TASHDIQ
ISSN 3030-8917

Jurnal Kajian Agama dan Dakwah
Vol 21 No 2 Tahun 2026

PENGGUNAAN AI DALAM MATERI DAKWAH: TINJAUAN FIKIH DAN IMPLIKASI MANAJEMEN DAKWAH

Muhammad Luqmanul Hakim Hidayatullah, Abdul Rozak
UIN Walisongo Semarang

Email: 23010360027@student.walisongo.ac.id

ABSTRACT

Generative artificial intelligence (AI) is increasingly used to draft sermons, posters, short videos, and translations in Islamic da'wah. It speeds up content production but raises questions of da'wah jurisprudence concerning the validity of substance, the ethics of delivery, and the authenticity of Islamic legal sources. This study analyses (1) the da'wah-fiqh review of AI use in producing da'wah materials and (2) its implications for the functions of da'wah management: planning, production, distribution, and quality control. It employs qualitative library research with normative and content analysis of the Qur'an, hadith, MUI Fatwa No. 24 of 2017, legal maxims, and scholarly literature. The findings show that (1) AI is a means (wasilah) whose ruling follows its purpose and method, so it may be used as an aid but cannot replace the preacher and scholar in guaranteeing the accuracy of evidence, issuing rulings, and bearing responsibility for content; (2) validity of substance, ethics of delivery, and authenticity of sources require human verification of every AI output; and (3) in management terms, AI improves the efficiency of planning, production, and distribution but requires shari'ah-based quality control through a human-in-the-loop model, AI-use standards, and a content eligibility test. The study concludes that AI can be legitimately used in da'wah when positioned as a tool under fiqh-based governance.

Keywords: *Artificial Intelligence, Da'wah Fiqh, Da'wah Management, Da'wah Content, Digital Da'wah*

ABSTRAK

Kecerdasan artifisial (*artificial intelligence*/AI) generatif semakin banyak dipakai untuk menyusun naskah ceramah, poster, video pendek, dan terjemahan dalam dakwah Islam. Pemanfaatan ini mempercepat produksi materi, tetapi memunculkan pertanyaan fikih dakwah tentang validitas substansi, etika penyampaian, dan otentisitas sumber hukum Islam. Penelitian ini bertujuan (1) menganalisis tinjauan fikih dakwah terhadap penggunaan AI dalam pembuatan materi dakwah, dan (2) menganalisis implikasinya terhadap fungsi manajemen dakwah, yaitu perencanaan, produksi, distribusi, dan pengendalian kualitas. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif jenis studi kepustakaan dengan analisis normatif dan analisis isi terhadap Al-Qur'an, hadis, Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017, kaidah fikih, dan literatur ilmiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) AI berstatus sarana (*wasilah*) yang hukumnya mengikuti tujuan dan caranya, sehingga boleh digunakan sebagai alat bantu, tetapi tidak boleh menggantikan peran *da'i* dan ulama dalam menjamin kebenaran dalil, menetapkan hukum, dan bertanggung jawab atas isi dakwah; (2) validitas substansi, etika penyampaian, dan otentisitas sumber menuntut

Article History
Received: November 2026
Reviewed: November 2026
Published: November 2026

Plagirism Checker No 27676

Copyright : Author
Publish by : Tashdiq

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

verifikasi manusia atas setiap keluaran AI; dan (3) pada tingkat manajemen, AI meningkatkan efisiensi perencanaan, produksi, dan distribusi, tetapi menuntut pengendalian mutu syar'i melalui model *human-in-the-loop*, standar penggunaan AI, dan uji kelayakan konten. Penelitian ini menyimpulkan bahwa AI dapat dimanfaatkan secara sah dalam dakwah selama ditempatkan sebagai alat bantu di bawah tata kelola berbasis fikih.

Kata kunci: Artificial Intelligence, Fikih Dakwah, Manajemen Dakwah, Materi Dakwah, Dakwah Digital

PENDAHULUAN

Dakwah selalu beradaptasi dengan teknologi komunikasi yang tersedia pada zamannya, dari mimbar dan kitab, radio dan televisi, hingga media sosial. Gelombang terbaru adalah AI generatif, yaitu sistem yang mampu menghasilkan teks, gambar, suara, dan video berdasarkan perintah (*prompt*) pengguna. Bagi lembaga dakwah, teknologi ini menawarkan percepatan penyusunan naskah, penerjemahan, penyuntingan, desain visual, dan pengelolaan jadwal unggahan. Pemanfaatannya sudah menjadi perhatian lembaga keagamaan. Komisi Dakwah MUI pernah menyelenggarakan diskusi bertema kecerdasan artifisial dan dakwah Islam, dan MUI dilaporkan menyiapkan pedoman pemanfaatan AI untuk rujukan keagamaan sebagai kelanjutan fatwa etika bermedia sosial (NU Online, n.d.; MUI, n.d.).

