

Pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) Sebagai Strategi Dakwah: Analisis Peluang dan Tantangan

Yenni Batubara
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal
E-mail: yennibatubara@gmail.com

Abstrak

Dalam era digital saat ini, teknologi terus berkembang dengan cepat dan memberikan dampak yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang dakwah Islam. Salah satu teknologi yang mulai mendapatkan perhatian dalam konteks dakwah adalah *Artificial Intelligence* (AI). Metode penelitian yang digunakan adalah studi kepustakaan, dengan sumber data artikel jurnal, makalah, dokumen dan *website*. Kemudian teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptifanalitis. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan AI sebagai strategi dakwah menawarkan berbagai peluang yang dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam menyebarkan ajaran Islam. Namun, terdapat tantangan yang harus diatasi, terutama terkait etika, ketergantungan teknologi, aksesibilitas, dan penerimaan teknologi. Kemudian dengan strategi dan pendekatan yang bijak dan pengembangan kerangka kerja yang tepat, penggunaan AI dalam dakwah dapat memberikan manfaat yang signifikan tanpa mengabaikan nilai-nilai etika dan humanis.

Kata Kunci: *Artificial Intelligence*, strategi dakwah, peluang, tantangan

Abstract

In today's digital era, technology continues to develop rapidly and has a significant impact on various aspects of life, including in the field of Islamic preaching. One technology that is starting to get attention in the context of preaching is Artificial Intelligence (AI). The research method used is a literature study, with data sources of journal articles, papers, documents and websites. Then the data analysis technique used is descriptive analytical. The results of the study show that the use of AI as a preaching strategy offers various opportunities that can increase the effectiveness and efficiency in spreading Islamic teachings. However, there are challenges that must be overcome, especially related to ethics, technology dependence, accessibility, and acceptance of technology. Then with a wise strategy and approach and the development of the right framework, the use of AI in preaching can provide significant benefits without ignoring ethical and humanist values.

Keywords: *Artificial Intelligence*, preaching strategy, opportunities, challenges

A. PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, teknologi terus berkembang dengan cepat dan memberikan dampak yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang dakwah Islam.¹ Salah satu teknologi yang mulai mendapatkan perhatian dalam konteks dakwah adalah *Artificial Intelligence* (AI). AI, yang merujuk pada kemampuan mesin untuk meniru kecerdasan manusia, menawarkan berbagai potensi dan tantangan yang bisa dimanfaatkan dalam kegiatan dakwah. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana AI dapat digunakan sebagai strategi dakwah yang efektif, serta menganalisis peluang dan tantangan yang mungkin dihadapi.

Pemanfaatan AI dalam dakwah memiliki berbagai peluang, seperti personalisasi konten dakwah, di mana AI dapat menganalisis data pengguna dan menciptakan konten yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi individu. Selain itu, AI juga memungkinkan automasi dan efisiensi, misalnya melalui chatbot yang bisa menjawab pertanyaan umum tentang Islam 24/7, serta analisis sentimen dan umpan balik dari audiens yang membantu para da'i memahami respon jamaah terhadap pesan yang disampaikan. Teknologi AI juga bisa membantu dalam penyebaran dakwah melalui media sosial dengan menganalisis tren dan pola perilaku pengguna, sehingga dakwah dapat lebih tepat sasaran.²

Namun, terdapat tantangan yang harus dihadapi dalam pemanfaatan AI untuk dakwah. Salah satunya adalah isu etika dan keamanan data, mengingat penggunaan AI melibatkan pengumpulan dan analisis data pengguna yang menimbulkan kekhawatiran terkait privasi. Selain itu, ada risiko ketergantungan yang berlebihan pada teknologi, yang bisa mengurangi interaksi manusiawi dalam dakwah. Tantangan lain adalah aksesibilitas teknologi, di mana tidak semua orang memiliki akses yang sama terhadap AI, yang dapat menimbulkan kesenjangan digital. Pemahaman dan penerimaan teknologi AI juga menjadi tantangan

¹ Yedi Purwanto, Muhamad Taufik, and Asep Wawan Jatnika, "Peran Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Dakwah Mahasiswa The Role Of Informati Teknologi In The Preaching Development To University Student," *Institut Teknologi Bandung* 16, no. 1 (2017): 94–109.

² Edvard P.G. Bruun and Alban Duka, "Artificial Intelligence, Jobs and the Future of Work: Racing with the Machines," *Basic Income Studies* 13, no. 2 (2018), <https://doi.org/10.1515/bis-2018-0018>.

tersendiri, karena masih banyak yang kurang memahami dan menerima teknologi ini di kalangan da'i dan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan pendidikan dan sosialisasi yang baik untuk memastikan bahwa teknologi ini diterima dan digunakan dengan bijak.³

Berdasarkan *research* yang peneliti lakukan, terdapat beberapa penelitian yang telah membahas tentang *Artificial Intelligence* (AI) dalam dakwah, diantaranya Khoirunisa et al dalam meneliti tentang peluang dan ancaman yang menyertai dalam munculnya AI (*Artificial Intelligence*) supaya dapat menggunakan AI (*Artificial Intelligence*) yang selaras dengan agama Islam. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa *Artificial Intelligence* jika dikembangkan dan diterapkan dengan baik akan sangat membantu untuk kebutuhan umat Islam. Namun juga terdapat ancaman diantaranya yaitu; rawan disalahgunakan untuk menanamkan nilai-nilai pemurtadan, radikalisasi dan terorisme. Penggunaan *Artificial Intelligence* yang selaras dengan agama Islam, harus memperhatikan prinsip-prinsip etis dan moral dalam pengembangan dan penerapan *Artificial Intelligence*.⁴ Selanjutnya M. Habiballah dalam penelitiannya tentang bagaimana pemanfaatan AI dalam dakwah, bagaimana tantangan dalam implementasinya, serta bagaimana perhatian terhadap etika. Ia menyatakan bahwa AI dapat dimanfaatkan mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan hingga ke pengelolaan aktivitas dakwah. Para da'i harus mengetahui dan dapat memanfaatkan ilmu pengetahuan modern, termasuk AI, agar mereka dapat melawan efek negatifnya dan juga memanfaatkannya untuk kepentingan dakwah. Implementasi AI dalam konteks dakwah memerlukan pemahaman teknis dan infrastruktur yang memadai. Ada beberapa tantangan yang perlu dipertimbangkan saat menggunakan AI dalam dakwah, serta munculnya Resistensi terhadap penggunaan AI dalam dakwah. Penggunaan AI dalam dakwah juga memunculkan pertanyaan tentang

