

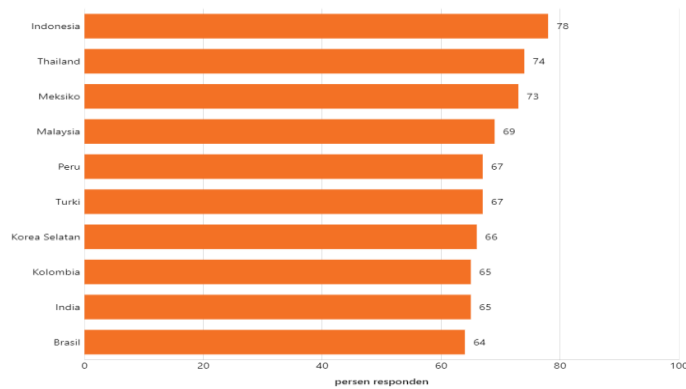
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era digital yang terus berkembang pesat saat ini, teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang dakwah (Nazar, 2023). Untuk menyebarkan ajaran Islam dan nilai-nilai keagamaan kepada masyarakat, dakwah memerlukan pendekatan yang kreatif dan adaptif. Dengan demikian, pendekatan ini memungkinkan dakwah untuk mencapai audiens yang lebih luas dan beragam. Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah memberikan peluang baru bagi dakwah untuk berkembang (Erwan *et.al*,2024). Dalam era ini, salah satu bidang teknologi yang mengalami perkembangan pesat adalah kecerdasan buatan, atau *artificial intelligence* (AI) (Lukman *et al*, 2023).

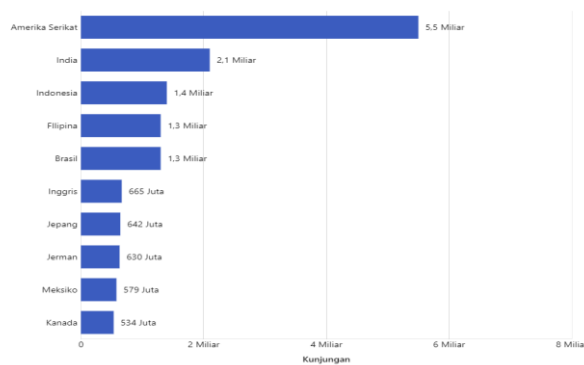
Saat ini *artificial intelligence* (AI) telah menjadi tren global yang berkembang dengan pesat dan diterapkan hampir di seluruh bidang (Winanda Marito, 2024). Perkembangan *artificial intelligence* (AI) di Indonesia telah menunjukkan kemajuan yang signifikan. Negara Indonesia berada di urutan tertinggi dalam mengoptimalkan penggunaan *artificial intelligence* (AI). Hal ini dikarenakan Indonesia merupakan negara yang paling optimis akan manfaat teknologi *artificial intelligence* (AI). Survei Ipsos menemukan bahwa sebanyak 78% orang Indonesia menilai *artificial intelligence* (AI) membawa lebih banyak manfaat daripada kerugian. Selain itu, responden yang paling optimis tentang manfaat AI di seluruh dunia berasal dari kelompok usia Gen Z (62%), laki-laki (58%), berpendidikan tinggi (58%), berpendapatan tinggi (60%), dan berstatus pekerja (57%) (Databoks, 2023)



Gambar 1.1

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/08/03/indonesia-negara-paling-optimistis-akan-manfaat-teknologi-ai>

Menurut catatan dalam laporan WriterBuddy, antara September 2022 hingga Agustus 2023, pengguna internet Indonesia mengunjungi aplikasi *artificial intelligence* (AI) sebanyak 1,4 miliar atau menyumbang 5,60% dari jumlah trafik total. Indonesia berada di posisi ketiga secara global dari segi jumlah kunjungan.. India berada di posisi kedua dengan 2,1 miliar kunjungan per tahun, atau 8,52% dari total kunjungan global. Dan di posisi pertama ditempati oleh Amerika Serikat dengan 5,5 miliar kunjungan atau setara dengan 22,62% dari total kunjungan aplikasi *artificial intelligence* (AI) global (Databoks 2024).