Namun kemudahan tersebut membawa risiko yang khas. AI generatif bekerja dengan memprediksi rangkaian kata yang tampak masuk akal, bukan dengan memeriksa kebenaran. Keluarannya dapat berupa kutipan ayat yang keliru, hadis yang tidak ada sumbernya, atau kesimpulan hukum yang tidak berdasar, tetapi disajikan dengan gaya yang meyakinkan. Ketua MUI Bidang Dakwah dan Ukhuwah, KH Cholil Nafis, menegaskan bahwa AI tidak dapat dijadikan rujukan penjelasan hukum agama karena tidak memiliki kesadaran manusia yang menurutnya harus ada dalam proses berfatwa (Detik, n.d.). Risiko ini beririsan dengan persoalan informasi keagamaan di ruang digital, ketika otoritas keagamaan bergeser ke arah popularitas dan potongan ceramah beredar tanpa verifikasi (Jazilah dkk., 2026).

Dari sisi fikih, persoalan ini tidak baru sama sekali. Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah melalui Media Sosial telah meletakkan prinsip verifikasi (*tabayyun*), larangan hoaks, ghibah, fitnah, dan ujaran kebencian, serta pedoman pembuatan dan penyebaran konten (MUI, 2017; Shuhufi dkk., 2022). Prinsip tersebut dapat diperluas pada konten yang dibuat dengan bantuan AI. Meski demikian, penggunaan AI memunculkan pertanyaan baru yang tidak dijawab langsung oleh fatwa tersebut: apakah naskah dakwah buatan AI sah secara substansi, bagaimana etika menyampaikannya, dan apakah sumber hukum yang dikutip AI otentik.

Kajian terdahulu menunjukkan tiga kecenderungan. *Pertama*, kajian fikih bermedia sosial berfokus pada teks Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017, maqashid syariah, dan perilaku pengguna (Syarif dkk., 2025; Hastuti & Ruhaya, 2023; A'yun & Istiani, 2021). *Kedua*, kajian manajemen dakwah digital berfokus pada efektivitas, strategi, dan komodifikasi konten (Ummah, 2023; Arifin, 2019). *Ketiga*, kajian yang mulai menyentuh AI membahasnya dari sisi hukum Islam dan keputusan lembaga, misalnya tinjauan penggunaan AI dalam pendidikan dan dakwah menurut keputusan Tarjih Muhammadiyah (Izzah dkk., n.d.), serta perancangan sistem verifikasi fakta berbasis tabayyun dan fatwa MUI di era AI (Hastuti dkk., 2026). Sejauh penelusuran penulis, belum ditemukan kajian yang secara khusus menilai AI dalam pembuatan

materi dakwah melalui tiga aspek fikih dakwah (validitas substansi, etika penyampaian, otentisitas sumber) sekaligus menurunkannya ke fungsi manajemen dakwah.

Kesenjangan penelitian (*research gap*) tersebut dijawab melalui dua kebaruan (*novelty*): (1) kerangka tinjauan fikih dakwah atas penggunaan AI yang dipetakan pada tiga aspek dan tiga tingkat hukum penggunaan, dan (2) model tata kelola penggunaan AI dalam manajemen dakwah berupa prinsip *human-in-the-loop* dan Uji Kelayakan Konten AI yang diturunkan dari ketentuan fikih.

Penelitian ini bertujuan menjawab dua rumusan masalah: (1) bagaimana tinjauan fikih dakwah terhadap penggunaan AI dalam pembuatan materi dakwah, khususnya dalam aspek validitas substansi, etika penyampaian, dan otentisitas sumber hukum Islam; dan (2) bagaimana implikasi pemanfaatan AI terhadap efektivitas fungsi manajemen dakwah (perencanaan, produksi, distribusi, dan pengendalian kualitas) di era digital kontemporer.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kepustakaan (*library research*) dan pendekatan normatif. Pendekatan normatif dipakai untuk menelaah dalil dan ketentuan hukum Islam, sedangkan pendekatan kualitatif dipakai untuk menafsirkan implikasinya terhadap praktik manajemen dakwah. Penelitian ini bersifat konseptual-normatif sehingga tidak melibatkan pengujian lapangan.

