DECODING: Jurnal Mahasiswa KPI
p-ISSN : 2747-2507 | e-ISSN : 2747-2515
Vol.6 No.2, Januari-Juni 2026, 25-38

PARADIGMA JURNALISTIK ISLAM DALAM DAKWAH DIGITAL BERBASIS AI: STUDI KASUS KONTEN ANIMASI DI MEDIA SOSIAL

Ela Indah Dwi Syayekti[1], Alfan Fahmi Al-Faqih[2], Dinar Ayu Chandra Agustin[3*]

[1] Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri, Indonesia
[2] Universitas Muhammadiyah Metro Lampung, Indonesia
[3*] Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri, Indonesia
**Corresponding author.Kediri, Indonesia*
E-mail: dwyzyaelaindah@gmail.com [1)]
alfan170100@gmail.com [2)]
dinaraca28@gmail.com [3)*]

Received 2 April 2026; Received in revised form 13 April2026; Accepted 5 Mei 2026

Abstrak

Perkembangan media digital dan kecerdasan buatan (AI) telah mempengaruhi kegiatan dakwah di media, salah satunya melalui video pendek berbentuk animasi. Perkembangan tersebut diikuti juga dengan tantangan logika viralitas serta bagaimana etika penyampaian pesan keagamaan dijaga, khusunya dalam perspektif etika jurnalistik islam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan paradigma jurnalistik islam dalam dakwah digital berbasis animasi AI pada akun instagram dan tiktok @edumotion.ai. Metode penelitian yang digunakan yaitu studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten dakwah animasi berbasis AI tidak hanya memiliki struktur narasi yang menyerupai pola jurnalistik seperti pembukaan, isi dan penutup, tetapi juga memperlihatkan bentuk baru cara produksi dakwah secara digital. Penggunaan AI membuat narasi dakwah menjadi lebih seragam dan cenderung menyederhanakan makna pesan keagamaan. Dari sisi etika jurnalistik, penelitian ini menemukan bahwa kejujuran sudah mulai ditunjukkan melalui penggunaan rujukan ayat, namun belum diikuti dengan praktik verifikasi dan penyebutan sumber yang lengkap dan jelas. Prinsip amanah dan tanggungjawab sosial terlihat dari adanya pesan moral, namun masih bersifat umum dan belum mendalam. Temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan AI tidak hanya mempercepat produksi konten, tetapi juga berpengaruh pada kalitas dan kedalaman pesan yang disampaikan. Penelitian ini menegaskan pentingnya penggunaan prinsip etika jurnalistik agar konten dakwah tidak hanya menarik dan mudah diakses, tetapi juga tetap akurat, jelas sumbernya dan bertanggungjawab secara sosial.

Kata kunci: Dakwah Digital; Jurnalistik Islam; Kecerdasan Buatan (AI).

Abstract

The development of digital media and artificial intelligence (AI) has influenced da'wah activities in the media, one of which is through short animated videos. This development is also accompanied by challenges regarding the logic of virality and how to maintain the ethics of conveying religious messages, particularly from the perspective of Islamic journalistic ethics. This study aims to analyze the application of the Islamic journalistic paradigm in AI-based digital da'wah (Islamic da'wah) animation on the Instagram and TikTok accounts @edumotion.ai. The research method used is a case study with a qualitative approach. The results of this study indicate that AI-based animated da'wah content not only has a narrative structure resembling journalistic patterns such as an opening, body, and closing, but also demonstrates a new form of digital da'wah production. The use of AI makes the da'wah narrative more uniform and tends to simplify the meaning of religious messages. In terms of journalistic ethics, this study found that honesty has begun to be demonstrated through the use of verse references, but has not been followed by the practice of complete and clear verification and citation of sources. The principles of trustworthiness and social responsibility are evident in the moral messages, but they are still general and indefinite. These findings indicate that the use of AI not only accelerates content production but also influences the quality and depth of the messages conveyed. This research emphasizes the importance of using journalistic ethical principles so that da'wah content is not only interesting and easily accessible, but also remains accurate, has clear sources and is socially responsible.

Copyright ©2026, Universitas Muhammadiyah Metro

Keywords: *Artificial Intelligence (AI); Digital Da'wah; Islamic Journalism.*

This is an open access article under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital saat ini telah mengubah cara manusia berkomunikasi, perubahan tersebut juga terjadi di ranah dakwah. Dakwah yang dulu awalnya di mimbar atau masjid, saat era penyiaran berkembang menjadi dakwah di media massa, dan saat ini dakwah berkembang di media digital. Salah satu platform digital yang memiliki pertumbuhan cepat serta berpotensi menjangkau semua kalangan yaitu Instagram dan tiktok. Platform Instagram dan tiktok menjadi salah satu alat utama untuk menjangkau audiens, dengan cara yang inovatif dan interaktif seperti ragam kreasi video pendek. Instagram dan tiktok menyebarkan berbagai jenis informasi, termasuk dakwah Islam (Ibad, 2025). Instagram dan tiktok hadir dengan memenuhi kebutuhan audiens mendapatkan konten dakwah yang sesuai dengan preferensi. Selain itu, kemudahan aksesibilitas serta fitur-fitur Instagram dan tiktok mendukung penyebaran konten yang lebih luas. Fitur ini turut mendukung penyebaran dakwah dengan jangkauan luas dan menjadikannya platform efektif bagi da'i (Sundari & Sunnah, 2024). Dengan berbagai kemudahan yang disuguhkan, dakwah yang awalnya berbasis mimbar kini bergeser ke platform instagram dan tiktok, diikuti dengan kreasi dan inovasi dari para da'i untuk menarik perhatian audiens.

