuri kebenarannya.

Proposition 3

Human religious oversight strengthens the legitimacy of AI-mediated religious communication.

Keterlibatan manusia yang kompeten mengurangi risiko AI dipersepsikan sebagai pengganti ulama. Semakin jelas dan terlihat peran manusia dalam proses verifikasi, semakin kecil pula kemungkinan masyarakat memandang AI sebagai otoritas keagamaan yang berdiri sendiri.

Proposition 4

Transparency and institutional accountability positively influence public trust in AI-mediated da'wah.

Transparansi mengenai penggunaan AI dan mekanisme koreksi memperkuat kepercayaan. Keterbukaan lembaga mengenai kapan dan bagaimana AI digunakan, termasuk pengakuan atas kesalahan yang mungkin terjadi, dipandang sebagai bentuk integritas yang justru memperkuat, bukan melemahkan, kepercayaan masyarakat.

Proposition 5

Institutional trust mediates the relationship between AI governance and acceptance of AI-mediated da'wah.

Governance tidak secara langsung menghasilkan penerimaan. Pengaruhnya diperantarai oleh kepercayaan. Proposisi ini menegaskan posisi sentral trust sebagai variabel mediator dalam model IDAIG, sebagaimana telah dijelaskan pada bagian 4.3.

Proposition 6

AI should function as a supportive technology rather than an autonomous source of religious authority.

Otoritas normatif tetap berada pada manusia dan institusi keagamaan yang memiliki kompetensi. Proposisi ini merupakan simpulan normatif dari keseluruhan model, sekaligus menjadi prinsip pembatas yang tidak dapat dinegosiasikan dalam penerapan AI pada konteks dakwah.

Implikasi bagi Manajemen Dakwah

Model IDAIG memberikan implikasi pada empat bidang manajemen.

A. Perencanaan

Lembaga dakwah perlu memiliki:

- AI strategic plan;
- AI risk assessment;
- ethical guidelines;
- data governance policy.

AI strategic plan menetapkan arah dan prioritas pemanfaatan AI yang selaras dengan visi dan misi lembaga. AI risk assessment mengidentifikasi potensi risiko—baik risiko keagamaan, hukum, maupun reputasi—yang mungkin timbul dari penggunaan AI. Ethical guidelines menjadi rujukan normatif bagi seluruh staf dalam menggunakan AI. Data governance policy mengatur bagaimana data jamaah dan pengguna dikumpulkan, disimpan, dan dilindungi.

B. Pengorganisasian

Diperlukan struktur baru seperti AI Governance Team yang melibatkan:

- pimpinan;
- ulama;

- da'i;
- akademisi;
- IT specialist;
- legal/ethical advisor.

Struktur ini memastikan bahwa pengambilan keputusan mengenai AI tidak dimonopoli oleh satu pihak tertentu, melainkan mencerminkan kolaborasi lintas keahlian yang diperlukan untuk menjaga keseimbangan antara kelayakan teknis, keabsahan keagamaan, dan kepatuhan hukum.

C. Pelaksanaan

Setiap konten keagamaan yang dihasilkan AI harus melalui alur kerja berikut.

Generate → Verify → Review → Approve → Publish

Tahap generate merupakan proses AI menghasilkan draf konten berdasarkan instruksi yang diberikan. Tahap verify melibatkan pemeriksaan awal terhadap akurasi dan kesesuaian sumber. Tahap review dilakukan oleh pihak yang memiliki kompetensi keilmuan untuk menilai kelayakan substansi. Tahap approve merupakan persetujuan resmi dari pihak berwenang di lembaga sebelum konten dipublikasikan. Tahap publish adalah penyebaran konten kepada masyarakat setelah seluruh tahap sebelumnya terpenuhi.

D. Evaluasi

Evaluasi tidak hanya menggunakan engagement rate, tetapi juga:

- accuracy;
- ethical compliance;
- user trust;
- correction rate;
- misinformation rate;
- scholarly validation;
- user satisfaction.

Dengan demikian, indikator keberhasilan AI dakwah tidak boleh hanya:

"Berapa banyak orang yang melihat?"

tetapi juga:

"Seberapa dapat dipercaya informasi yang diterima?"