Sumber data terdiri atas tiga kelompok. *Sumber primer* meliputi Al-Qur'an, hadis dalam Shahih al-Bukhari dan Shahih Muslim, serta teks Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017. *Sumber pendukung* meliputi kitab kaidah fikih dan maqashid syariah, yaitu *Al-Asybah wa al-Nazha'ir* karya al-Suyuthi dan *Al-Muwafaqat* karya al-Syathibi. *Sumber sekunder* meliputi artikel jurnal ilmiah tentang fatwa media sosial, tabayyun, manajemen dakwah digital, dan pemanfaatan AI dalam dakwah, serta pernyataan resmi pengurus MUI yang dimuat media massa sebagai data pendukung kontekstual.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga langkah: (1) penentuan kata kunci, yaitu "fikih dakwah", "kecerdasan buatan dakwah", "fatwa MUI media sosial", "tabayyun", "manajemen dakwah", dan "dakwah digital"; (2) penelusuran pada basis data jurnal nasional (misalnya Garuda dan Google Scholar) serta laman lembaga; dan (3) seleksi literatur berdasarkan relevansi dengan salah satu rumusan masalah dan kejelasan identitas penerbitan.

Analisis data menggunakan analisis isi (*content analysis*) melalui tiga tahap. Reduksi data memilah dalil, ketentuan fatwa, kaidah fikih, dan temuan literatur yang relevan. Penyajian data mengelompokkan temuan ke dalam tiga aspek fikih dakwah (validitas substansi, etika penyampaian, otentisitas sumber) dan empat fungsi manajemen (perencanaan, produksi, distribusi, pengendalian kualitas). Penarikan kesimpulan dilakukan dengan menurunkan dalil dan kaidah menjadi implikasi praktis. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan dalil, teks fatwa, kitab kaidah, dan kajian terdahulu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kedudukan Hukum AI sebagai Sarana Dakwah

AI termasuk wilayah muamalah dan teknologi, yang menurut kaidah *al-ashl fi al-mu'amalat al-ibahah hatta yadullu al-dalil 'ala al-tahrim* hukum asalnya boleh sampai ada dalil yang mengharamkan (al-Suyuthi, 1983). Dalam dakwah, AI berfungsi sebagai sarana (*wasilah*). Berdasarkan kaidah *li al-wasa'il hukm al-maqashid*, hukum sarana mengikuti hukum

tujuannya. Dakwah merupakan kewajiban sebagaimana perintah QS. Ali 'Imran: 104 agar ada segolongan umat yang menyeru kepada kebaikan, sehingga AI yang dipakai untuk membantu menyampaikan kebenaran dapat bernilai ibadah, dan AI yang dipakai untuk memproduksi konten terlarang menjadi terlarang.

Kesimpulan ini sejalan dengan pandangan bahwa media sosial dan teknologi digital pada umumnya dibolehkan sebagai sarana dakwah dengan memperhatikan etika dan norma (Khoirunnisa dkk., 2024). Namun AI berbeda dari media sosial biasa karena ia tidak hanya menyalurkan pesan, tetapi ikut *menyusun* pesan. Perbedaan ini menggeser pertanyaan fikih dari "bolehkah memakai AI?" menjadi "sampai batas mana AI boleh ikut menyusun isi dakwah, dan siapa yang bertanggung jawab atasnya?". Pertanyaan tersebut dijawab melalui tiga aspek berikut.

Rumusan Masalah 1: Tinjauan Fikih Dakwah terhadap Penggunaan AI

a. Validitas substansi

Validitas substansi menyangkut kebenaran isi dakwah: ayat, hadis, hukum, dan penalarannya. Allah SWT memerintahkan pemeriksaan berita: "Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya..." (QS. al-Hujurat [49]: 6). Ayat ini menjadi dasar kewajiban verifikasi yang dalam Fatwa MUI Nomor 24 Tahun 2017 dirinci pada pemastian sumber, isi, dan konteks informasi (MUI, 2017). Prinsip yang sama berlaku bagi keluaran AI. Keluaran tersebut adalah informasi yang belum terverifikasi, sehingga wajib diperiksa sebelum disampaikan, bukan diterima begitu saja karena tampak fasih.