Seiring dengan perkembangan platform digital tersebut, muncul teknologi baru yang semakin mempengaruhi cara produksi konten dakwah. Kemunculan kecerdasan buatan (AI) menjadi tren baru setelah media sosial berkembang pesat. AI hadir untuk memperkaya konten kreatif di media digital, termasuk dalam bidang dakwah yang memadukan antara visual animasi, teks singkat dan narasi yang menjelaskan keislaman. Bentuk penyajian ini membuat dakwah menjadi lebih sederhana dan mudah dipahami oleh pengguna media sosial (Huda & dkk, 2025). Hadirnya AI ini diharapkan menjadi angin segar dalam dunia dakwah, terutama untuk menjawab kebutuhan audiens yang beragam, serta membuat konten dakwah yang menarik bagi semua kalangan.

Namun, perkembangan ini juga membawa konsekuensi dalam cara konten didistribusikan dan diterima oleh audiens. Perkembangan media digital yang sekarang telah meliatkan kecerdasan buatan (AI) didalamnya membuat media sosial tidak bisa lepas dari algoritma. Hal ini juga berpengaruh terhadap kegiatan dakwah di media digital. Algoritma menciptakan peluang sekaligus tantangan baru bagi para da'i dan organisasi Islam dalam menyampaikan ajaran agama kepada masyarakat luas (Sihabudin et al., 2024). Tantangan yang bisa dirasakan adalah memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan tetap akurat dan sesuai dengan ajaran Islam yang benar karena media sosial memberikan kebebasan kepada siapa saja untuk menyebarkan informasi tanpa filter yang memadahi. Selain itu pesan dakwah harus bersaing dengan berbagai konten lainnya untuk mendapatkan perhatian audiens karena konten yang viral lebih dipercaya daripada konten yang benar. Selanjutnya, polarisasi opini di media sosial di mana pesan dakwah dapat terjebak dalam filter bubble dan kesulitan menjangkau audiens dengan pandangan yang berbeda (Ilham et al., 2025). Oleh karena itu diperlukan

kehati-hatian dalam menyebarkan pesan dakwah di media sosial, selain itu dai harus mempunyai keterampilan dalam membaca algoritma sosial dan mengemas konten sekreatif mungkin agar dapat bersaing dengan konten viral lainnya.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa aspek etika dan kualitas informasi menjadi semakin penting dalam praktik dakwah digital. Namun, kajian yang secara khusus membahas hal ini masih terbatas. Di sisi lain, kajian mengenai dakwah di media sosial berbasis kecerdasan buatan (AI) masih terbatas, terutama dalam perspektif jurnalistik islam. Beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai dakwah dengan menggunakan AI diantaranya: pertama, jurnal penelitian karya yenni batubara berjudul Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) Sebagai Strategi Dakwah: Analisis Peluang dan Tantangan. Hasil Penelitian ini 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. 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 (Batubara, 2024). Kedua, penelitian berjudul Da'wah in The Era of Artificial Intelligence: An Ethical Analysis of Islamic Communication On The Use of AI In The Production of Religious Messages karya Idris Aritonang, Liza Nuarida Ulfah Br. Barus, Rubino. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AI merupakan alat yang efektif untuk membantu dalam berdakwah ketika digunakan sesuai dengan nilai etika islam dan kemanusiaan. Meskipun tanpa kontrol yang baik, dakwah menggunakan AI akan beresiko terhadap integritas, kredibilitas dan esensi spiritual dari komunikasi islam (Aritonang et al., 2026).

Beberapa penelitian sebelumnya menyoroti tentang penggunaan kecerdasan buatan (AI) perspektif etika komunikasi islam dan strategi pemanfaatan AI dalam dakwah islam, namun belum ada yang secara khusus menyoroti tentang bagaimana nilai-nilai seperti kebenaran, tabayyun, amanah, dan tanggungjawab moral ditekankan pada produksi konten dakwah berbasis AI. Oleh karena itu diperlukan perspektif baru yang mampu menjelaskan bagaimana keagamaan seharusnya diterapkan dalam penggunaan media sosial yang berbasis teknologi kecerdasan buatan.

Adapun kebaruan penelitian ini terletak pada upaya integrasi paradigma jurnalistik islam sebagai kerangka analisis terhadap praktik dakwah di media sosial berbasis kecerdasan buatan. Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran bahwa konten dakwah seharusnya juga mengimplementasikan prinsip-prinsip etika jurnalistik islam sehingga dapat memperluas penerapan paradigma tersebut dalam teknologi kecerdasan buatan (AI).

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana praktik dakwah animasi AI di instagram dan tiktok dalam perspektif jurnalistik, serta sejauh mana prinsip jurnalistik islam diimplementasikan dalam akun dakwah yang menggunakan animasi berbasis AI di instagram dan tiktok tersebut.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis studi kasus terhadap fenomena dakwah digital berbasis kecerdasan buatan (AI). Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini berusaha untuk mengkaji bagaimana penerapan prinsip jurnalistik islam seperti kejujuran dan verifikasi diterapkan dalam menyusun konten dakwah menggunakan kecerdasan buatan. Sementara itu metode studi kasus dipilih untuk menganalisis praktik produksi dan penyajian konten dakwah animasi pada platform instagram dan tiktok. Objek penelitian ini adalah konten dakwah animasi pada akun instagram dan tiktok @edumotion.ai, konten yang dianalisis adalah yang menjelaskan tentang tema-tema keislaman. Pemilihan konten dilakukan dengan memilih sejumlah video dengan penonton terbanyak selama tiga bulan terakhir (januari-maret 2026) yang menampilkan animasi dengan penjelasan ayat atau konsep keislaman.