Pergeseran indikator evaluasi ini penting karena metrik engagement semata cenderung mendorong lembaga dakwah memprioritaskan konten yang menarik secara algoritmik, meskipun belum tentu akurat atau bermanfaat secara substantif. Indikator berbasis kepercayaan dan akurasi, sebaliknya, mendorong lembaga untuk memprioritaskan kualitas dan tanggung jawab keagamaan.

AI Governance sebagai Paradigma Baru Manajemen Dakwah

Manajemen dakwah secara tradisional banyak berfokus pada fungsi planning, organizing, actuating, dan controlling. Era AI membutuhkan perluasan fungsi tersebut. Dapat dirumuskan sebagai berikut.

Planning → AI strategy → Organizing → AI governance structure → Actuating → responsible AI implementation → Controlling → AI audit and human oversight

Sehingga lahir konsep Governance-Based Da'wah Management. Dalam paradigma ini, teknologi tidak hanya dinilai berdasarkan efisiensi, tetapi juga berdasarkan legitimasi, etika, akuntabilitas, dan kemaslahatan. Pergeseran paradigma ini sejalan dengan perkembangan teori manajemen kontemporer secara umum, yang semakin menekankan pentingnya tata kelola dan tanggung jawab sosial organisasi, bukan sekadar pencapaian efisiensi operasional semata.

Model Konseptual Penelitian Lanjutan

Model IDAIG dapat dikembangkan menjadi penelitian empiris. Kerangka variabel yang diusulkan adalah sebagai berikut.

Independent Variables: X1 Ethical Alignment, X2 Information Integrity, X3 Human Oversight, X4 Transparency & Accountability, X5 Stakeholder Participation → Mediator: M — Institutional Religious Trust → Dependent Variable: Y — Acceptance of AI-Mediated Da'wah → Outcome: Da'wah Effectiveness / Religious Engagement

Model tersebut dapat diuji menggunakan Structural Equation Modeling (SEM). Pendekatan SEM dipilih karena kemampuannya menguji hubungan simultan antara beberapa variabel independen, variabel mediator, dan variabel dependen sekaligus, yang sangat sesuai dengan struktur model IDAIG yang bersifat multidimensional dan dimediasi.

Responden dapat berasal dari:

- jamaah;
- mahasiswa Muslim;
- pengguna ChatGPT/AI untuk pertanyaan keagamaan;
- pengikut akun dakwah digital;
- pengelola lembaga dakwah.

Keragaman kelompok responden ini penting untuk memastikan bahwa temuan penelitian empiris mendatang dapat mencerminkan perspektif yang beragam, baik dari sisi pengguna akhir maupun dari sisi pengelola lembaga yang bertanggung jawab langsung atas implementasi AI

governance. Penelitian lanjutan juga dapat mempertimbangkan pendekatan campuran (mixed methods), misalnya dengan melengkapi data survei kuantitatif menggunakan wawancara mendalam terhadap ulama dan pengelola lembaga dakwah untuk memperkaya interpretasi hasil SEM.

Pembahasan

Temuan konseptual penelitian menunjukkan bahwa masa depan manajemen dakwah tidak cukup diarahkan pada digitalisasi, tetapi harus bergerak menuju tata kelola digital yang bertanggung jawab. Hal ini penting karena perkembangan AI mengubah posisi teknologi dalam ekosistem dakwah.

Pada era media sosial, platform berfungsi terutama sebagai distributor. Pada era generative AI, sistem teknologi dapat berperan sebagai:

- pencari informasi;
- penyusun pengetahuan;
- pemberi rekomendasi;
- pembuat konten;
- agen percakapan.

Dengan kata lain, terjadi pergeseran:

Digital Platform → Intelligent Intermediary

Pergeseran tersebut menyebabkan masalah otoritas menjadi lebih kompleks. Pada era distributor, tantangan utama lembaga dakwah adalah bagaimana menjangkau audiens seluas mungkin melalui saluran digital. Pada era intelligent intermediary, tantangan bergeser menjadi bagaimana memastikan bahwa perantara cerdas tersebut tidak keliru dalam menyusun dan menyajikan pengetahuan keagamaan, serta tidak mengambil alih peran yang semestinya menjadi domain otoritas manusia.