QS. al-Isra' [17]: 36 melarang mengikuti sesuatu yang tidak diketahui ilmunya. Hadis Nabi SAW menyebut seseorang cukup disebut pendusta apabila ia menceritakan semua yang ia dengar (HR. Muslim, Muqaddimah). Peringatan tentang berdusta atas nama Nabi SAW (HR. al-Bukhari) menunjukkan beratnya konsekuensi menyandarkan ucapan kepada beliau tanpa dasar. Karena AI dapat menghasilkan hadis atau kutipan ulama yang tidak ada sumbernya (sering disebut halusinasi), mengutip keluaran AI tanpa pemeriksaan kitab rujukan dan derajat hadis berpotensi masuk pada larangan tersebut, sekalipun tanpa niat berdusta, karena kelalaian verifikasi tetap menjadi tanggung jawab penyampai.

Terdapat pula batas kewenangan. Penetapan hukum (fatwa dan ijtihad) mensyaratkan keilmuan, pemahaman konteks, dan tanggung jawab moral yang melekat pada manusia. Pernyataan pengurus MUI bahwa AI tidak dapat menjadi rujukan hukum agama karena tidak memiliki kesadaran manusia (Detik, n.d.) sejalan dengan batas ini. Dengan demikian AI boleh membantu merangkum, menyusun kerangka, dan menyunting, tetapi tidak boleh menjadi penentu hukum dalam materi dakwah.

b. Etika penyampaian

Etika dakwah dirumuskan dalam QS. al-Nahl [16]: 125, yaitu dengan hikmah, nasihat yang baik, dan bantahan dengan cara terbaik. AI mempengaruhi etika ini pada empat hal.

Pertama, kejujuran dan keterbukaan. Dakwah yang sepenuhnya dihasilkan AI namun disajikan seolah-olah karya pribadi *da'i* menimbulkan persoalan amanah dan kejujuran. Penggunaan AI sebagai alat bantu tidak terlarang, tetapi lembaga perlu menetapkan kapan penggunaan AI wajib diungkapkan, terutama pada materi yang menampilkan suara, wajah, atau gaya bicara yang mirip tokoh tertentu.

Kedua, kehormatan sesama. AI dapat dipakai membuat konten yang merendahkan kelompok tertentu, atau menyebarkan ujaran kebencian secara massal dan otomatis. Hal ini bertentangan dengan larangan mencela dan menggunjing dalam QS. al-Hujurat: 11–12 dan dengan ketentuan Fatwa MUI yang mengharamkan ghibah, fitnah, namimah, perundungan, dan ujaran kebencian (MUI, 2017). Larangan aktivitas buzzer dalam fatwa tersebut, yang berlandaskan larangan tolong-menolong dalam dosa (QS. al-Ma'idah: 2), juga relevan bila AI dipakai memproduksi konten provokatif secara massal.

Ketiga, manipulasi visual dan suara (deepfake). Rekayasa suara atau wajah ulama untuk menyampaikan pesan yang tidak pernah mereka ucapkan merupakan kebohongan dan fitnah, haram sekalipun bertujuan baik, karena Fatwa MUI menegaskan bahwa hoaks tetap haram meskipun bermaksud baik. Visualisasi pribadi yang dimuliakan, khususnya Nabi dan para sahabat, perlu disikapi dengan kehati-hatian tinggi karena banyak ulama kontemporer cenderung melarangnya; lembaga dakwah disarankan merujuk keputusan lembaga fatwa yang diikutinya.

Keempat, privasi dan amanah data. Memasukkan data pribadi *mad'u* (misalnya kisah konsultasi) ke dalam platform AI pihak ketiga berpotensi membuka aib dan melanggar amanah (QS. al-Nisa': 58). Anjuran menutup aib sesama muslim (HR. al-Bukhari dan Muslim) menuntut data semacam itu tidak diunggah ke sistem AI tanpa persetujuan dan penyamaran identitas.

c. Otentisitas sumber hukum Islam

Otentisitas sumber berkaitan dengan keaslian teks Al-Qur'an dan hadis, ketepatan terjemahan, dan keterhubungan dengan otoritas keilmuan. Tradisi keilmuan Islam menjaga otentisitas melalui sanad, *talaqqi*, dan takhrij hadis. AI tidak memiliki sanad dan tidak berguru, sehingga keluarannya tidak dapat diperlakukan sebagai sumber, melainkan hanya sebagai petunjuk awal (*lead*) yang harus dikembalikan ke rujukan asli. Pedoman verifikasi Fatwa MUI yang menekankan pemastian sumber (sanad), isi (matan), dan konteks (MUI, 2017) dapat diterapkan langsung: setiap kutipan dari AI dicocokkan dengan mushaf, kitab hadis, dan kitab ulama yang diakui.