Sumber data primer berasal dari video dakwah animasi AI yang diunggah di instagram dan tiktok pada periode tertentu, sedangkan data sekunder berasal dari buku, jurnal dan literatur akademik lainnya. Teknik pengumpulan data melalui observasi digital dengan mengamati langsung konten video yang dipublikasikan di instagram dan tiktok. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan tangkapan layar, transkrip narasi video serta metadata konten seperti jumlah tayangan dan interaksi pengguna. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis kualitatif interpretatif dengan pendekatan paradigma jurnalistik islam seperti kebenaran informasi, verifikasi dan klarifikasi informasi, amanah dalam penyampaian pesan dan tanggungjawab sosial terhadap audiens. Kerangka analisis ini digunakan untuk melihat sejauh mana konten dakwah berbasis AI di instagram dan tiktok sejalan dengan paradigma jurnalistik islam.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Jurnalistik Islam merupakan proses meliput, mengolah, dan menyebarluaskan berbagai peristiwa dengan muatan nilai Islam serta kaidah jurnalistik. Nilai islam ini berasal dari norma-norma yang bersumber dari Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah SAW (Romli, 2000). Prinsip etika seperti kejujuran, informasi yang dibawa harus valid, bukan dugaan apalagi fitnah, tidak bertujuan untuk menyebarkan keburukan serta aib seseorang tanpa suatu manfaat atau kepentingan yang jelas dan hendaknya ada kroscek dan sikap kritis terhadap sebuah berita (Ardhana, 1995). Prinsip ini tidak hanya berlaku dalam penulisan berita, tetapi juga dalam penyampaian informasi secara luas, termasuk dakwah di media sosial (Kasir & Awal, 2024).

Perkembangan media digital membuat dakwah kini dapat dilakukan melalui berbagai platform seperti media sosial, dengan bentuk konten yang beragam dan mudah diakses. Salah satu perkembangan terbaru adalah penggunaan kecerdasan buatan (AI) dalam produksi konten dakwah, termasuk berbentuk animasi. Teknologi ini memungkinkan penyajian pesan secara lebih visual, singkat, menarik dan menyesuaikan dengan karakteristik audiens yang cenderung menyukai konten cepat dan mudah dipahami. (Fauzi, 2025).

Akun instagram dan tiktok Edumotion.ai merupakan contoh dari konten dakwah digital berbasis animasi yang menggunakan teknologi kecerdasan buatan (AI). Akun instagram dan tiktok ini adalah akun yang mengusung konsep edukasi dan tadabbur

unik yang berbasis animasi dan dibuat menggunakan AI bergaya motion clay. Akun instagram dan tiktok ini tidak secara spesifik melabeli diri sebagai akun dakwah, akan tetapi beberapa postingan di akun tersebut membahas mengenai hubungan antara ayat Al-Qur'an dengan sains, sesuai dengan taglinenya yaitu akun edukasi dan tadabbur unik. Karakteristik utama dari akun instagram dan tiktok edumotion.ai ini pada penyampaian pesan yang bersifat narasi visual, konsep keislaman disederhanakan menjadi animasi yang mudah dipahami. Beberapa postingan yang akan dianalisis pada penelitian ini dengan judul seperti besi dalam Al-Qur'an, tanah dalam Al-Qur'an, babi dalam Al-Qur'an, serigala dalam Al-Qur'an dan ramadhan 2026. Pemilihan kesamaan tema yaitu mengaitkan ayat-ayat Al-Qur'an dengan sains. Melalui analisis terhadap konten-konten tersebut, penelitian ini berupaya mengkaji bagaimana struktur narasi serta kesesuaian dengan prinsip etika jurnalistik islam.

Berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa konten pada akun ini memiliki pola yang konsisten yaitu diawali dengan fenomena atau pertanyaan, dilanjutkan dengan penyebutan ayat Al-Qur'an dan diakhiri dengan penjelsan singkat yang mengaitkan ayat tersebut dengan sains. Penyampaian dilakukan melalui narasi singkat dengan visual animasi, sehingga pesan disederhanakan dan mudah dipahami oleh audiens.

Konten ini memiliki beberapa kelebihan yaitu durasi yang relatif singkat sekitar satu menit membuatnya mudah dikonsumsi oleh pengguna media sosial. Selain itu, penggunaan animasi visual menjadikan konten lebih menarik dan tidak monoton dibandingkan penyampaian teks atau ceramah. Tema yang diangkat juga mengaitkan dengan Al-Qur'an dan sains menimbulkan rasa penasaran dan meningkatkan ketertarikan audiens.

Namun terdapat juga beberapa kelemahan seperti durasi yang singkat membuat penjelasan menjadi sangat sederhana dan cenderung tidak mendalam. Selain itu, narasi yang digunakan seringkali bersifat umum tanpa penjelasan rinci, sehingga berpotensi menimbulkan pemahaman yang terbatas. Visual yang dominan juga lebih menekankan pada daya tarik dibandingkan dengan kelengkapan informasi. Akun ini kuat sebagai media pengantar dan pemantik minat, tetapi belum cukup sebagai sumber penjelasan yang komprehensif.

Struktur Narasi Jurnalistik

Sebuah jurnalistik dasar terbagi menjadi tiga bagian: pada bagian pembuka yang menyampaikan informasi latar belakang, mengenalkan topik yang akan dibahas dan memberikan pengantar mengenai topik tersebut; bagian isi menyajikan semua informasi terkait topik; dan bagian penutup yang memberikan ringkasan dengan merangkum ide utama atau menyertakan beberapa pandangan mengenai topik (Kusuma et al., 2025).

Hasil penelitian dari video yang dianalisis pada akun instagram dan tiktok @edumotion.ai tersebut memiliki pola struktur narasi yang konsisten yaitu terdiri dari pembukaan, isi dan penutup meskipun dengan narasi masing-masing yang sedikit berbeda. Struktur ini menjadi bukti adanya adaptasi pola jurnalistik dalam menyampaikan pesan dakwah berbasis video animasi singkat yang menggunakan kecerdasan buatan (AI). Meskipun berbentuk video pendek, konten-konten tersebut dikemas secara sistematis untuk menarik perhatian, menyampaikan informasi dan memberikan penegasan makna kepada

audiens.