Penelitian terbaru mengenai etika AI dalam perspektif Islam menunjukkan bahwa maqāṣid al-sharī'ah dapat digunakan untuk menghubungkan kebutuhan tata kelola teknologi dengan perlindungan manusia, agama, akal, dan kepentingan publik. Dalam konteks dakwah, ḥifẓ al-dīn menjadi dasar penting agar teknologi tidak menghasilkan atau menyebarkan informasi keagamaan yang menyesatkan. Sementara ḥifẓ al-'aql memberikan landasan bagi literasi AI dan kemampuan kritis pengguna.

Hal tersebut juga sejalan dengan UNESCO yang menempatkan AI literacy sebagai salah satu prinsip penting tata kelola AI. Karena itu, literasi AI bagi da'i menjadi bagian dari manajemen sumber daya manusia. Da'i masa depan tidak cukup hanya memiliki:

religious literacy

tetapi juga membutuhkan:

digital literacy + AI literacy + ethical literacy.

Kombinasi ketiga literasi tersebut menuntut lembaga dakwah untuk memperbarui program pengembangan sumber daya manusianya. Pelatihan da'i yang selama ini berfokus pada penguasaan materi keagamaan dan keterampilan komunikasi perlu diperluas dengan modul mengenai cara kerja dasar AI, kemampuan mengenali potensi kesalahan keluaran AI, serta kerangka etika dalam menggunakan teknologi tersebut secara bertanggung jawab. Tanpa pembaruan kompetensi ini, risiko kesalahan penggunaan AI dalam praktik dakwah sehari-hari akan tetap tinggi, betapapun baiknya kebijakan governance yang disusun di tingkat kelembagaan.

Lebih jauh, pergeseran menuju AI-mediated da'wah juga membuka ruang diskusi mengenai relasi kekuasaan baru antara lembaga dakwah, penyedia teknologi (technology provider), dan pengguna. Berbeda dengan era digital da'wah di mana lembaga dakwah relatif memegang kendali penuh atas kanal komunikasinya, pada era AI-mediated da'wah, lembaga dakwah menjadi bergantung pada infrastruktur teknologi yang dikembangkan oleh pihak ketiga—perusahaan pengembang model AI. Ketergantungan ini menimbulkan pertanyaan governance tambahan mengenai sejauh mana lembaga dakwah dapat memastikan bahwa sistem yang mereka gunakan benar-benar dapat diaudit, dijelaskan, dan disesuaikan dengan kebutuhan keagamaan spesifik mereka, mengingat sebagian besar model AI komersial bersifat tertutup (closed-source) dan tidak sepenuhnya transparan dalam proses pelatihannya.

Kontribusi Teoretis

Artikel ini memberikan tiga kontribusi.

Pertama, kontribusi terhadap teori manajemen dakwah

Artikel memperluas konsep manajemen dakwah dari pengelolaan manusia dan organisasi menuju pengelolaan teknologi cerdas dalam ekosistem dakwah. Perluasan ini penting mengingat teori manajemen dakwah konvensional umumnya dikembangkan pada era ketika teknologi masih dipandang sebagai variabel eksternal atau alat bantu semata, bukan sebagai aktor yang turut serta dalam proses produksi pengetahuan.

Kedua, kontribusi terhadap AI governance

Artikel memperkenalkan perspektif Islamic Da'wah AI Governance yang mengintegrasikan governance dengan maqāṣid al-sharī'ah. Kontribusi ini memperkaya wacana AI governance global yang selama ini didominasi oleh perspektif sekular-liberal, dengan menawarkan kerangka alternatif

yang berakar pada tradisi etika religius, sekaligus menunjukkan bahwa kerangka religius tersebut sesungguhnya kompatibel dengan prinsip-prinsip universal seperti akuntabilitas dan transparansi.

Ketiga, kontribusi terhadap kajian religious authority

Artikel menunjukkan bahwa tantangan utama AI bukan sekadar perubahan media dakwah, tetapi perubahan struktur otoritas pengetahuan keagamaan. Dengan demikian, AI dapat dipahami sebagai epistemic intermediary yang membutuhkan governance agar tidak berubah menjadi autonomous religious authority.