³ Sehat Ihsan Shadiqin, Tuti Marjan Fuadi, and Siti Ikramatoun, "AI Dan Agama: Tantangan Dan Peluang Dalam Era Digital," *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)* 4, no. 2 (2023): 319, <https://doi.org/10.29103/jspm.v4i2.12408>; Asna Istya Marwantika, "Dakwah Di Era Artificial Intelligence: Proses Adopsi Inovasi, Limitasi Dan Resistensi," *Proceeding of The 3rd FUAD's International Conference on Strengthening Islamic Studies (FICOSIS)* 3 (2023): 228–45.

⁴ Ana Khoirunisa et al., "Islam in the Middle of AI (*Artificial Intelligence*) Struggle: Between Opportunities and Threats," *At-Tuhfah: Jurnal Studi Keilaman* 12, no. 1 (2023): 19–27.

etika dan moralitas. Bagaimana kita dapat memastikan bahwa teknologi ini digunakan dengan memperhatikan nilai-nilai agama dan moralitas yang dianut oleh masyarakat.⁵

Berdasarkan penelitian tersebut di atas, penelitian ini mengeksplorasi hal yang sama yaitu tentang *Artificial Intelligence* (AI) dalam dakwah. Dimana pada penelitian sebelumnya telah dibahas tentang peluang dan ancaman munculnya AI dalam penggunaannya yang selaras dengan agama Islam, serta tentang pemanfaatan AI dalam dakwah. Kemudian posisi penelitian ini mengkaji lebih dalam tentang pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) sebagai strategi dakwah dengan menganalisis peluang dan tantangan *Artificial Intelligence* (AI) itu sendiri.

B. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang dilakukan untuk kajian ini adalah studi kepustakaan, yaitu serangkaian penelitian yang berkaitan dengan metode pengumpulan data pustaka, atau penelitian yang obyek penelitiannya digali melalui beragam informasi kepustakaan, seperti: buku, artikel jurnal, makalah, dokumen, dan website. Kini, di era digital data dan informasi tersebut bisa diperoleh melalui internet.⁶

Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara membaca dan mengumpulkan literatur terkait dan referensi teori yang berkaitan dengan permasalahan penelitian dari berbagai sumber.⁷ Selanjutnya pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis, yaitu model penelitian yang berupaya mendeskripsikan, mencatat, menganalisa dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang ada sehingga dapat mengungkapkan fakta-fakta terkait dengan peluang dan tantangan serta strategi dakwah dengan memanfaatkan *Artificial Intelligence* (AI).

⁵ M Habibullah, "Artificial Intelligence (AI) Dalam Digitalisasi Dakwah," *Jurnal Mauizoh* 8, no. 2 (2023): 124–37.

⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Cetakan ke (Bandung: Alfabeta, 2022).

⁷ Lexy Maleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2019).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Peluang Pemanfaatan *Artificial Intelligence* dalam Dakwah

Penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) memungkinkan personalisasi konten dakwah yang disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi individu. Personalisasi ini dilakukan melalui analisis data perilaku pengguna, seperti riwayat pencarian, interaksi dengan konten, dan preferensi yang diungkapkan secara eksplisit. Beberapa aplikasi dakwah berbasis AI memanfaatkan algoritma machine learning untuk mengumpulkan dan menganalisis data ini, kemudian memberikan rekomendasi konten yang relevan dan bermanfaat bagi pengguna. Sebagai contoh, aplikasi tersebut dapat merekomendasikan artikel, buku, atau teks keagamaan yang sesuai dengan minat pengguna; jika seorang pengguna sering membaca tentang akhlak dalam Islam, aplikasi akan menyarankan bacaan tambahan yang berkaitan dengan topik tersebut. AI juga dapat merekomendasikan video ceramah dari para ulama atau da'i yang relevan dengan topik yang sering dicari atau ditonton oleh pengguna. Jika pengguna menunjukkan minat besar pada topik tafsir Al-Quran, aplikasi akan menyarankan video ceramah atau diskusi yang membahas tafsir dari berbagai sudut pandang. Selain itu, aplikasi dakwah berbasis AI dapat menawarkan kursus atau modul pembelajaran yang disesuaikan dengan tingkat pengetahuan pengguna, sehingga materi yang disampaikan sesuai dengan tingkat pemahaman mereka.

Manfaat personalisasi ini adalah meningkatkan keterlibatan pengguna, karena mereka merasa lebih terlibat dan tertarik dengan materi yang disampaikan. Ini membantu menjaga perhatian pengguna dan mendorong mereka untuk terus belajar dan menggali lebih dalam tentang ajaran Islam. Dengan menyediakan konten yang relevan dan sesuai dengan tingkat pengetahuan pengguna, personalisasi juga membantu meningkatkan pemahaman mereka terhadap materi dakwah, menghindari informasi yang terlalu kompleks atau terlalu dasar. Selain itu, personalisasi konten menghemat waktu pengguna dengan menyaring dan menyajikan informasi yang paling relevan, sehingga mereka tidak perlu mencari-cari konten yang sesuai.

Automasi dan efisiensi merupakan salah satu manfaat utama dari penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) dalam dakwah. AI telah digunakan untuk mengotomatisasi berbagai tugas dakwah yang sebelumnya memerlukan intervensi manual. Salah satu implementasi yang menonjol adalah penggunaan chatbot untuk menjawab pertanyaan umum tentang Islam. Chatbot ini dapat diakses oleh jamaah kapan saja, 24/7, memberikan informasi dasar dan jawaban atas pertanyaan yang sering diajukan.