Bagian pembukaan pada konten-konten tersebut menggunakan teknik hook untuk menarik perhatian dan membangun rasa ingin tahu audiens di beberapa detik pertama. Hook merupakan elemen pembuka yang berbentuk visual, kalimat atau pertanyaan 3-5 detik pertama konten untuk menarik perhatian audiens agar tidak scrolling dan menonton/membaca sampai selesai (Tatasari et al., 2025). Pola pembukaan yang ditemukan berbentuk pernyataan retoris, pernyataan reflektif dan konflik naratif. Pada konten "besi dalam Al-Qur'an" dan "tanah dalam Al-Qur'an", pembukaan menggunakan kalimat "tahukah kamu?" kalimat ini menumbuhkan rasa penasaran dan mengarahkan audiens pada informasi baru yang mungkin belum mereka ketahui. Kalimat pertanyaan ini efektif untuk menarik perhatian, menciptakan interaksi serta meningkatkan rasa ingin tahu. Pada konten "babi dalam Al-Qur'an" digunakan pendekatan filosofis untuk mempertanyakan tujuan penciptaan makhluk. Dalam dakwah metode ini dikenal sebagai dakwah bil-hikmah dimana pendekatan ini menekankan pada argumentasi logis dan perenungan mendalam. Pada konten "serigala dalam Al-Qur'an" pembukaan menggunakan konflik naratif berupa tuduhan terhadap hewan yang tidak bersalah. Konflik dalam pembukaan digunakan untuk menciptakan situasi dramatik di mana ketegangan dibangun sejak adegan pertama untuk merepresentasikan tema atau maksud utama yang ingin disampaikan komunikator kepada komunikan. Terakhir konten "ramadhan 2026" menyentuh sisi emosi audiens dengan menghadirkan kemungkinan bahwa ramadhan tahun ini bisa berpotensi menjadi ramadhan terakhir bagi audiens. Variasi pembukaan ini menunjukkan bahwa pembuka tidak hanya berfungsi sebagai pengantar, tetapi juga framing awal dalam membentuk persepsi audiens terhadap sebuah konten dakwah.

Pada bagian isi seluruh konten menunjukan pola penyampaian yang sama yaitu menggabungkan tidak unsur utama yaitu rujukan pada teks Al-Qur'an, penjelasan konseptual atau narasi popular dan penguatan melalui perspektif sains atau realitas empiris. Konten "besi dalam Al-Qur'an" narasi dimulai dengan penjelasan Surat Al-Hadid Ayat 25, dilanjutkan dengan uraian ilmiah mengenai asal usul besi dan diakhiri dengan bahwa informasi ilmiah tersebut telah disebutkan dalam Al-Qur'an. Konten "tanah dalam Al-Qur'an fokus pada makna penciptaan manusia yang berasal dari tanah, hal ini dikaitkan dengan nilai ketaatan dan amal dalam islam. Konten "babi dalam Al-Qur'an" menekankan tidak hanya larangan mengkonsumsi hewan tersebut, tetapi juga menjelaskan peran babi dalam ekosistem, sehingga menghadirkan perspektif yang lebih luas. Konten "serigala dalam Al-Qur'an" lebih bersifat naratif dengan mengangkat kisah dalam surat yusuf. Konten "ramadhan 2026" isi menyoroti kontras keutamaan ibadah dan realitas praktik yang masih biasa. Pola pada bagian isi ini menunjukkan bahwa pesan dari video animasi berbasis kecerdasan buatan (AI) tersebut tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mengandung unsur interpretatif dan persuasif.

Bagian penutup dari seluruh konten yang dianalisis menunjukkan kecenderungan yang seragam dimana konten mangarahkan audiens pada refleksi moral dan spiritual. Penutup tidak hanya berfungsi sebagai rangkuman, tetapi juga penguatan nilai atau pesan dakwah yang ingin disampaikan. Konten "besi dalam Al-

Qur'an" menegaskan bahwa ilmu sains dan agama berjalan beriringan. Konten "tanah dalam Al-Qur'an" mengajak audiens meneladani sifat rendah hati. Konten "babi dalam Al-Qur'an" mengarahkan pada refleksi peran setiap makhluk hidup. Konten "serigala dalam Al-Qur'an" menekankan pentingnya menjaga lisan dan tidak menuduh tanpa bukti. Konten "ramadhan 2026" mengajak audiens untuk menjadikan ramadhan lebih bermakna. Beberapa konten juga menyisipkan ajakan interaksi dan distribusi pesan di media sosial lainnya.

PEMBAHASAN

Analisis Berdasarkan Prinsip Jurnalistik Islam

Kejujuran

Kata amanah diambil dari kata amuna-ya-amanah yang berarti "tidak menipu". Kejujuran dalam Al-Quran juga diungkapkan dengan Shidiq atau istilah bagi orang yang jujur. Perkataan al-shidiq mengacu pada pengertian jujur dalam berkomunikasi, baik lisan maupun tulisan. Dalam jurnalistik, kejujuran dijabarkan melalui prinsip etis, adil, dan berimbang. Tulisan harus disajikan secara tidak memihak, bersumber dari berbagai pihak yang mempunyai kepentingan, penilaian, atau sudut pandang masing-masing terhadap suatu hal berdasarkan prinsip berimbang dan adil (Syarif & Muh Ilham, 2026). Konten dakwah animasi pada akun @edumotion.ai secara umum menunjukkan bahwa konten berupaya menyampaikan pesan yang merujuk pada teks Al-Qur'an manun terdapat beberapa kecenderungan yang perlu dikaji lebih kritis dalam perspektif kejujuran informasi.