Selain itu, terdapat risiko fragmentasi makna ketika ayat atau hadis dipotong dan disederhanakan untuk format pendek, sehingga konteks dalil hilang. Risiko ini sudah tercatat pada dakwah media sosial dan dapat diperbesar oleh ringkasan otomatis AI. Terjemahan AI juga bisa menggeser makna istilah syar'i, misalnya mengubah konsep fikih menjadi padanan umum yang tidak setara.

d. Pemetaan hukum penggunaan AI

Berdasarkan analisis di atas, penggunaan AI dalam materi dakwah dapat dipetakan pada tiga tingkat berikut.

Tingkat	Bentuk penggunaan	Alasan fikih
Boleh	Brainstorming ide, menyusun kerangka, merangkum teks yang sudah diverifikasi, menyunting bahasa, desain visual non-figural, transkripsi, penjadwalan	Sarana yang mubah; manusia tetap menjamin isi (hukum asal muamalah, li al-wasa'il hukm al-maqashid)
Boleh	Menulis draf naskah ceramah, menerjemahkan teks keagamaan, menyuarakan narasi dengan suara	Wajib verifikasi sumber, telaah syar'i sebelum

bersyarat	sintetis, menjawab pertanyaan jamaah lewat chatbot	tayang, keterbukaan penggunaan AI, dan batasan pada isu hukum
Terlarang	Memproduksi hadis atau dalil tanpa sumber, menetapkan fatwa otomatis tanpa ulama, deepfake ulama, konten hoaks/ujaran kebencian/membuka aib, memasukkan data pribadi mad'u ke sistem tanpa perlindungan	QS. al-Hujurat: 6 dan 11–12; QS. al-Isra': 36; Fatwa MUI No. 24/2017; kaidah al-dharar yuzal

Pemetaan ini adalah hasil analisis penulis dan bukan putusan lembaga fatwa. Karena pedoman resmi MUI tentang AI dilaporkan masih dalam tahap penyusunan (NU Online, n.d.), pembaca perlu mengecek status terbarunya.

Rumusan Masalah 2: Implikasi terhadap Fungsi Manajemen Dakwah

Manajemen dakwah mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan (Munir & Ilaihi, 2006). Untuk konteks AI, penelitian ini menjabarkannya ke dalam empat fungsi operasional: perencanaan, produksi, distribusi, dan pengendalian kualitas.

a. Perencanaan

AI dapat membantu analisis kebutuhan *mad'u* melalui pengolahan data komentar dan tren topik, penyusunan kalender konten, dan perumusan tujuan. Manfaat ini meningkatkan efektivitas karena materi lebih sesuai kebutuhan audiens (Ummah, 2023). Dari sisi fikih, kaidah *al-umur bi maqashidiha* menuntut perencanaan dikaitkan dengan kemaslahatan *mad'u*, bukan semata popularitas atau algoritma. Kajian tentang komodifikasi konten dakwah menunjukkan perlunya kewaspadaan terhadap orientasi komersial (Arifin, 2019); AI yang dilatih mengejar keterlibatan (*engagement*) berpotensi menguatkan orientasi tersebut. Implikasinya, lembaga perlu menetapkan kebijakan penggunaan AI yang memuat tujuan dakwah, jenis materi yang boleh dibantu AI, dan larangan yang tidak boleh dilanggar.

b. Produksi

Pada tahap produksi, AI memberi efisiensi terbesar: draf naskah, desain, penyuntingan video, teks otomatis, dan terjemahan dapat dihasilkan dalam waktu singkat. Efisiensi ini bernilai sepanjang tidak mengorbankan kebenaran. Karena itu produksi diatur dengan prinsip *human-in-the-loop*: AI menghasilkan draf, manusia (penyusun dan penelaah syar'i) memverifikasi, menyunting, dan mengesahkan. Pembagian peran penting agar verifikasi tidak bergantung pada satu orang, serta agar tanggung jawab dapat ditelusuri. Kaidah *dar'u al-mafasid muqaddam 'ala jalb al-mashalih* mengingatkan bahwa kecepatan produksi tidak boleh didahulukan atas pencegahan kerusakan, misalnya dengan menunda konten yang masih diragukan kebenarannya.