Chatbot berbasis AI dirancang untuk memahami dan merespons pertanyaan dalam bahasa alami, sehingga pengguna merasa seperti berkomunikasi dengan manusia. Dengan memanfaatkan teknologi Natural Language Processing (NLP), chatbot mampu memahami berbagai variasi pertanyaan yang diajukan dan memberikan jawaban yang relevan dan akurat.⁸ Dengan adanya chatbot, pertanyaan-pertanyaan rutin ini dapat diatasi secara otomatis, membebaskan waktu para da'i untuk fokus pada tugas-tugas yang lebih kompleks dan memerlukan sentuhan personal, seperti memberikan nasihat spiritual, menangani masalah-masalah keagamaan yang lebih mendalam, atau mempersiapkan materi dakwah yang lebih terstruktur dan mendalam.

Selain itu, chatbot juga menyediakan keuntungan dari sisi aksesibilitas. Jamaah yang tinggal di daerah terpencil atau yang memiliki keterbatasan akses ke da'i secara langsung tetap dapat mendapatkan informasi keagamaan yang mereka butuhkan kapan saja. Hal ini memperluas jangkauan dakwah dan memastikan bahwa lebih banyak orang dapat mengakses informasi keagamaan dengan mudah.⁹ Chatbot yang berfungsi dengan baik memerlukan pemeliharaan dan pembaruan berkala untuk memastikan bahwa jawaban yang diberikan tetap relevan dan akurat. Data interaksi dengan pengguna juga dapat dianalisis untuk memahami kebutuhan jamaah dan meningkatkan kualitas layanan chatbot. Dengan terus belajar dari

⁸ Pandu Dewonoto Laut Santoso et al., "Penerapan Artificial Intelligence Dalam Aplikasi Chatbot Sebagai Media Informasi Dan Pembelajaran Mengenai Kebudayaan Bangsa," *Jurnal Informatika Universitas Pamulang* 6, no. 3 (2021): 579–89.

⁹ Ahmad Eko Suryanto, Marko Ayaki Lumbantobing, and Ratna Pancawati, "Transformasi Pendidikan Melalui Penggunaan Chatbot : Manfaat, Tantangan, Dan Rekomendasi Untuk Masa Depan," *Journal on Education* 06, no. 04 (2024): 20466–77.

interaksi sebelumnya, chatbot menjadi semakin cerdas dan efisien dalam memberikan jawaban.

Artificial Intelligence (AI) memungkinkan analisis sentimen dan umpan balik dari audiens terhadap konten dakwah yang disampaikan. Proses ini melibatkan pengumpulan dan analisis data dari berbagai sumber digital, seperti media sosial, forum, blog, dan platform dakwah online, untuk memahami bagaimana jamaah merespons pesan yang disampaikan. Dengan menggunakan teknologi *Natural Language Processing* (NLP) dan *machine learning*, AI dapat menganalisis teks yang dihasilkan oleh pengguna, seperti komentar, postingan, dan review, untuk menentukan sentiment positif, negatif, atau netral dan mengidentifikasi tema atau isu yang sering dibahas. Data yang dikumpulkan mencakup komentar, likes, shares, retweets, dan bentuk interaksi lainnya yang menunjukkan reaksi audiens terhadap konten dakwah. AI menggunakan algoritma NLP untuk menganalisis sentimen dari teks yang diposting oleh pengguna, memungkinkan AI untuk menentukan apakah respons pengguna bersifat positif, negatif, atau netral. Selain itu, AI dapat mengidentifikasi tema dan isu yang sering dibahas oleh jamaah melalui *topic modeling*, serta mengenali saran, kritik, atau pertanyaan spesifik yang diajukan oleh pengguna.

Manfaat dari analisis sentimen dan umpan balik ini sangat signifikan bagi para da'i. Dengan hasil analisis tersebut, para da'i dapat menyesuaikan strategi dakwah mereka untuk lebih efektif menyampaikan pesan agama. Misalnya, jika analisis menunjukkan bahwa jamaah sangat tertarik pada topik tertentu atau merasa bingung dengan aspek tertentu dari dakwah, da'i dapat membuat konten yang lebih spesifik untuk menjawab kebutuhan dan pertanyaan tersebut. Umpan balik negatif atau kritik dapat digunakan untuk memperbaiki konten yang kurang efektif, sementara umpan balik positif menunjukkan elemen-elemen yang berhasil dan perlu diperluas. Dengan memahami reaksi audiens, para da'i dapat meningkatkan kualitas konten dakwah mereka, membuatnya lebih relevan dan bermanfaat bagi jamaah. Analisis ini juga membantu da'i mengalokasikan sumber daya mereka dengan lebih efektif, memastikan bahwa dakwah yang disampaikan lebih responsif dan adaptif terhadap kebutuhan dan perasaan jamaah, sehingga lebih berdampak positif.

Penyebaran dakwah melalui media sosial telah menjadi salah satu cara paling efektif untuk menjangkau audiens yang luas dalam era digital.¹⁰ Penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) dalam merancang strategi penyebaran dakwah ini memberikan berbagai keunggulan melalui analisis tren dan pola perilaku pengguna di platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube. AI dapat menganalisis data dari media sosial untuk mengidentifikasi tren terbaru dan pola perilaku pengguna, sehingga memungkinkan penyampaian konten yang lebih tepat sasaran. Dengan analisis data yang mendalam, AI dapat melakukan segmentasi audiens berdasarkan berbagai kriteria seperti usia, lokasi, minat, dan kebiasaan online. Segmentasi ini memungkinkan penyampaian konten yang lebih tepat sasaran, seperti konten tentang pendidikan Islam untuk anak-anak yang ditargetkan kepada orang tua muda, atau diskusi mendalam tentang teologi Islam yang ditargetkan kepada audiens yang lebih tua atau yang memiliki minat khusus dalam studi agama.