Gambar 1.2

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/31/indonesia-penyumbang-kunjungan-aplikasi-ai-terbanyak-ke-3-di-dunia>

Dalam survei populix, 45% pekerja dan pengusaha di Indonesia telah menggunakan aplikasi kecerdasan buatan atau *artificial intelligence* (AI) untuk meningkatkan produktivitas dan efektivitas pekerjaan mereka. Ini merupakan salah

satu faktor yang mendorong perkembangan *artificial intelligence* (AI) di Indonesia. Sebuah survei yang dilakukan oleh Ipsos menunjukkan bahwa sekitar 75% masyarakat Indonesia menganggap *artificial intelligence* (AI) sangat positif, jauh lebih tinggi dibandingkan dengan eropa yang hanya mencapai angka 37% (Databoks, 2023). Mayoritas responden berasal dari pulau jawa dengan 76%, disusul pulau Sumatra 14%, dan pulau lainnya 10%. Responden berasal dari kelompok usia 17-55 tahun, didominasi oleh kelompok usia 17-15 Tahun sebanyak 51%, disusul kelompok usia 26-35 tahun dengan 33%. (Databoks, 2023)

Data di atas menunjukkan bahwa teknologi *artificial intelligence* (AI) akan semakin terus mengalami kemajuan. Serta, data tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin tertarik dan aktif dalam menggunakan *artificial intelligence* (AI) termasuk bertanya apa pun kepada *artificial intelligence* (AI) salah satunya bertanya tentang keagamaan. Di era digital yang seperti ini, banyak masyarakat terutama generasi muda, yang mengenal *artificial intelligence* (AI) dan menggunakan teknologi *artificial intelligence* (AI) untuk produktivitas pekerjaan mereka (Alfi *et al*, 2024). Karena *artificial intelligence* (AI) memang menjadi kebutuhan mendesak, semakin bertambah pesat jumlahnya karena kemudahahan dan lebih menguntungkan dengan digunakannya perangkat lunak (Klopfenstein *et al*, 2017).

Teknologi *artificial intelligence* (AI) telah menjadi salah satu topik di kalangan ulama dan cendekiawan. Perwakilan organisasi keagamaan Islam telah menunjukkan berbagai tanggapan terhadap *artificial intelligence* (AI) dalam bidang agama. Meskipun pernyataan individu tokoh agama ini bukan pernyataan resmi lembaga, mereka setidaknya digambarkan dalam respons terhadap *artificial intelligence* (AI) (Istya, 2023). Menurut Cholil Nafis, Ketua Komisi Dakwah Pusat MUI, “umat Islam harus dapat memanfaatkan *artificial intelligence* (AI) untuk kepentingan dakwah, membantu mencari solusi keagamaan, dan menjadi teman keseharian yang menguntungkan” (Fuji E, 2021).

Ismail Fahmi mengatakan bahwa Muhammadiyah harus memperhatikan pemanfaatan dan pengembangan kecerdasan buatan (AI) untuk keperluan dakwah

karena banyak santri dan ustadz saat ini menggunakan *artificial intelligence* (AI), salah satunya ChatGPT, untuk mendapatkan informasi tentang Islam (Asna, 2023). Menurut Etin Anwar, Wakil Rais Pengurus Cabang Istimewa Nahdlatul Ulama (PCINU) Amerika-Kanada, “Nahdlatul Ulama harus menjadi penyuplai informasi yang benar agar AI tidak bias dalam memproses informasi keislaman” (Istya, 2023).

Selain pendapat di atas, *artificial Intelligence* (AI) juga menjadi tema utama yang dibahas pada Musyawarah Nasional Alim Ulama Nahdlatul Ulama tahun 2023 pada bulan September lalu. Menjadi pertanyaan utama pada forum tersebut bagaimana hukum mengenai bolehnya bertanya kepada *artificial Intelligence* (AI) yang dalam hal ini untuk dijadikan pedoman atau dipedomani. Di lansir dari NU Online keputusan dari forum tersebut mengatakan bahwa Dilarang atau diharamkan atau tidak boleh memedomani jawaban keagamaan dari *artificial Intelligence* (AI).

Keputusan ini didasarkan pada sejumlah alasan. *Pertama*, kebenaran *artificial Intelligence* (AI) ini belum terjamin, meskipun pengetahuannya mungkin bisa melampaui manusia, ucapan ini disampaikan oleh Khatib Syuriah Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU), “meskipun *artificial Intelligence* (AI) mempunyai kecerdasan yang mungkin bisa melampaui manusia, akan tetapi *Artificial Intelligence* (AI) belum bisa dijadikan objek memohon fatwa karena unsur kebenarannya masih belum bisa dijamin”. *Kedua*, jawaban yang halusinatif atau berhalusinasi dan ketergantungan pada informasi dari *artificial Intelligence* (AI). *Ketiga*, *artificial Intelligence* (AI) masih banyak diproduksi oleh perusahaan-perusahaan digital non-Muslim.