Pada tingkat tenaga kerja dakwah, AI mengubah kebutuhan kompetensi. *Da'i* dan admin memerlukan literasi AI (cara memberi perintah, mengenali halusinasi) di samping literasi syar'i. Pembinaan tim yang menggabungkan keduanya mencegah pelanggaran akibat ketidaktahuan.

c. Distribusi

AI memperluas distribusi melalui penjadwalan otomatis, personalisasi pesan, penargetan audiens, dan *chatbot* layanan jamaah. Dari sisi fikih, distribusi harus memperhatikan waktu dan tempat yang tepat, sebagaimana pedoman fatwa dan kaidah *dar'u al-mafasid*: konten yang benar tetapi sensitif dapat ditunda atau dikemas ulang. Penargetan berbasis data pribadi harus menghormati amanah dan privasi. Distribusi massal otomatis juga harus dijaga dari praktik yang menyerupai aktivitas buzzer, yaitu produksi dan penyebaran konten secara masif yang menyerang pihak tertentu. *Chatbot* dakwah perlu diberi batas tegas: menjawab informasi umum yang sudah diverifikasi dan mengalihkan pertanyaan hukum, khususnya yang bersifat pribadi, kepada ustaz atau lembaga fatwa.

d. Pengendalian kualitas

Pengendalian kualitas adalah fungsi yang paling terdampak. Evaluasi tidak cukup mengukur jangkauan dan keterlibatan, tetapi juga kepatuhan syar'i dan kebenaran konten. Penelitian sebelumnya merumuskan Uji Fikih Konten lima pertanyaan dan protokol koreksi untuk konten dakwah digital. Rumusan tersebut dikembangkan di sini menjadi **Uji Kelayakan Konten AI** yang menambahkan dua pemeriksaan khusus AI (sumber dan keterbukaan). Konten dinyatakan layak tayang bila lolos semua pertanyaan.

No.	Pertanyaan	Dasar	Bila tidak lolos
1	Benarkah? Apakah isi, ayat, dan hadis sudah diverifikasi?	QS. al-Hujurat: 6; Fatwa MUI	Tunda dan rujuk penelaah syar'i
2	Otentikkah sumbernya? Apakah dicocokkan dengan mushaf, kitab hadis, dan kitab ulama, bukan hanya keluaran AI?	Pedoman sanad-matan; QS. al-Isra': 36	Hapus kutipan atau cari rujukan asli
3	Bermanfaatkah bagi *mad'u*?	Maqashid; *al-umur bi maqashidiha*	Revisi atau batalkan
4	Tepatkah waktu, tempat, dan cara penyampaiannya?	*Dar'u al-mafasid*; QS. al-Nahl: 125	Atur ulang jadwal atau format
5	Bebaskah dari ghibah, fitnah, aib, ujaran kebencian, dan pelanggaran privasi?	QS. al-Hujurat: 11–12; Fatwa MUI	Hapus atau ubah bagian bermasalah
6	Terbukakah keterlibatan AI dan patuhkah pada aturan agama serta peraturan perundang-undangan?	Prinsip amanah (QS. al-Nisa': 58); Fatwa MUI	Tambahkan keterangan; konsultasi bagian hukum

Bila terjadi kekeliruan, lembaga menjalankan protokol koreksi yang diturunkan dari kewajiban tobat dalam fatwa dan kaidah *al-dharar yuzal*: menurunkan konten, mengumumkan klarifikasi pada kanal yang sama, meminta maaf kepada pihak yang dirugikan, menelusuri penyebab dan memperbaiki prosedur, serta mencatat kejadian sebagai bahan evaluasi.

TASHDIQ
ISSN 3030-8917
Jurnal Kajian Agama dan Dakwah
Vol 19 No 2 Tahun 2026

Matriks Risiko dan Mitigasi

Risiko	Contoh	Mitigasi
Halusinasi dalil	Hadis atau kutipan ulama fiktif dalam naskah	Wajib cek kitab rujukan; telaah syar‘i
Penyimpangan hukum	AI menyimpulkan hukum tanpa dasar	AI tidak dipakai untuk menetapkan hukum; rujuk ulama
Deepfake dan pemalsuan	Suara atau wajah ulama direkayasa	Larangan internal; verifikasi kanal resmi
Bias dan ujaran kebencian	Konten merendahkan kelompok tertentu	Uji Kelayakan Konten; moderasi
Kebocoran data mad‘u	Kisah konsultasi dimasukkan ke AI publik	Larangan input data pribadi; penyamaran identitas
Ketergantungan dan penurunan kapasitas	Da‘i tidak lagi menelaah dalil sendiri	Pembinaan literasi syar‘i dan AI
Orientasi popularitas	Konten dioptimalkan hanya demi engagement	Indikator kinerja memuat kepatuhan syar‘i