AI juga membantu dalam mengoptimalkan konten untuk meningkatkan keterlibatan audiens, termasuk rekomendasi tentang waktu terbaik untuk memposting, jenis konten yang paling menarik (video, gambar, teks), dan gaya komunikasi yang paling efektif. Selain itu, AI dapat memprediksi respons audiens terhadap konten yang akan diposting dengan menganalisis sentimen dari komentar dan reaksi sebelumnya, memungkinkan para da'i untuk menyesuaikan pesan mereka agar lebih positif dan diterima dengan baik. AI juga meningkatkan efektivitas iklan berbayar di media sosial dengan menentukan audiens yang paling mungkin tertarik dengan konten dakwah, memastikan bahwa anggaran promosi digunakan dengan efisien dan mencapai hasil maksimal. Selain itu, AI dapat membantu dalam pengelolaan komunitas online dengan memoderasi komentar, menjawab pertanyaan umum, dan menjaga diskusi tetap sesuai dengan topik.

¹⁰ Nurul Hidayul Ummah, "Pemanfaatan Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital," *Jurnal Manajemen Dakwah* X, no. 1 (2022): 151–69; Hafizhah Najmatulhasna Sofyan, Hafilia Muzniyyah, and Ismail Mubarak, "Peran Dakwah Dalam Era Digital Eksplorasi Potensi Media Sosial Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam," *Al-Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam* 2, no. 1 (2024).

Selanjutnya, AI memungkinkan evaluasi terus-menerus terhadap efektivitas strategi dakwah yang diterapkan. Data analitik yang dihasilkan membantu para da'i untuk memahami apa yang berhasil dan apa yang perlu diperbaiki, sehingga strategi dapat disesuaikan secara dinamis untuk mencapai hasil yang lebih baik di masa mendatang. Dengan menggunakan AI untuk merancang dan mengimplementasikan strategi penyebaran dakwah melalui media sosial, para da'i dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan lebih tepat sasaran, meningkatkan keterlibatan dan pemahaman jamaah, serta mengoptimalkan penggunaan sumber daya mereka. Teknologi ini membantu dakwah menjadi lebih relevan, efektif, dan responsif terhadap kebutuhan jamaah di era digital ini.

Terakhir, Pendeteksian dan penanganan hoaks adalah aspek penting dalam dakwah yang memanfaatkan AI. Hoaks atau informasi yang salah terkait agama dapat menyebar dengan cepat di internet dan media sosial, sehingga menimbulkan kebingungan dan kesalahpahaman di masyarakat. Algoritma AI yang canggih dapat menganalisis dan memproses sejumlah besar data dari berbagai sumber secara real-time menggunakan teknik seperti Natural Language Processing (NLP) dan machine learning. NLP memungkinkan AI untuk memahami dan menganalisis teks dengan cara yang mendekati pemahaman manusia, sehingga AI dapat mengidentifikasi pola-pola dalam teks yang sering muncul dalam hoaks.

Sementara itu, algoritma machine learning dapat dilatih menggunakan dataset berisi contoh-contoh hoaks dan informasi yang benar, sehingga AI dapat mengenali karakteristik khas dari hoaks dan meningkatkan akurasi pendeteksiannya seiring waktu. Setelah hoaks terdeteksi, AI dapat memverifikasi fakta dengan membandingkan klaim mencurigakan terhadap basis data sumber informasi terpercaya, seperti artikel berita dari media kredibel atau jurnal akademis. Algoritma AI juga dapat membandingkan teks dari hoaks dengan teks dari sumber yang telah diverifikasi untuk menemukan perbedaan atau ketidaksesuaian, membantu mengidentifikasi informasi yang dimanipulasi atau dipelintir. Setelah verifikasi, AI mendukung penyebaran informasi yang benar dengan menggunakan algoritma untuk menargetkan audiens yang paling mungkin terpengaruh oleh hoaks, menyajikan konten menarik dan mudah dipahami seperti artikel, video, atau

infografis. Dengan memanfaatkan AI, strategi dakwah dapat menjadi lebih efisien dan efektif, mampu memproses dan menganalisis data dalam jumlah besar lebih cepat daripada manusia, serta menyampaikan informasi yang benar langsung kepada mereka yang membutuhkannya. Namun, penting untuk memastikan penggunaan AI dalam dakwah tetap etis dan menghormati nilai-nilai agama serta privasi individu, dengan menjaga transparansi penggunaan teknologi, melindungi data pribadi, dan memastikan konten yang dihasilkan sesuai dengan ajaran agama. Dengan pendekatan yang bijaksana dan etis, AI dapat menjadi alat yang sangat berharga dalam strategi dakwah, membantu menyebarkan informasi yang benar dan mencegah penyebaran hoaks terkait agama di masyarakat.

2. Tantangan Pemanfaatan *Artificial Intelligence* dalam Dakwah

Pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) dalam dakwah memiliki potensi besar untuk memperluas jangkauan dan efektivitas penyebaran pesan-pesan dakwah, namun juga menghadapi sejumlah tantangan yang perlu diatasi, diantaranya adalah terkait dengan etika dan keamanan data, akurasi dan validitas informasi, keterbatasan teknologi, Integrasi dengan praktik tradisional, serta adaptasi dan pelatihan.¹¹

Pertama, Etika dan keamanan data merupakan aspek krusial dalam pemanfaatan AI untuk dakwah, mengingat sensitivitas informasi yang sering kali dikumpulkan. Privasi pengguna harus dijaga dengan ketat, mengingat AI memerlukan data pribadi untuk menghasilkan konten yang relevan dan personal. Data tentang keyakinan dan praktik keagamaan individu adalah sangat sensitif dan harus dilindungi. Transparansi dalam pengumpulan data sangat penting, dengan kebijakan privasi yang jelas dan persetujuan sadar dari pengguna. Pengguna harus diberikan kontrol penuh atas data mereka, termasuk opsi untuk memilih jenis data yang dikumpulkan dan bagaimana data tersebut digunakan. Selain itu, risiko penyalahgunaan data oleh pihak yang tidak bertanggung jawab harus diantisipasi dengan mekanisme pengamanan yang kuat. Implementasi teknologi keamanan seperti enkripsi data dan kontrol akses berbasis peran dapat melindungi data dari

¹¹ Habibullah, "Artificial Intelligence (AI) Dalam Digitalisasi Dakwah."

akses tidak sah. Audit dan pemantauan rutin juga diperlukan untuk memastikan bahwa sistem keamanan tetap up-to-date dan efektif. Dengan pendekatan yang tepat, AI dapat dimanfaatkan untuk memperkuat dakwah tanpa mengorbankan privasi dan keamanan data pengguna.