Artificial Intelligence (AI) telah menjadi fenomena baru dan telah mendapatkan tanggapan dari tokoh-tokoh agama yang masih bersikap pro-kontra dan utopian-distopian (Istya, 2023). Di tengah kontroversi ini, sekarang banyak perusahaan teknologi Muslim yang tengah aktif mengembangkan Chatbot AI sebagai sarana untuk memperluas jangkauan dakwah dan pendidikan agama. Chatbot AI telah menjadi salah satu inovasi yang signifikan dalam komunikasi dakwah di era digital saat ini. Chatbot AI adalah program komputer yang dapat mensimulasikan percakapan dengan manusia. Chatbot AI dapat digunakan untuk

berbagai tujuan, termasuk untuk dakwah. Chatbot merupakan program computer berbasis kecerdasan buatan yang memiliki kemampuan untuk meniru suara atau teks manusia (Rawlins, 2016). Dimana chatbot dapat membantu memberikan jawaban atau informasi kepada pengguna.

Dengan penerapan teknologi ini, aplikasi Islam dapat memberikan layanan yang lebih personal dan responsif kepada umat, menjawab pertanyaan seputar agama, memberikan nasihat keagamaan, serta menyediakan bimbingan ibadah secara praktis dan mudah diakses. Meskipun masih terdapat perdebatan seputar penggunaan teknologi AI dalam konteks keagamaan, namun upaya perusahaan teknologi Muslim dalam mengintegrasikan Chatbot AI menunjukkan komitmen untuk memanfaatkan inovasi teknologi demi kebaikan umat dan penyebaran nilai-nilai keislaman yang benar dan positif.

Dalam jurnal Singgih *et al.* (2023) menjelaskan bahwa Chatbot AI memiliki potensi menyediakan informasi dan dapat memberikan umpan balik, chatbot AI juga memberikan aksesibilitas sepanjang waktu dan chatbot dapat memberikan respon yang cepat dan tersedia 24/7. Akan tetapi hal ini akan menimbulkan dampak negatif termasuk potensi ketidakakuratan informasi dan ketergantungan berlebihan pada chatbot. Pengguna *artificial intelligence* (AI) bisa saja ketergantungan pada chatbot termasuk orang yang masih awal belajar agama Islam. Sangat berbeda dengan seseorang yang sudah dibekali agama seperti seorang lulusan pondok pesantren, orang seperti itu hanya akan menggunakan AI untuk bertanya-tanya dan memastikan apakah jawaban *artificial intelligence* (AI) benar atau tidak. Dalam dakwah, chatbot AI harus digunakan dengan hati-hati dan bertanggung jawab, dengan memahami keterbatasannya. Chatbot AI tidak boleh digunakan untuk menggantikan interaksi manusia, tetapi sebagai alat untuk melengkapi dan meningkatkannya.

Pemanfaatan *artificial intelligence* (AI) dengan bentuk chatbot dalam bidang dakwah memang dapat mendukung proses komunikasi dakwah. Chatbot AI memang menjadi alat baru dalam komunikasi dakwah, namun peran *dai* tetaplah penting dalam menyebarkan pesan agama dan membangun hubungan dengan

audiens. Seorang *dai* (komunikator) menyampaikan pesan kepada seorang *mad'u* melalui media tertentu disebut komunikasi dakwah. Fokus komunikasi dan dakwah adalah manusia sebagai subjek dan objek. Peran *dai* dalam menyebarkan nilai-nilai agama akan terkendala jika tidak ada komunikasi yang baik. Para *da'i* menggunakan komunikasi dakwah untuk mengajarkan agama Islam kepada orang lain. Oleh karena itu, dakwah tidak dapat terlepas dari komunikasi karena komunikasi sangat penting untuk dakwah. Serta, komunikasi menjadi alat penting dalam berdakwah (Kamaluddin, 2020).