Ketiga kontribusi tersebut saling terkait dan memperkuat satu sama lain. Perluasan teori manajemen dakwah menyediakan kerangka kelembagaan; integrasi dengan AI governance menyediakan kerangka normatif dan prosedural; sedangkan kajian mengenai religious authority menyediakan landasan konseptual untuk memahami mengapa persoalan ini penting secara mendasar bagi keberlangsungan otoritas keagamaan Islam di era digital.

8. Implikasi Praktis

Lembaga dakwah yang ingin menggunakan AI sebaiknya memiliki minimal tujuh kebijakan.

1. AI Disclosure Policy

Memberitahukan apabila konten dibuat atau dibantu AI. Kebijakan ini menuntut lembaga untuk secara konsisten mencantumkan keterangan bahwa suatu konten dihasilkan atau dibantu oleh AI, misalnya melalui label sederhana pada unggahan media sosial atau catatan kaki pada dokumen tertulis, sehingga audiens dapat menempatkan konten tersebut pada konteks yang tepat.

2. Religious Verification Policy

Konten keagamaan harus diverifikasi oleh tenaga yang kompeten. Kebijakan ini menetapkan standar minimal kualifikasi bagi pihak yang berwenang melakukan verifikasi, misalnya persyaratan latar belakang pendidikan keagamaan formal atau pengakuan dari lembaga keilmuan tertentu.

3. Human Oversight Policy

Keputusan normatif tidak diserahkan sepenuhnya kepada AI. Kebijakan ini secara eksplisit mendaftar jenis-jenis keputusan yang tidak boleh diserahkan kepada AI tanpa keterlibatan manusia, misalnya penetapan fatwa atau penentuan hukum ibadah tertentu.

4. Source Integrity Policy

Setiap informasi agama harus memiliki sumber yang dapat diverifikasi. Kebijakan ini menuntut agar setiap keluaran AI yang memuat klaim keagamaan disertai rujukan yang jelas dan dapat ditelusuri oleh pihak lain.

5. Data Protection Policy

Data jamaah harus dilindungi. Kebijakan ini mengatur bagaimana data pribadi jamaah—termasuk riwayat pertanyaan yang diajukan kepada chatbot keagamaan—dikumpulkan, disimpan, digunakan, dan dilindungi dari penyalahgunaan pihak ketiga.

6. Correction Mechanism

Masyarakat harus dapat melaporkan kesalahan. Kebijakan ini menyediakan saluran yang mudah diakses bagi masyarakat untuk melaporkan kekeliruan yang mereka temukan, disertai komitmen waktu tanggap dan prosedur perbaikan yang jelas.

7. AI Ethics Committee

Lembaga perlu memiliki tim yang mengawasi penggunaan AI. Komite ini bertugas meninjau kebijakan secara berkala, menangani kasus-kasus pelik yang memerlukan pertimbangan etis mendalam, serta memastikan bahwa keenam kebijakan sebelumnya diimplementasikan secara konsisten.

Kebijakan tersebut sejalan dengan prinsip global mengenai transparansi, auditability, accountability, dan human oversight. Ringkasan ketujuh kebijakan tersebut beserta tujuan utamanya disajikan pada tabel berikut untuk memudahkan penerapan praktis oleh lembaga dakwah.

Kebijakan	Tujuan Utama
AI Disclosure Policy	Transparansi asal-usul konten kepada audiens
Religious Verification Policy	Menjamin validitas keilmuan konten keagamaan
Human Oversight Policy	Menjaga keputusan normatif tetap di tangan manusia
Source Integrity Policy	Menjamin keterlacakan sumber informasi
Data Protection Policy	Melindungi privasi dan data jamaah
Correction Mechanism	Menyediakan saluran koreksi kesalahan
AI Ethics Committee	Mengawasi dan meninjau kebijakan secara berkelanjutan

Ketujuh kebijakan tersebut sebaiknya tidak diperlakukan sebagai dokumen administratif yang statis, melainkan sebagai instrumen hidup yang ditinjau dan diperbarui secara berkala seiring dengan perkembangan teknologi AI dan dinamika kebutuhan masyarakat. Lembaga dakwah yang berhasil

mengimplementasikan ketujuh kebijakan ini secara konsisten akan berada pada posisi yang lebih kuat untuk membangun institutional religious trust sebagaimana dijelaskan pada bagian 4.3.