Konten besi dalam Al-Qur'an, prinsip kejujuran tampak dari upaya mengaitkan Surat Al-Hadid Ayat 25 dengan penjelasan ilmiah mengenai asal-usul besi. Ayat tersebut ditafsirkan dengan turunnya kita para rasul sebagai pedoman hidup, Allah menciptakan besi sebagai pelengkap kehidupan yang mempunyai kekuatan, hebat dan manfaat bagi manusia. Maksud besi diturunkan dari langit adalah kesamaan unsur kimia dalam meteor yang jatuh dengan unsur kimia di bumi (Kustomo et al., 2022).

Konten tanah dalam Al-Qur'an, prinsip kejujuran relatif terjaga karena narasi tidak memasukkan klaim ilmiah yang berlebihan, tetapi fokus pada makna normatif bahwa manusia diciptakan dari tanah meskipun tidak disebutkan ayat secara eksplisit. Pengaitan langsung asal usul tanah dengan ketaatan dan amal merupakan bentuk interpretasi yang bersifat reflektif sehingga perlu dipahami sebagai pesan moral.



Gambar 1

Konten babi dalam Al-Qur'an berupaya menghadirkan perspektif lebih seimbang dengan menjelaskan bahwa setiap makhluk memiliki fungsi dalam ekosistem. Tampak pada gambar 1 tersebut bagaimana babi hidup berdampingan dengan manusia menggunakan latar hutan. Informasi terkait larangan konsumsi babi yang dikaitkan dengan ayat tertentu harus

disampaikan dengan penjelasan yang yang lebih hati-hati agar tidak menimbulkan pemahaman yang parsial.

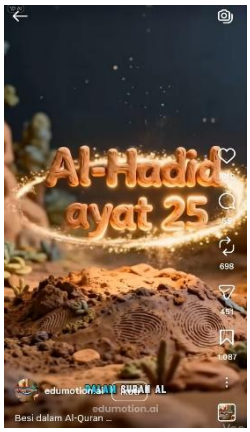
Konten serigala dalam Al-Qur'an, prinsip kejujuran relatif kuat karena hanya menjelaskan terkait Surat Yusuf tanpa menambahkan klaim di luar teks dimana Surat Yusuf Ayat 8-16 menceritakan tentang saudara-saudara Nabi Yusuf membuat kebohongan dengan mengatakan Nabi Yusuf telah dimakan oleh serigala (Hatta, 2009). Konten ini lebih menekankan pada pesan moral tentang bahaya prasangka dan tuduhan tanpa bukti sehingga konten cenderung aman karena tidak melibatkan interpretasi kompleks.

Konten ramadhan 2026 tidak berhadapan langsung dengan teks Al-Qur'an dan keakuratan ilmiah, tetapi kesesuaian pesan dengan ajaran umum islam mengenai kewajiban puasa di bulan ramadhan. Pendekatan emosional tidak dimaksudkan sebagai fakta, tetapi refleksi spiritual.

Prinsip kejujuran dalam konten dakwah animasi berbasis AI ini berada dalam posisi yang cukup terjaga namun belum optimal. Prinsip kejujuran diwujudkan dalam penggunaan rujukan ayat dan niat menyampaikan pesan keagamaan, tetapi tantangannya pada aspek penyederhanaan, generalisasi dan klaim yang kurang disertai konteks karena durasi yang singkat. Konten dakwah berbasis kecerdasan buatan (AI) tetap memerlukan kehati-hatian dalam merumuskan narasi agar keseimbangan daya Tarik komunikasi dan akurasi substansi tetap terjaga.

Verifikasi

Tabayyun tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga spiritual karena menuntut integrasi antara akurasi informasi dan keikhlasan moral, sehingga kebenaran yang dihasilkan bukan hanya benar secara faktual, akan tetapi juga bernilai secara etis dan sosial. Konsep tabayyun dipahami sebagai tanggung jawab moral dalam proses produksi pengetahuan publik. Jurnalis tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai penjaga nilai keadilan dan kehormatan sosial (Sa'dullah, 2025). Dalam konteks dakwah animasi kecerdasan buatan (AI) pada akun instagram dan tiktok @edumotion.ai, prinsip verifikasi menjadi hal yang penting karena konten memadukan teks, keagamaan, interpretasi dan klaim ilmiah dalam format yang sangat ringkas.



Gambar 2

Konten besi dalam Al-Qur'an prinsip verifikasi belum tampak sepenuhnya eksplisit karena rujukan tertulis hanya menggunakan QS Al-Hadid Ayat 25 seperti yang ditunjukkan oleh gambar 2. Ayat ini sebagai penjelasan asal-usul besi dari fenomena kosmik, namun belum disertai tafsirnya. Selain itu penjelasan besi secara ilmiah belum disertai dengan sumbernya. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang disajikan berbentuk simplikasi tanpa menunjukkan proses klarifikasi dan rujukan yang dapat ditelusuri secara detail oleh audiens.

Konten tanah dalam Al-Qur'an, prinsip verifikasi lebih sederhana karena informasi yang disampaikan bersifat umum dan tidak menyebutan ayat atau

literatur tertentu. Pengaitan antara konsep penciptaan manusia dari tanah dengan nilai moral dan ketaatan tidak disertai rujukan ayat dan tafsir secara eksplisit. Sehingga proses verifikasi lebih mengandalkan pada pemahaman secara umum.

Konten babi dalam Al-Qur'an membutuhkan verifikasi yang lebih tinggi karena narasi peran babi dalam ekosistem belum didukung dengan referensi ilmiah. Selain itu ayat terkait larangan konsumsi babi memerlukan konteks fiqih yang lebih detail. Antara ayat dan pembahasan ilmiah tentang babi juga tampak kurang sinkron, sehingga diperlukan proses verifikasi dengan memberikan sumber yang jelas dan sinkronisasi pesan.