Transformasi dakwah melalui teknologi ini menciptakan ruang yang lebih inklusif dan interaktif bagi umat Islam dalam memperoleh pemahaman agama. Transformasi dakwah sendiri merupakan proses perubahan yang melibatkan berbagai aspek dalam penyampaian pesan dakwah. Hal ini mencakup adaptasi terhadap perkembangan zaman, sosial, teknologi, dan kebutuhan masyarakat agar pesan dakwah dapat disampaikan secara efektif dan relevan (Awaludin & Fania, 2021). Menurut Annamaria (2021), Ernita berpendapat bahwa transformasi merupakan suatu proses perubahan yang terjadi dengan cepat dan melebihi batas-batas dalam kehidupan sosial, budaya, politik, dan agama yang tak dapat dihindari. Dalam kata lain, transformasi adalah perubahan yang melampaui harapan dan perkiraan yang dapat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia secara signifikan. Transformasi dakwah juga melibatkan pemahaman yang mendalam terhadap nilai-nilai dakwah serta kemampuan untuk mengemas pesan dakwah dalam berbagai bentuk komunikasi yang dapat dijangkau dan dipahami oleh khalayak yang dituju.

Menurut Escobar (2016), teknologi telah menjadi salah satu kebutuhan pokok manusia dan telah mengubah secara signifikan kondisi sosial, terutama dalam bidang komunikasi. Teknologi telah memainkan peran penting dalam mengubah cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain. Teknologi dapat digunakan di banyak bidang kehidupan, termasuk di bidang keagamaan, seperti dakwah. Dakwah yang merupakan suatu ajakan kepada manusia untuk kembali kepada ajaran Allah secara keseluruhan, baik melalui perkataan, tulisan, atau

tindakan. Ini adalah upaya seorang Muslim untuk menerapkan nilai-nilai Islam dalam segala aspek kehidupan mereka, baik dalam kehidupan pribadi, keluarga, maupun masyarakat. Tujuan dari dakwah adalah untuk membentuk masyarakat yang baik dan beradab (Nur, 2023).

Penelitian ini akan membahas bagaimana peran chatbot *artificial intelligence* (AI) dalam komunikasi dakwah dan bagaimana *artificial intelligence* (AI) telah mengubah paradigma dakwah termasuk bagaimana cara *dai* dan pengguna AI dapat mengimbangi dalam penggunaan chatbot AI untuk informasi keagamaan. Untuk memperkuat data penelitian, peneliti akan menggunakan satu chatbot *artificial intelligence* (AI) untuk menjawab rumusan masalah penelitian, sekaligus merekomendasikan chatbot tersebut untuk masyarakat agar dapat mendapatkan informasi yang bersumber. Chatbot *artificial intelligence* (AI) yang digunakan telah dikembangkan oleh perusahaan teknologi muslim yang sudah berkembang lama dalam membangun aplikasi muslim di era digital saat ini.

Penelitian ini membedakan diri dengan penelitian lain dengan menitikberatkan pada peran chatbot *artificial intelligence* (AI) dalam konteks komunikasi dakwah. Sementara banyak penelitian sebelumnya lebih berfokus pada pemanfaatan *artificial intelligence* (AI) dan pengembangan *artificial intelligence* (AI) secara umum, penelitian ini secara khusus mengeksplorasi bagaimana teknologi *artificial intelligence* (AI) yaitu chatbot dapat berperan dalam komunikasi dakwah dengan efektif dalam menyebarkan dakwah dan menjawab pertanyaan masyarakat. Serta bagaimana perubahan paradigma dalam dakwah dengan memanfaatkan chatbot AI.

Penelitian ini penting untuk meneliti peran chatbot AI dalam komunikasi dakwah dan bagaimana perubahan paradigma dalam dakwah termasuk bagaimana *dai* dan pengguna dapat mengimbangi chatbot AI untuk masalah keagamaan. Harapan dari penelitian ini adalah agar dapat memberikan kontribusi penting dalam memahami potensi dan tantangan penggunaan chatbot AI dalam dakwah. Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh masyarakat atau pembaca, para *dai*, ulama, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengembangkan strategi dakwah yang lebih

efektif di era digital. Diharapkan pula penelitian ini dapat memicu penelitian selanjutnya mengenai pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam dakwah.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peran Chatbot Artificial Intelligence (AI) dalam komunikasi dakwah?
2. Bagaimana bentuk-bentuk transformasi dakwah dengan memanfaatkan Chatbot Artificial Intelligence (AI)?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan konsep bagaimana peran Chatbot Artificial Intelligence (AI) dalam komunikasi dakwah.
2. Untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk transformasi dakwah dengan memanfaatkan Chatbot Artificial Intelligence (AI).

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Harapan dari penelitian ini adalah dapat memberikan manfaat yang signifikan dalam pemahaman yang lebih mendalam tentang transformasi dakwah, peningkatan komunikasi melalui Chatbot *artificial intelligence* (AI), serta memberikan kontribusi berharga dalam literatur dakwah dan teknologi. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan referensi bagi mahasiswa dalam pengembangan Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, terutama dalam kajian *artificial intelligence* (AI), serta memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1).