Model Tata Kelola Penggunaan AI dalam Dakwah

Berdasarkan pemetaan di atas, tata kelola dirumuskan dalam tiga lapis. *Lapis norma* berisi dalil, Fatwa MUI, kaidah fikih, dan maqashid syariah sebagai sumber penilaian. *Lapis kebijakan* berisi pedoman penggunaan AI, kode etik, dan kontrak kerja sama yang menerjemahkan norma menjadi aturan lembaga. *Lapis praktik* berisi prinsip *human-in-the-loop*, Uji Kelayakan Konten AI, moderasi, dan protokol koreksi. Kaidah *tasharruf al-imam ‘ala al-ra‘iyyah manuthun bi al-mashlahah* memberi dasar bagi pimpinan lembaga menetapkan aturan internal yang lebih ketat daripada ketentuan minimal.

Indikator evaluasi yang diusulkan meliputi proporsi konten yang lolos Uji Kelayakan Konten AI sebelum tayang, jumlah kutipan dalil yang terkoreksi setelah verifikasi, jumlah konten yang ditarik atau dikoreksi beserta waktu penanganannya, tingkat pengaduan, dan cakupan pelatihan literasi AI dan syar‘i bagi tim. Indikator ini melengkapi, bukan menggantikan, indikator jangkauan. Rumusan model dan indikator ini merupakan usulan penulis dan memerlukan pengujian empiris pada lembaga dakwah.

Pembahasan Terpadu

Temuan kedua rumusan masalah saling menguatkan. Tinjauan fikih dakwah (rumusan 1) menghasilkan prinsip bahwa AI adalah sarana yang sah tetapi tidak boleh menggantikan manusia dalam menjamin kebenaran, etika, dan otentisitas. Prinsip ini kemudian menentukan desain manajemen (rumusan 2): efisiensi AI dimanfaatkan pada perencanaan, produksi, dan distribusi, sedangkan kendali mutu syar‘i dipegang manusia. Dengan kata lain, efektivitas manajemen dakwah di era AI tidak diukur dari seberapa banyak materi dihasilkan, tetapi dari

seberapa terjaga kebenaran dan adab dakwah di tengah percepatan produksi. Temuan ini konsisten dengan arah kajian terdahulu bahwa tabayyun tetap menjadi fondasi di era informasi digital, termasuk era AI (Hastuti dkk., 2026; Jazilah dkk., 2026).

KESIMPULAN

Pertama, tinjauan fikih dakwah menunjukkan bahwa AI berstatus sarana yang hukumnya mengikuti tujuan dan caranya. AI boleh dipakai sebagai alat bantu dalam pembuatan materi dakwah, tetapi tidak boleh menggantikan *da'i* dan ulama dalam menjamin validitas substansi, menjaga etika penyampaian, dan memastikan otentisitas sumber. Keluaran AI wajib diverifikasi dengan rujukan primer sebelum disampaikan; konten yang memuat hoaks, deepfake, ujaran kebencian, atau pembukaan aib terlarang.

Kedua, pemanfaatan AI meningkatkan efisiensi fungsi perencanaan, produksi, dan distribusi dakwah, tetapi menuntut penguatan pengendalian kualitas syar'i. Hal ini dapat diwujudkan melalui tata kelola tiga lapis (norma, kebijakan, praktik), prinsip *human-in-the-loop*, Uji Kelayakan Konten AI, dan protokol koreksi. Dengan demikian AI dapat dimanfaatkan secara sah dan efektif selama berada di bawah tata kelola berbasis fikih.

SARAN

Lembaga dakwah disarankan menyusun pedoman penggunaan AI yang memuat batas penggunaan, kewajiban verifikasi, dan keterbukaan, serta membentuk penelaah syar'i untuk konten yang memuat dalil. Pelaku dakwah disarankan meningkatkan literasi AI dan literasi syar'i secara bersamaan. Penelitian selanjutnya disarankan menguji model tata kelola ini secara empiris pada lembaga dakwah, serta mengkaji putusan lembaga fatwa tentang AI yang terbit kemudian.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Bukhari, Muhammad bin Ismail. *Shahih al-Bukhari*. Damaskus: Dar Tauq al-Najah, 1422 H.

Al-Suyuthi, Jalaluddin 'Abd al-Rahman. *Al-Asybah wa al-Nazha'ir fi Qawa'id wa Furu' Fiqh al-Syafi'iyyah*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 1983.