Kedua, Akurasi dan validitas informasi dalam dakwah menggunakan AI merupakan aspek yang sangat krusial karena kesalahan atau penyimpangan dalam penyampaian pesan dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap pemahaman dan praktik keagamaan individu. Dalam era digital ini, AI memiliki kemampuan untuk mengakses, memproses, dan menyebarkan informasi dalam skala besar dan kecepatan tinggi, sehingga informasi, baik yang benar maupun yang salah, dapat tersebar luas dalam waktu singkat. Kecepatan dan kapasitas penjangkauan AI memungkinkan pesan dakwah mencapai audiens yang jauh lebih luas dibandingkan metode tradisional. Namun, jika informasi yang disebarkan tidak akurat, dampaknya bisa sangat merugikan. Risiko kesalahan pemahaman juga meningkat ketika AI yang tidak dilatih dengan baik atau tidak diawasi menyebarkan informasi yang tidak akurat. Misinterpretasi dari teks-teks keagamaan dapat menyebabkan kesalahpahaman yang serius, dan algoritma AI yang bias berdasarkan data yang digunakan untuk melatihnya dapat mereplikasi dan memperkuat kesalahan tersebut. Misalnya, misinterpretasi satu ayat Al-Qur'an atau hadits bisa menyebabkan salah penafsiran yang menyebar luas, mempengaruhi pemahaman banyak orang. Selain itu, AI yang digunakan dalam media sosial atau platform lainnya bisa secara tidak sengaja menyebarkan hoaks atau informasi palsu terkait agama jika tidak diawasi dengan baik.¹²

Untuk memastikan konten yang tepat, AI memerlukan dataset yang besar dan berkualitas tinggi untuk belajar. Dalam konteks dakwah, dataset ini harus terdiri dari teks-teks keagamaan yang otentik, tafsir yang diakui, serta ceramah dan literatur yang valid. Konten yang digunakan untuk melatih AI harus diverifikasi keasliannya dan kesesuaiannya dengan ajaran agama yang sah, karena tanpa validitas ini, ada risiko bahwa AI akan menghasilkan konten yang tidak tepat. Oleh

¹² Atipa Muji, "The Role of Artificial Intelligence (AI) for Da'wah in the VUCA Era," *Preceding of Dakwah Saizu International Conference*, n.d., 179–86.

karena itu, pengawasan dan kurasi oleh para ahli agama sangat penting untuk memastikan bahwa setiap informasi yang dihasilkan AI sesuai dengan ajaran agama yang benar. Sistem AI harus diawasi secara berkala oleh ulama atau ahli agama untuk memastikan bahwa informasi yang dihasilkan tetap sesuai dengan ajaran agama dan tidak menyimpang. Implementasi yang baik dapat melibatkan ulama sebagai validator akhir sebelum informasi disebar ke publik, memastikan setiap informasi yang keluar telah diverifikasi, dan pembaruan dataset secara berkala untuk mencakup interpretasi dan tafsir terbaru yang diakui keabsahannya.¹³

Secara keseluruhan, akurasi dan validitas informasi dalam dakwah menggunakan AI adalah tantangan yang signifikan. Distorsi informasi dapat menyebabkan kesalahpahaman yang meluas, sementara penyebaran konten yang tidak tepat dapat merusak keaslian ajaran agama. Oleh karena itu, penting untuk memastikan bahwa AI dilatih dengan dataset yang valid dan diawasi oleh para ahli agama untuk menjaga integritas informasi yang disampaikan.

Ketiga, Keterbatasan teknologi dalam pemanfaatan AI untuk dakwah mencakup dua aspek utama yang perlu diperhatikan dengan lebih mendalam. Pertama, AI sering menghadapi kesulitan dalam memahami konteks budaya dan religius yang kompleks. Hal ini bisa mengakibatkan interpretasi yang tidak tepat atau kurang akurat dalam penyampaian pesan-pesan keagamaan, terutama karena AI mungkin gagal menangkap nuansa budaya, simbolisme, atau konteks sejarah yang penting dalam teks-teks keagamaan. Kedua, keragaman bahasa dan dialek juga menjadi tantangan serius. AI yang dilatih dalam satu bahasa atau dialek mungkin tidak mampu dengan baik memahami atau menyampaikan pesan dengan akurat dalam bahasa atau dialek lainnya, mengakibatkan terjemahan yang kurang tepat atau bahkan salah. Untuk mengatasi keterbatasan ini, perlu adanya pendekatan yang lebih beragam dalam pelatihan AI, serta pengawasan manusia yang intensif untuk memastikan bahwa pesan-pesan dakwah yang disampaikan tetap sesuai dengan konteks budaya, simbolisme agama, dan berbagai bahasa yang digunakan oleh audiens yang beragam.

¹³ Adriana Braga and Robert K. Logan, "The Emperor of Strong AI Has No Clothes: Limits to Artificial Intelligence," *Information* 8, no. 4 (2017).