2. Manfaat Praktis

Harapan dari penelitian ini adalah dapat memberikan manfaat nyata dalam implementasi dakwah yang lebih efektif dan efisien melalui pemanfaatan teknologi canggih. Dengan adanya penelitian ini, para praktisi dakwah dan pembaca akan mendapatkan panduan konkret atau jelas dalam pemanfaatan Chatbot *artificial intelligence* (AI), sehingga chatbot AI dapat memberikan nilai tambah atau manfaat bagi praktisi dakwah dan pembaca.

Penelitian ini juga diharapkan menjadi referensi bagi peneliti lain yang tertarik untuk mengambil topik serupa, sehingga dapat mengatasi kekurangan yang mungkin ada dalam penelitian ini.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dikarenakan memakai data kualitatif yang diuraikan secara deskriptif. Penelitian ini juga sering kali disebut sebagai penelitian naturalistic karena dilakukan dalam kondisi alamiah, yang dikenal sebagai pendekatan kualitatif karena data yang dikumpulkan dan analisisnya lebih bersifat kualitatif (Sugiono, 2012). Data deskriptif adalah data yang dikumpulkan dalam bentuk kata-kata atau gambaran daripada angka. Menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan, dan menjawab masalah yang akan diteliti secara lebih rinci adalah tujuan penelitian ini (M. Habibullah, 2023).

Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai fenomena Chatbot *artificial intelligence* (AI) dalam konteks dakwah, yang diselidiki melalui penjelasan dan penafsiran data. Menggunakan metode penelitian deskriptif akan membantu dalam memberikan pemahaman yang lebih lengkap tentang fenomena dakwah dalam era AI atau kecerdasan buatan, serta memberikan landasan untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang ini.

2. Prosedur Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan cara yaitu observasi, studi literatur dan dokumentasi. Mencari informasi dari sumber literatur yang relevan dan fokus pada pengamatan beberapa chatbot *artificial intelligence* (AI) yang sudah dikembangkan oleh aplikasi Islam yang bisa dijadikan alat bantu dalam mengembangkan komunikasi dakwah. Langkah pertama adalah melakukan studi literatur yang mendalam untuk memahami konsep dakwah, teknologi *artificial intelligence* (AI), dan teori-teori yang relevan dalam konteks dakwah.

Langkah kedua yakni observasi dengan fokus pada pengamatan langsung terhadap chatbot *artificial intelligence* (AI) yang telah dikembangkan kemudian menganalisis fitur, fungsi, dan kontribusi *artificial intelligence* (AI) untuk pengembangan komunikasi dakwah. Dan langkah selanjutnya yaitu dokumentasi pada saat melakukan pengamatan maupun studi literatur.

3. Teknik Pengumpulan Data

Berikut adalah teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini:

1. Observasi

Menurut Mertens (2014), observasi merupakan proses pengamatan yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data mengenai perilaku, kegiatan, atau situasi yang diamati secara langsung tanpa meminta informasi dari partisipan. Metode observasi dipilih sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian kualitatif karena peneliti dapat melihat, mendengar, atau merasakan informasi yang ada secara langsung. Metode observasi ini dapat menghasilkan data yang akurat dan detail tentang fenomena yang diamati.

2. Studi Literatur

Menurut Leedy dan Ormrod (2015), studi literatur adalah proses sistematis untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan meringkas

informasi dari berbagai sumber literatur yang berkaitan dengan topik penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi didefinisikan sebagai upaya untuk menemukan data yang diperlukan tentang variabel penelitian dalam bentuk catatan, surat kabar, risalah rapat, dan sumber lainnya (Arikunto, 2002). Peneliti menggunakan berbagai teknik dokumentasi, termasuk identifikasi sumber informasi dan pengumpulan data. Dalam pengumpulan data tentang penggunaan chatbot AI, peneliti menggunakan fitur screenshot/capture sebagai tambahan data.

4. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu observasi, studi literatur, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati interaksi antara chatbot AI dengan pengguna dalam konteks dakwah. Studi literatur dilakukan dengan mempelajari berbagai sumber pustaka yang relevan tentang chatbot AI dan komunikasi dakwah. Dalam proses dokumentasi, data-data yang terkait dengan chatbot AI dan komunikasi dakwah, seperti website, artikel, laporan dan penggunaan chatbot AI dikumpulkan. Untuk analisis data, data yang dikumpulkan akan dianalisis secara kualitatif.