Al-Syathibi, Ibrahim bin Musa. *Al-Muwafaqat*. Dar Ibn 'Affan, 1997.

Arifin, Ferdi. "Mubalig YouTube dan Komodifikasi Konten Dakwah." *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 4, no. 1 (2019): 91–120.

A'yun, Q., dan N. Istiani. "Epistemologi Fikih di Media Sosial (Konstruksi Epistemologis Fatwa Majelis Ulama Indonesia tentang Bermuamalah)." *Risâlah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam* 7, no. 2 (2021): 279–94.

Detik. "Ketua MUI: AI Tak Bisa Dijadikan Rujukan Hukum Agama." *Detik Hikmah*, n.d. https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-8070039/ketua-mui-ai-tak-bisa-dijadikan-rujukan-hukum-agama.

Hastuti, Asmia, dan B. Ruhaya. "Konsolidasi Fatwa MUI dengan Fikih Informasi dalam Merumuskan Etika Bermuamalah di Media Sosial." *Risâlah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam* 9, no. 2 (2023): 731–46. https://doi.org/10.31943/jurnal_risalah.v9i2.371.

Hastuti, Mubarak, I. A., dan Andika, R. "Implementasi Konsep Tabayyun dan Fatwa MUI dalam Perancangan Sistem Verifikasi Fakta Era Kecerdasan Buatan." *Teknosains* (2026). [lengkapi volume, nomor, dan halaman]

Izzah, Imroatul Khuluqi, Muhammad Abdul Aziz, dan Oman Fathurohman SW. "Penggunaan Kecerdasan Buatan dalam Pendidikan dan Dakwah: Tinjauan Hukum Islam dan Keputusan Tarjih Muhammadiyah." [lengkapi nama jurnal, tahun, volume, nomor, dan halaman]

Jazilah, Syarifah Awaliah, Tasmin Tangareng, dan Fakhul Ulum. "Konsep Tabayyun dalam Hadis (Analisis Tematik terhadap Fenomena Informasi Digital Keagamaan)." *Al-Atsar:*

Jurnal Ilmu Hadits 4, no. 1 (2026): 113–29. https://doi.org/10.37397/al-atsarjurnalilmuhadits.v4i1.1334.

Khoirunnisa, Hanna Nurul, dkk. "Media Sosial sebagai Sarana Dakwah: Perspektif Keislaman dan Peralihan dari Masa ke Masa." *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam* 2, no. 4 (2024).

Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Jakarta: Kementerian Agama RI, 2019.

Majelis Ulama Indonesia. *Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 24 Tahun 2017 tentang Hukum dan Pedoman Bermuamalah melalui Media Sosial*. Jakarta: Majelis Ulama Indonesia, 2017.

Majelis Ulama Indonesia. "Kiai Wahfiudin: Umat Islam Harus Antisipasi Kecerdasan Buatan." Laman MUI, n.d. https://mirror.mui.or.id/berita/29783/kiai-wahfiudin-umat-islam-harus-antisipasi-kecerdasan-buatan.

Munir, M., dan Wahyu Ilaihi. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana, 2006.

Muslim bin al-Hajjaj. *Shahih Muslim*. Beirut: Dar Ihya al-Turath al-'Arabi, t.t.

NU Online. "MUI Siapkan Pedoman Pemanfaatan AI untuk Rujukan Keagamaan." n.d. https://nu.or.id/nasional/mui-siapkan-pedoman-pemanfaatan-ai-untuk-rujukan-keagamaan-DHf7z.

Shuhufi, Muhammad, dkk. "Islamic Law and Social Media: Analyzing the Fatwa of Indonesian Ulama Council Regarding Interaction on Digital Platforms." *Samarah: Jurnal Hukum Keluarga dan Hukum Islam* 6, no. 2 (2022): 823–43. https://doi.org/10.22373/sjhk.v6i2.15011.

Syarif, M. I., Kurniati, dan Misbahuddin. "Mediasi Keagamaan MUI dalam Fatwa Nomor 24 Tahun 2017 dan Analisis Maqāṣid al-Syarī'ah di Era Digital." *Bustanul Fuqaha: Jurnal Bidang Hukum Islam* 6, no. 3 (2025): 684–707. https://doi.org/10.36701/bustanul.v6i3.2719.

Ummah, N. H. "Pemanfaatan Sosial Media dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah di Era Digital." *Jurnal Manajemen Dakwah* 11, no. 1 (2023).