Gambar 3

Konten serigala dalam Al-Qur'an prinsip verifikasi relatif terpenuhi karena narasi merujuk langsung pada kisah dalam Surat Yusuf seperti yang ada dalam gambar 3 tanpa menambahkan ayat atau penelitian ilmiah tertentu. Meskipun tidak terdapat tafsir atau konteks ayat tertentu yang ditampilkan, resiko kesalahan dalam konten ini relatif kecil.

Konten ramadhan 2026 lebih fokus pada sifat normatif dan reflektif, tidak ada rujukan ayat dan hadis secara eksplisit sehingga konten ini lebih fokus pada pendekatan persuasif daripada verifikatif.

Analisis prinsip verifikasi menunjukkan bahwa proses tersebut masih tampak secara implisit dan belum terstruktur dengan kuat. Konten cenderung menampilkan informasi secara langsung misalnya hanya ayat tertentu tanpa menyertakan tafsir atau penyebutan referensi ilmiah yang jelas. Dalam praktik dakwah berbasis kecerdasan buatan (AI), penguatan aspek verifikasi menjadi penting guna menjaga kredibilitas dan mengurangi potensi kesalahpahaman.

Amanah dan Tanggung Jawab Sosial

Amanah yaitu jurnalis dan konten dakwah wajib menjaga kepercayaan publik dengan memastikan konten yang disebarkan tidak menimbulkan fitnah atau kerusakan moral di masyarakat (Swahadini et al., 2024). Prinsip amanah berkaitan dengan prinsip tanggung jawab sosial, dimana setiap konten memiliki visi, misi, dan komitmen yang kuat untuk mewujudkan bahwa jurnalistik Islam sebagai tanggung jawab sang Pencipta yang akan dimintai pertanggung jawabannya (Pangesti et al., 2022). Dalam konten ini, amanah dan tanggungjawab sosial dapat dianalisis melalui cara konten mengelola pesan keagamaan, memilih sudut pandang, konstruksi pesan dan pertimbangan dampak sosial dari narasi yang disampaikan.

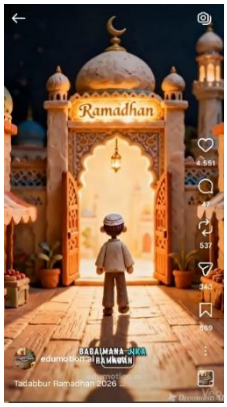
Konten besi dalam Al-Qur'an menyajikan dua sudut pandang mengenai asal-usul besi dari teks Al-Qur'an dan klaim ilmiah. Terdapat upaya membangun keyakinan bahwa ajaran Al-Qur'an selaras dengan ilmu pengetahuan modern yang berpotensi menguatkan keimanan dan rasa kagum terhadap Al-Qur'an. Namun diperlukan kehati-hatian dalam pengaitan antara teks agama dan sains, terlebih dalam

konten tersebut belum disertai tafsir yang mendukung, sehingga audiens cenderung menerima informasi secara singkat dan sederhana tanpa ruang kritis.

Konten tanah Al-Qur'an berfokus pada nilai moral yang bersifat universal seperti kerendahan hati dan kesadaran asal usul manusia. Amanah tercermin dalam menyampaian pesan yang sederhana, relevan dan tidak menimbulkan interpretasi yang berlebihan. Tanggungjawab sosial tercermin dalam penyampaian nilai moral yang mendorong dan menekankan pada kemaslahatan.

Konten babi dalam Al-Qur'an berupaya menyajikan sudut pandang yang seimbang antara positif dan negatif sehingga terdapat upaya mengedukasi audiens memiliki sudut pandang yang banyak, memperluas wawasan dan mendorong sikap yang lebih bijaksana dalam memahami ciptaan Allah. Konten tersebut tidak menyederhanakan penciptaan tuhan namun di sisi lain, ayat tentang larangan yang dikutip tidak disertai dengan konteks fikih yang memadahi. Hal ini dapat menimbulkan potensi audiens memahami sesuai secara parsial.

Konten serigala dalam Al-Qur'an, prinsip amanah terlihat dari kesesuaian alur kisah dalam Al-Qur'an surat yusuf tanpa penambahan klaim yang spekulatif. Pesan yang diangkat juga relevan secara etis sehingga prinsip amanah tercukupi. Prinsip tanggungjawab sosial tercermin dari pesan yang disampaikan berkaitan langsung dengan etika sosial yaitu larangan menuduh tanpa bukti dan pentingnya menjaga lisan serta relevansinya pesan ini dengan kehidupan sehari-hari.



Gambar 4

Konten ramadhan 2026, prinsip amanah tercermin pada tujuan penyampaian pesan yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas ibadah dengan pendekatan emosional sebagai pengingat sebagaimana refleksi yang tampak pada gambar 4. Namun diperlukan kehati-hatian agar tidak menimbulkan tekanan psikologis dan pemaknaan yang berlebihan terhadap realitas kehidupan audiens. Prinsip tanggungjawab sosial tampak dari upaya membangkitkan kesadaran spiritual audiens dan pengingat untuk meningkatkan kualitas ibadah.

Prinsip amanah dalam konten-konten dakwah ini hadir dalam bentuk tanggungjawab moral untuk menyampaikan pesan keagamaan yang bermanfaat, penyampaian pesan-pesan moral, reflektif dan edukatif. Konten tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga bertujuan membentuk cara berpikir dan sikap terhadap nilai keislaman, serta antisipasi dampak jangka panjang. Implementasi perlu diperkuat dengan keseimbangan narasi, perspektif, kedalaman substansi dan kelengkapan konteks.