KESIMPULAN

Generative AI membawa perubahan besar dalam manajemen dakwah Islam. AI memberikan peluang bagi lembaga dakwah untuk meningkatkan efisiensi produksi konten, memperluas jangkauan komunikasi, meningkatkan personalisasi layanan, dan memperkuat pengelolaan pengetahuan.

Namun, penggunaan AI juga menghadirkan risiko terhadap akurasi informasi, etika, privasi, akuntabilitas, dan otoritas keagamaan. Artikel ini menunjukkan bahwa AI dalam dakwah tidak cukup dikelola dengan pendekatan teknologi, tetapi membutuhkan AI governance yang berbasis nilai Islam.

Berdasarkan analisis konseptual, dikembangkan Islamic Da'wah AI Governance (IDAIG) Model yang terdiri atas lima dimensi utama:

17. ethical alignment;
18. religious information integrity;
19. human religious oversight;
20. accountability and transparency;
21. stakeholder participation.

Kelima dimensi tersebut membentuk institutional religious trust yang pada akhirnya mendukung penerimaan dan efektivitas AI-mediated da'wah.

Temuan konseptual paling penting adalah bahwa AI seharusnya diposisikan sebagai instrumen pendukung dakwah, bukan sebagai pengganti otoritas keagamaan manusia. Dengan demikian, masa depan manajemen dakwah bukan sekadar:

Digital Da'wah

tetapi:

Governed Digital Da'wah

dan selanjutnya:

Responsible AI-Mediated Da'wah.

Dalam konteks tersebut, otoritas manusia tetap menjadi pusat, sedangkan AI berfungsi sebagai alat yang memperkuat kapasitas lembaga dakwah selama dikendalikan melalui prinsip amanah, keadilan, kemaslahatan, transparansi, dan maqāṣid al-sharī'ah.

Penelitian selanjutnya dapat menguji model IDAIG secara empiris menggunakan SEM-PLS atau CB-SEM untuk mengukur hubungan antara

AI governance, institutional religious trust, religious authority, dan acceptance of AI-mediated da'wah pada masyarakat Muslim.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrachman, O., Toprak, Z., & Scott, J. (2025). Islamic ethical framework for artificial intelligence governance in the era of generative models. *International Journal of Noesantara Islamic Studies*, 2(6). <https://doi.org/10.70177/ijonis.v2i6.2827>
- Antasari, S. S., Mutiah, A., & Al Kadumi, F. (2026). Artificial intelligence and Islamic legal reasoning: Developing an ethical framework for AI governance from Indonesian *usul al-fiqh* perspectives. *Indonesian Journal of Digital Islamic Studies*.
- Floridi, L., & Cows, J. (2019). A unified framework of five principles for AI in society. *Harvard Data Science Review*, 1(1). <https://doi.org/10.1162/99608f92.8cd550d1>
- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. Boczkowski, & K. Foot (Eds.), *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*. MIT Press.
- Jobin, A., Ienca, M., & Vayena, E. (2019). The global landscape of AI ethics guidelines. *Nature Machine Intelligence*, 1, 389–399. <https://doi.org/10.1038/s42256-019-0088-2>
- Mittelstadt, B. D. (2019). Principles alone cannot guarantee ethical AI. *Nature Machine Intelligence*, 1, 501–507. <https://doi.org/10.1038/s42256-019-0114-4>
- UNESCO. (2021). *Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence*. UNESCO.
- Wong-A-Foe, D. (2025). Between code and creed: Islamic ethical in-betweenness on AI in Indonesia. *Proceedings of the AAAI/ACM Conference on AI, Ethics, and Society*, 8(3), 2939–2941. <https://doi.org/10.1609/aies.v8i3.36800>
- Winter, D. (2026). Religious ethics in the age of AI: A comparative study of faith-based approaches to AI governance. *AI and Ethics*, 6, 298. <https://doi.org/10.1007/s43681-026-01156-6>