Keempat, integrasi dengan praktik tradisional dalam pemanfaatan ai untuk dakwah. Integrasi AI dalam praktik dakwah tradisional menghadapi sejumlah tantangan yang perlu diperhatikan dengan cermat. Pertama, resistensi dari kalangan konservatif bisa menjadi halangan signifikan. Beberapa kalangan mungkin melihat penggunaan teknologi dalam dakwah sebagai ancaman terhadap keaslian dan spiritualitas dari pendekatan tradisional yang mereka anut. Mereka khawatir bahwa teknologi dapat mengurangi kualitas personal dan kedalaman dalam interaksi spiritual antara mubaligh (pengkhotbah) dan jamaah. Selain itu, penggunaan teknologi bisa dianggap sebagai memperkenalkan unsur-unsur baru yang tidak sejalan dengan nilai-nilai dan tradisi yang telah lama terjaga. Kedua, penggabungan AI dengan metode dakwah konvensional memerlukan pendekatan yang sensitif dan hati-hati. Meskipun teknologi dapat meningkatkan efisiensi dan jangkauan pesan dakwah, perubahan ini harus diimplementasikan dengan memperhatikan nilai-nilai serta prinsip-prinsip yang telah dipegang teguh dalam praktik dakwah tradisional. Penting untuk memastikan bahwa AI digunakan sebagai alat bantu yang memperkuat dan melengkapi, bukan menggantikan atau mengubah esensi dari pendekatan dakwah yang telah ada. Integrasi ini memerlukan kerjasama antara pemimpin agama, para ulama, dan praktisi dakwah untuk merumuskan pendekatan yang menghormati dan mempertahankan identitas serta keaslian praktik dakwah.

Contoh implementasi yang berhasil dapat melibatkan penggunaan AI untuk mendukung pendekatan konvensional dalam menyebarkan pesan-pesan agama secara lebih luas, namun tetap mempertahankan inti dari pengajaran dan nilai-nilai yang telah ditetapkan. Dengan demikian, penggunaan AI dalam dakwah dapat menjadi sebuah terobosan yang harmonis, menggabungkan keunggulan teknologi modern dengan warisan spiritual dan budaya dari praktik dakwah yang telah teruji selama berabad-abad.

Kelima, adaptasi dan pelatihan dalam pemanfaatan Ai untuk dakwah. Adaptasi dan pelatihan adalah langkah krusial dalam memanfaatkan AI secara efektif dalam praktik dakwah. Pertama, kebutuhan pelatihan bagi pihak-pihak yang terlibat dalam dakwah sangat penting. Mereka perlu dilatih untuk memahami potensi serta keterbatasan teknologi AI. Pelatihan ini mencakup pemahaman tentang bagaimana

AI dapat digunakan untuk memperluas jangkauan pesan dakwah, meningkatkan efisiensi dalam penyampaian, serta mengelola interaksi dengan audiens secara digital. Selain itu, pelatihan juga perlu mencakup aspek etika dalam penggunaan AI, termasuk privasi data dan keamanan informasi, agar penerapan teknologi ini berjalan sesuai dengan nilai-nilai moral dan keagamaan yang dipegang teguh.

Kedua, penyesuaian materi dakwah merupakan tahap penting dalam integrasi AI. Materi dakwah, yang biasanya disampaikan secara langsung oleh mubaligh kepada jamaah, perlu disesuaikan agar dapat diproses dan disampaikan dengan baik oleh teknologi AI. Hal ini melibatkan penyusunan konten yang jelas, struktural, dan mengikuti pedoman yang sesuai dengan kebutuhan teknologi AI. Misalnya, materi harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat dengan mudah dimengerti dan diterjemahkan oleh AI untuk disampaikan dalam format teks atau suara kepada audiens yang lebih luas.

Contoh implementasi dari adaptasi dan pelatihan ini dapat mencakup workshop atau kursus pelatihan bagi para mubaligh, ulama, dan praktisi dakwah lainnya tentang cara menggunakan platform AI tertentu untuk menyampaikan pesan-pesan agama secara efektif. Selain itu, tim yang terlibat dalam pengelolaan konten dakwah perlu memiliki kemampuan untuk menyesuaikan materi agar sesuai dengan kemampuan AI dalam memproses dan menyajikan informasi dengan tepat. Dengan demikian, adaptasi dan pelatihan yang tepat akan memastikan bahwa AI tidak hanya digunakan secara efektif dalam dakwah, tetapi juga menghormati dan mempertahankan nilai-nilai inti dari praktik dakwah yang telah ada.

Kesimpulannya, pemanfaatan AI dalam dakwah menawarkan potensi besar namun juga menghadapi tantangan signifikan yang harus diatasi dengan hati-hati. Tantangan utama meliputi akurasi dan validitas informasi, di mana AI harus dilatih dengan dataset yang sah dan diawasi oleh ahli agama untuk memastikan konten yang disampaikan tetap sesuai dengan ajaran agama. Keterbatasan teknologi seperti pemahaman konteks budaya dan keragaman bahasa serta dialek juga memerlukan perhatian khusus untuk memastikan pesan dakwah disampaikan dengan benar. Integrasi dengan praktik tradisional harus dilakukan dengan sensitif untuk menghindari resistensi dari kalangan konservatif, dan AI harus dilihat sebagai alat

bantu yang memperkuat, bukan menggantikan, metode dakwah konvensional. Adaptasi dan pelatihan bagi pihak-pihak yang terlibat dalam dakwah sangat penting untuk memastikan mereka dapat memanfaatkan AI secara efektif, sementara materi dakwah harus disesuaikan agar sesuai dengan kemampuan AI. Terakhir, etika dan keamanan data harus menjadi prioritas utama, dengan perlindungan ketat terhadap privasi pengguna dan mekanisme pengamanan yang kuat untuk mencegah penyalahgunaan data. Dengan mengatasi tantangan-tantangan ini, AI dapat menjadi alat yang berharga dalam memperluas dan memperkuat dakwah secara efisien dan etis.