Analisis Peran AI dalam Produksi Dakwah

Perkembangan kecerdasan buatan

(AI) membawa perubahan yang besar dalam proses produksi konten dakwah di media sosial, termasuk pada akun instagram dan tiktok @edumotion.ai. AI tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu teknis, tetapi juga alat yang membentuk gaya komunikasi, struktur penyampaian pesan dam pengalaman visual yang diterima oleh audiens dan diwujudkan melalui produksi visual dan konstruksi narasi.

Pada aspek visual, akun @edumotion.ai menggunakan animasi AI bergaya motion clay, AI animasi yang akhir-akhir ini sering digunakan dalam konten video. Clay motion merupakan teknolgoi generator video berbasis kecerdasan buatan (AI) yang digunakan untuk menciptakan animasi tanah liat (clay animation atau claymation) secara instan dan otomatis (Herwanto et al., 2026). visualisasi berfungsi untuk mengkonkretkan konsep-konsep abstrak dalam ajaran islam seperti penciptaan manusia dari tanah, proses terbentuknya besi, atau kisah simbolik dalam Al-Qur'an. AI membuat proses produksi lebih efisien, konsisten dan estetik tanpa mengeluarkan sumber daya produksi yang besar. Visual animasi yang sederhana namun ekspresif juga meningkatkan daya tarik konten serta memudahkan audiens dalam memahami pesan yang disampaikan.

Penggunaan AI dalam produksi konten visual berkontribusi dalam pembentukan imajinasi religious audiens,



Gambar 5

misalnya fenomena kosmik pada konten besi dalam Al-Qur'an dimana visual yang ditampilkan adalah animasi manusia, kitab Al-Qur'an, meteor jatuh ke bumi yang memancar membentuk besi serta berbagai peradaban manusia seperti rumah dan jembatan yang dibangun dari besi seperti pada gambar 5.

Tanah dalam Al-Qur'an dimana visual yang ditampilkan adalah kumpulan manusia yang menginjak tanah, ada pancaran cahaya dan tumbuhan yang muncul dari dalam tanah dan tangan manusia yang memegang tanah. Babi dalam Al-Qur'an dimana visual yang ditampilkan adalah babi, kitab Al-Qur'an, aktivitas babi saat di hutan, babi hewan lain serta manusia yang hidup berdampingan dan terakhir adalah wajah manusia yang merenung.



Gambar 6

Serigala dalam Al-Qur'an seperti yang ditampilkan gambar 6 dimana

visual yang ditampilkan adalah serigala yang bingung dengan siluet manusia, baju penuh darah, manusia yang menangis, ayat Al-Qur'an, manusia yang menunjuk-nunjuk ke arah serigala dan terakhir manusia yang menutup mulut seperti menyesali ucapannya. Ramadhan 2026 dimana visual yang ditampilkan adalah manusia memasuki masjid, jam pasir dan kalender, manusia beribadah, timbangan, pintu terbuka dan tangan serta hati yang dikotori dengan warna hitam. hal ini menunjukkan bahwa penggunaan AI tidak hanya merepresentasikan realitas, tetapi juga mengkonstruksi cara audiens membayangkan konsep keagamaan, namun terdapat tantangan penyederhanaan makna yang seharusnya lebih kompleks.

AI juga berperan dalam penyusunan teks, alur cerita dan produksi suara melalui teknologi Text-to Speech (TTS) di mana teknologi berfokus pada konversi teks digital menjadi ucapan alami melalui berbagai jenis teknologi (Yuliani & Sopian, 2025). Narasi dalam konten @edumotion.ai cenderung menggunakan bahasa yang sederhana, ringkas, padat, sesuai dengan karakter media sosial dan dapat dipahami semua kalangan seperti yang tampak pada gambar 5. Namun penggunaan kecerdasan buatan (AI) ini berpotensi mengurangi kedalaman penjelasan, terlihat adanya kecenderungan simplikasi informasi terutama dalam teks Al-Qur'an dan klaim ilmiah. Hal ini menunjukkan bahwa kecerdasan buatan tetap perlu intervensi manusia untuk menjaga akurasi dan kedalaman substansi.

Keunggulan kecerdasan buatan adalah mengikuti perkembangan informasi sehingga dapat mempercepat siklus produksi konten dakwah, mengikuti trend, menyesuaikan topik dengan momentum tertentu, misalnya ramadhan 2026 serta memproduksi gaya konten yang konsisten. Hal ini memperkuat posisi dakwah dalam ekosistem media sosial yang kompetetif dan berbasis algoritma. Dampak negatifnya kecepatan produksi ini berpotensi mengurangi proses refleksi dan verifikasi jika tidak diimbangi kesadaran etis (Suryanti & Apriadi, 2025).

Analisis konten dalam akun instagram dan tiktok @edumotion.ai menunjukkan bahwa AI memiliki peran yang signifikan dalam membentuk wajah baru dakwah digital karena memungkinkan proses penyampaian pesan keagamaan yang lebih menarik, efisien dan mudah diakses, meskipun menghadapi tantangan pnyederhanaan makna dan reduksi kompleksitas ajaran islam. Dalam perspektif jurnalistik islam, penggunaan kecerdasan buatan (AI) dalam dakwah tidak boleh dipandang sebagai pengganti peran manusia, tetapi alat bantu yang harus dikendalikan secara etis agar sejalan dengan prinsip kebenaran, verifikasi, amanah dan tanggungjawab sosial dalam penyampaian pesan keagamaan di ruang digital.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Seluruh konten dalam akun @edu_motion memiliki struktur narasi yang konsisten yaitu pembukaan, isi dan penutup. Etika jurnalistik ditunjukkan melalui beberapa hal, prinsip kejujuran tampak melalui penggunaan rujukan ayat, namun masih terdapat kecenderungan makna. Prinsip verifikasi belum ditampilkan secara eksplisit melalui penyebutan sumber yang jelas. Prinsip amanah dan tanggungjawab sosial tercermin melalui penyampaian pesan moral dan reflektif, meskipun masih memerlukan penguatan dalam aspek kedalaman dan konteks.

Kecerdasan buatan (AI) memvisualisasikan konsep-konsep keagamaan menjadi lebih konkret dan menarik, menyusun narasi yang ringkas dan sistematis. Namun terdapat kecenderungan simplikasi pesan dan percepatan produksi yang berpotensi mengurangi substansi dan proses verifikasi.

Penelitian selanjutnya diharapkan untuk memperluas objek kajian pada berbagai akun dakwah digital menggunakan pendekatan yang berbeda, dengan konten animasi, video ceramah, maupun konten berbasis komunitas. Penelitian juga dapat menyentuh aspek resepsi audiens terhadap konten dakwah sehingga penelitian dapat memberikan sudut pandang tentang dampak dari penggunaan kecerdasan buatan (AI) untuk audiens.

DAFTAR PUSTAKA

Ardhana, S. E. (1995). *Jurnalistik Dakwah*. Pustaka Pelajar.

Aritonang, I., Barus, L. N. U. B., & Rubino. (2026). . Da'wah In The Era of Artificial Intelligence: An Ethical Analysis of Islamic Communication on The Use of AI in The Production of Religious Messages. *At-Thariq*, *10*(1).

Batubara, Y. (2024). Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) sebagai Strategi Dakwah: Analisis Peluang dan Tantangan. *Tadbir*, *6*(1).

Fauzi. (2025). Dakwah Islam dan Artificial Intelligence: Penelitian Atas Pemanfaatan AI dalam Penyebaran Nilai-nilai Islam. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, *4*(2).

Hatta, A. (2009). *Tafsir Al-Qur'an Per Kata; dilengkapi Asbabun Nuzul dan Terjemah*. Maghfirah Pustaka.

Herwanto, H., Sukartiningsih, W., & Hendratno. (2026). Analisis Kebutuhan Video Animasi Clay untuk Pemahaman Teks Naratif. *Jurnal Wahana Pendidikan*, *13*(1).

Huda, S., & dkk. (2025). *Kreasi Dakwah di Era AI: Optimalisasi Penyiaran Islam dengan Kecerdasan Buatan*. Global Aksara Pers.

Ibad, M. N. (2025). Strategi Literasi Dakwah Digital di Era Media Sosial TikTok: Tantangan dan Peluang. *Pelita: Jurnal Studi Islam Mahasiswa UII Dalwa*, *2*(2).

Ilham, Muliana, S., Sihombing, S. M., Rahmitha, S., & Sirait, A. K. (2025). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah di Era Digital. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, *2*(10).

Kasir, I., & Awal, S. (2024). Peran Dakwah Digital dalam Menyebarkan Pesan Islam di Era Modern. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, *11*(1).

Kustomo, Nuha, M. U., Susilowati, M., Aghnia, T. B., & Pradani, H. G. A. W. (2022). Besi Sebagai Unsur Kimia dari Langit: Tinjauan Sains dan Al-Qur'an. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, *17*(2).

Kusuma, A., Anwari, A. T.\Daniarsyah, D., Kulsum, U., Fitria, A., Saroh, S., Nurhalizah, S., & Alfarah, A. G. (2025). Mengenal Jenis-Jenis Karya Tulis Ilmiah dan Jurnalistik. *Arus Jurnal Psikologi Dan Pendidikan*, *4*(2).

Pangesti, S. D., Apriliah, R., Sopiyah, S., Arif, A. A., & Suhayat, Y. (2022). Pandangan Islam dalam Praktik Etika Jurnalistik Menurut Al-Qur'an Surat Saba'. *BUSYRO :*

Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam, *4*(1).

Romli, A. S. M. (2000). *Jurnalistik Praktis untuk Pemula*. Remaja Rosdakarya.

Sa'dullah, M. H. (2025). Tabayyun sebagai Prinsip Etik Jurnalistik Islam: Studi Hukum Islam atas Pemberitaan Pesantren tanpa Riset. *MASADIR: Jurnal Hukum Islam*, *5*(1).

Sihabudin, D., Carles, E., Warsah, I., & Hiptraspa, Z. (2024). Transformasi Dakwah Islam melalui Strategi dan Implementasi di Era Digital. *Jurnal Khabar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, *6*(2).

Sundari, M., & Sunnah, N. (2024). Media Sosial (Tiktok) untuk Memperdalam Ilmu Fiqih melalui Konten Dakwah. *JIS : Journal Islamic Studies*, *2*(2).

Suryanti, P., & Apriadi, E. A. (2025). Kecerdasan Buatan dalam Produksi Konten Jurnalistik: Analisis Etika dan Akurasi Komunikasi Berita Berbasis AI. *Jurnal Media Public Relation*, *5*(1).

Swahadini, Q. R., Faoziyah, S., Ma'mun, S., & Khotimah, N. (2024). Nilai-Nilai Islam dalam Menjaga Etika Jurnalistik di Media Muslim: Studi Suara Islam.id. *Merdeka Indonesia Journal International (MIJI)*, *4*(2).

Syarif, M. A. N., & Muh Ilham, T. (2026). Etika Komunikasi dalam Tinjauan Al-Qur'an dan Hadis. *Kampus Akademik Publising: Jurnal Ilmiah Research Student*, *3*(1).

Tatasari, T., Azzahra, A., Masrur, D. W., & Sesilia, D. (2025). Strategi Hook Kreatif untuk Meningkatkan Jangkauan Konten Digital Bisnis Fashion Luxury Hijab. *Social Sciences Journal (SSJ)*, *3*(2).

Yuliani, S. Y., & Sopian, A. (2025). Integration of AI-Based Text-To Speech Technology in Arabic Listening Skills Learning. *Aphorisme*, *6*(1).