3. Strategi Dakwah Artificial Intelligence

Strategi dakwah adalah rencana atau metode yang disusun dan diterapkan untuk menyebarkan ajaran Islam kepada masyarakat secara efektif dan efisien. Strategi ini bertujuan untuk mencapai tujuan dakwah, yaitu mengajak umat manusia kepada kebenaran, ketauhidan, serta meningkatkan pemahaman dan pengamalan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari.¹⁴ Dalam penyusunan strategi dakwah, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan: *Pertama*, Subyek Dakwah (Da'i) Seorang Da'i adalah orang yang menyampaikan dakwah, baik melalui lisan, tulisan maupun uswatun hasanah yang dilakukan secara individu, kelompok maupun organisasi atau lembaga.¹⁵ Dikatakan Samsul Munir Amin dalam buku berjudul Ilmu Dakwah bahwa faktor subyek dakwah sangat menentukan keberhasilan aktifitas dakwah. Maka subyek dakwah dalam hal ini seorang da'i atau lembaga dakwah hendaklah mampu menjadi penggerak dakwah yang profesional. Baik gerakan dakwah yang dilakukan oleh individual atau kolektif, profesionalisme sangat dibutuhkan.¹⁶

Kedua, Obyek Dakwah, obyek dakwah atau mad'u adalah manusia sebagai penerima dakwah, baik jenisnya individu maupun kelompok, bahkan umat Islam maupun bukan, atau manusia secara keseluruhan. Sasaran dakwah atau mad'u

¹⁴ Najamuddin, "Strategi Dakwah Dan Faktor Pengaruh," *Tasamuh: Jurnal Studi Islam* 12, no. April (2020): 25–46.

¹⁵ Wahidin Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011).

¹⁶ Samsul Munir, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009).

adalah pribadi dan kelompok manusia kepada siapa dakwah ditujukan. Mereka adalah masyarakat yang membutuhkan bimbingan menjadi manusia yang sehat dan sejahtera secara spiritual, material, emosional, dan sosial berdasar pada standar dan parameter nilai-nilai Islam.¹⁷ Dalam hal ini seorang da`I dalam dakwahnya hendaklah bisa merekam karakter dan siapa yang akan diajak bicara atau siapa yang akan menerima pesan-pesan dakwanya. Dai dalam menyampaikan pesan-pesan dakwanya perlu mengetahui klasifikasi dan karakter obyek dakwah, agar pesan yang disampaikan bisa diterima dengan baik oleh mad`u.¹⁸

Ketiga, Materi Dakwah (Maddah) Materi atau pesan dakwah adalah pesan-pesan yang berupa ajaran Islam atau segala sesuatu yang harus disampaikan subyek kepada obyek dakwah, yaitu keseluruhan ajaran Islam yang ada di dalam kitabullah dan sunah Rasulullah. Pesan dakwah berisi semua bahan atau mata pelajaran yang berisi tentang pelajaran agama yang akan disampaikan oleh da`i kepada mad`u dalam suatu aktivitas dakwah agar mencapai tujuan yang telah ditentukan. Pesan atau materi dakwah harus disampaikan secara menarik dan tidak monoton sehingga merangsang obyek dakwah untuk mengkaji tema-tema Islam. Pesan dakwah harus dilakukan dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi mad`u sebagai penerima dakwah.¹⁹ *Keempat, Media Dakwah (Wasilah)* Media dakwah merupakan sebagai media atau instrument yang digunakan sebagai alat untuk mempermudah sampainya pesan dakwah kepada mad`u.²⁰ Terdapat beragam media dakwah yang bisa digunakan oleh para da`i dalam berdakwah, secara umum media dapat dikelompokkan pada: media visual, media audio, media audio visual, dan media cetak. *Kelima, Metode Dakwah*, untuk mewujudkan keberhasilan dakwah, perlu adanya sebuah metode dan media dakwah yang dapat digunakan oleh seorang da`i sebagai penunjang kegiatan dakwah.

Strategi mengelola dakwah digital melalui AI dapat dijalankan dengan pendekatan yang terencana dan strategis untuk memanfaatkan teknologi AI dalam

¹⁷ Muhammad Munir and Wahyu Ilaihi, *Manajemen Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009).

¹⁸ Munir, *Ilmu Dakwah*.

¹⁹ Munir.

²⁰ Saputra, *Pengantar Ilmu Dakwah*.

menyampaikan pesan dakwah secara efektif.²¹ Beberapa langkah dan strategi yang dapat dipertimbangkan adalah pemahaman target audiens, penggunaan chatbot, personalisasi pesan, kurasi konten, penggunaan media social, pemantauan dan respons cepat, edukasi interaktif, evaluasi matriks, keamanan dan etika serta kolaborasi dengan ahli teknologi.

Pemahaman target audiens adalah langkah krusial dalam strategi dakwah digital melalui AI. Untuk memulainya, identifikasi demografi audiens seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan lokasi geografis. Informasi ini membantu memahami siapa yang perlu didekati dan dengan cara apa. Selanjutnya, tentukan platform digital yang paling sering digunakan oleh target audiens, apakah itu media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, atau mungkin forum diskusi, blog, atau platform video seperti YouTube. Analisis perilaku audiens dalam berinteraksi dengan teknologi dan konten digital juga penting, termasuk pola penggunaan internet, jenis konten yang paling mereka konsumsi, serta waktu dan frekuensi penggunaan media digital. Mengetahui kebutuhan dan minat audiens yang relevan dengan dakwah, seperti topik yang mereka cari dan masalah yang mereka hadapi terkait agama, dapat diperoleh melalui survei, jajak pendapat, dan analisis kata kunci pencarian.

Segmentasi audiens berdasarkan karakteristik dan preferensi yang telah diidentifikasi membantu dalam merancang konten yang lebih terfokus. Membuat personas atau profil pengguna yang mewakili berbagai segmen audiens juga penting untuk memahami lebih baik siapa mereka dan bagaimana menyampaikan pesan yang relevan. Terlibat aktif dengan audiens melalui komentar, pesan langsung, survei, dan forum diskusi untuk mendapatkan umpan balik langsung juga sangat berguna. Terakhir, pemantauan dan analisis berkala terhadap perubahan perilaku, minat, dan kebutuhan audiens harus terus dilakukan menggunakan alat analitik seperti Google Analytics dan Facebook Insights. Dengan pemahaman yang mendalam tentang siapa target audiens Anda, di mana mereka berada secara online, apa kebutuhan dan minat mereka, serta bagaimana mereka berinteraksi dengan

²¹ Habibullah, "Artificial Intelligence (AI) Dalam Digitalisasi Dakwah."

teknologi, strategi dakwah digital dapat dirancang dengan lebih efektif dan berkesinambungan.

Implementasi chatbot AI dalam dakwah digital sangat efektif untuk meningkatkan interaksi dan pelayanan kepada audiens. Chatbot dapat beroperasi 24/7, memberikan informasi dasar tentang agama, menjawab pertanyaan umum, dan mengarahkan pengguna ke sumber yang lebih mendalam jika diperlukan. Teknologi Natural Language Processing (NLP) memungkinkan chatbot memahami dan merespons pertanyaan dalam bahasa yang alami, sementara personalisasi respon berdasarkan profil pengguna meningkatkan relevansi dan keterlibatan. Chatbot juga harus tersedia di berbagai platform digital yang sering digunakan oleh audiens untuk memastikan akses yang luas.

Penggunaan teknologi AI lebih lanjut memungkinkan personalisasi pesan dakwah berdasarkan preferensi dan perilaku individu, yang dapat meningkatkan keterlibatan dan membuat audiens merasa lebih dihargai. Algoritma AI dapat digunakan untuk mengkurasi konten dakwah yang berkualitas tinggi dan relevan, memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pengelolaan akun media sosial juga dapat ditingkatkan dengan AI melalui analisis sentimen, pemetaan tren, dan rekomendasi konten, memungkinkan pemahaman yang lebih baik tentang respons audiens dan penyesuaian strategi komunikasi. Pemantauan percakapan online dengan AI memungkinkan deteksi dan respons cepat terhadap misinformasi atau pemahaman yang salah tentang agama, menjaga integritas pesan dakwah. Platform edukasi interaktif berbasis AI, seperti kuis dan permainan edukatif, membuat belajar tentang Islam lebih menarik dan mendalam.

D. KESIMPULAN

Pemanfaatan AI sebagai strategi dakwah menawarkan berbagai peluang yang dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam menyebarkan ajaran Islam. Namun, terdapat tantangan yang harus diatasi, terutama terkait etika, ketergantungan teknologi, aksesibilitas, dan penerimaan teknologi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa dengan pendekatan yang bijak dan pengembangan kerangka

kerja yang tepat, penggunaan AI dalam dakwah dapat memberikan manfaat yang signifikan tanpa mengabaikan nilai-nilai etika dan humanis.

REFERENSI

- Braga, Adriana, and Robert K. Logan. "The Emperor of Strong AI Has No Clothes: Limits to Artificial Intelligence." *Information* 8, no. 4 (2017).
- Bruun, Edvard P.G., and Alban Duka. "Artificial Intelligence, Jobs and the Future of Work: Racing with the Machines." *Basic Income Studies* 13, no. 2 (2018). <https://doi.org/10.1515/bis-2018-0018>.
- Habibullah, M. "Artificial Intelligence (AI) Dalam Digitalisasi Dakwah." *Jurnal Mauizoh* 8, no. 2 (2023): 124–37.
- Khoirunisa, Ana, Fathur Rohman, Hilda Aualya Azizah, Devi Ardianti, Lailatul Maghfiroh, and Aditia Muhammad Noor. "Islam in the Middle of AI (Artificial Intelligence) Struggle: Between Opportunities and Threats." *At-Tuhfah: Jurnal Studi Keilaman* 12, no. 1 (2023): 19–27.
- Maleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2019.
- Marwantika, Asna Istya. "Dakwah Di Era Artificial Intelligence: Proses Adopsi Inovasi, Limitasi Dan Resistensi." *Proceeding of The 3rd FUAD's International Conference on Strengthening Islamic Studies (FICOSIS) 3* (2023): 228–45.
- Muji, Atipa. "The Role of Artificial Intelligence (AI) for Da'wah in the VUCA Era." *Proceeding of Dakwah Saizu International Conference*, n.d., 179–86.
- Munir, Muhammad, and Wahyu Ilaihi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2009.
- Munir, Samsul. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Amzah, 2009.
- Najamuddin. "Strategi Dakwah Dan Faktor Pengaruh." *Tasamuh: Jurnal Studi Islam* 12, no. April (2020): 25–46.
- Purwanto, Yedi, Muhamad Taufik, and Asep Wawan Jatnika. "Peran Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Dakwah Mahasiswa The Role Of Informati Teknologi In The Preaching Development To University Student." *Institut Teknologi Bandung* 16, no. 1 (2017): 94–109.
- Santoso, Pandu Dewonoto Laut, Indah Riski, Nur Kholik, Muchamad Raffi Akbar, Aries Saifudin, and Yulianti. "Penerapan Artificial Intelligence Dalam Aplikasi Chatbot Sebagai Media Informasi Dan Pembelajaran Mengenai Kebudayaan Bangsa." *Jurnal Informatika Universitas Pamulang* 6, no. 3 (2021): 579–89.
- Saputra, Wahidin. *Pengantar Ilmu Dakwah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Shadiqin, Sehat Ihsan, Tuti Marjan Fuadi, and Siti Ikramatoun. "AI Dan Agama: Tantangan Dan Peluang Dalam Era Digital." *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)* 4, no. 2 (2023): 319. <https://doi.org/10.29103/jspm.v4i2.12408>.
- Sofyan, Hafizhah Najmatulhasna, Hafilia Muzniyyah, and Ismail Mubarak. "Peran Dakwah Dalam Era Digital Eksplorasi Potensi Media Sosial Dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam." *Al-Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam* 2,

no. 1 (2024).

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Cetakan ke. Bandung: Alfabeta, 2022.

Suryanto, Ahmad Eko, Marko Ayaki Lumbantobing, and Ratna Pancawati. "Transformasi Pendidikan Melalui Penggunaan Chatbot: Manfaat, Tantangan, Dan Rekomendasi Untuk Masa Depan." *Journal on Education* 06, no. 04 (2024): 20466–77.

Ummah, Nurul Hidayul. "Pemanfaatan Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah Di Era Digital." *Jurnal Manajemen Dakwah X*, no. 1 (2022): 151–69.