



PERAN DESAIN GRAFIS BERBASIS AI DALAM PENYAMPAIAN PESAN DAKWAH DI MEDIA SOSIAL

Ilham¹, Razak Al Hamsi Sirait², Nur Hasanah³, Cahaya Ariska Sitompul⁴, Suci Rahmitha⁵
Institut Agama Islam Daar Al-Uluum, Asahan Sumatera Utara¹²³⁴⁵

ilham@iaidu-asahan-ac.id

ABSTRAK

Perkembangan dakwah di era digital membawa perubahan signifikan dalam cara dan strategi penyampaian pesan keagamaan. Kajian ini menganalisis transformasi dakwah digital, peran media sosial sebagai ruang dakwah visual, serta kontribusi desain grafis berbasis Artificial Intelligence (AI) dalam mendukung efektivitas komunikasi dakwah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi telah memperluas jangkauan dakwah melalui platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Facebook yang memungkinkan penyebaran pesan secara cepat, luas, dan interaktif. Dakwah tidak lagi terbatas pada ruang fisik, tetapi berkembang menjadi aktivitas virtual yang kreatif, adaptif, dan dapat diakses kapan saja. Desain grafis berbasis AI memiliki peran penting dalam menunjang penyajian dakwah visual. Teknologi AI mampu mengotomasi proses desain, menghasilkan visual generatif yang modern, serta menjaga konsistensi estetika sehingga mempermudah dai dan kreator konten dalam produksi materi dakwah berkualitas tinggi. Karakteristik AI seperti otomatisasi, kemampuan generatif, presisi, dan personalisasi memungkinkan pesan dakwah disampaikan dalam bentuk yang menarik, ringkas, dan mudah dipahami oleh masyarakat digital, khususnya generasi muda. Sementara itu, media sosial berfungsi sebagai ruang dakwah visual yang strategis, memfasilitasi penyebaran konten berbasis gambar, video, infografis, dan ilustrasi. Visualisasi terbukti meningkatkan daya tarik dan efektivitas pesan, sekaligus membuka ruang komunikasi dua arah antara dai dan audiens. Namun, perkembangan ini juga menghadirkan tantangan, seperti risiko misinformasi agama, komersialisasi dakwah, dan ketergantungan pada teknologi AI. Secara keseluruhan, integrasi dakwah digital, media sosial, dan desain grafis berbasis AI memberikan peluang besar bagi penyebaran nilai-nilai Islam secara lebih kreatif, efektif, dan relevan dengan gaya komunikasi masyarakat modern. Dengan pemanfaatan yang bijak dan berbasis nilai-nilai syariah, teknologi dapat menjadi sarana penting untuk memperkuat dakwah yang informatif, inklusif, serta rahmatan lil 'alamin.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Media Sosial, Desain Grafis AI.

ABSTRACT

The development of da'wah in the digital era has brought significant changes in the methods and strategies of delivering religious messages. This study analyzes the transformation of digital da'wah, the role of social media as a space for visual da'wah, and the contribution of AI-based graphic design in supporting the effectiveness of da'wah communication. The results show that digitalization has expanded the reach of da'wah through platforms like Instagram, YouTube, TikTok, and Facebook, allowing messages to be disseminated quickly, widely, and interactively. Da'wah is no longer limited to physical spaces but has evolved into a creative, adaptive virtual activity that can be accessed anytime. AI-based graphic design plays an important role in supporting the presentation of visual da'wah. AI technology can automate the design process, generate modern visuals, and maintain aesthetic consistency, making it easier for preachers and content creators to produce high-quality da'wah materials. AI characteristics such as automation, generative capabilities, precision, and personalization enable da'wah messages to be delivered in an engaging, concise, and easily understood manner for the digital community, especially the younger generation. Meanwhile, social media serves as a strategic visual da'wah space, facilitating the dissemination of content based on images, videos, infographics, and illustrations. Visualization has been proven to increase the appeal



and effectiveness of messages, while also opening up two-way communication between the preacher and the audience. However, this development also presents challenges, such as the risk of religious misinformation, commercialization of da'wah, and dependency on AI technology. Overall, the integration of digital da'wah, social media, and AI-based graphic design provides great opportunities for spreading Islamic values in a more creative, effective, and relevant way to the communication style of modern society. With wise utilization based on Sharia values, technology can become an important means to strengthen preaching that is informative, inclusive, and a mercy to all worlds.

Keywords: Digital Da'wah, Social Media, AI Graphic Design

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam kegiatan dakwah. Dakwah sebagai proses penyampaian pesan ilahi kepada masyarakat kini tidak hanya dilakukan melalui mimbar, pengajian, atau kegiatan keagamaan secara langsung, melainkan juga memanfaatkan media sosial sebagai ruang dakwah yang lebih luas, cepat, dan efektif. Di era modern ini, media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube menjadi sarana strategis bagi para dai, lembaga keagamaan, maupun konten kreator muslim dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman kepada audiens yang beragam. Kondisi ini menuntut adanya inovasi dalam penyajian pesan dakwah agar lebih mudah diterima, menarik perhatian, serta relevan dengan kebutuhan masyarakat digital. (Zahra & Pratiwi, 2024). Salah satu bentuk inovasi yang berkembang pesat adalah penggunaan desain grafis berbasis *Artificial Intelligence* (AI). Teknologi AI telah menghadirkan beragam kemudahan dan peluang baru dalam proses pembuatan konten visual, seperti poster dakwah, infografis, ilustrasi, serta konten multimedia lainnya. Melalui kemampuan AI dalam menghasilkan desain secara cepat, presisi, dan variatif, para pendakwah maupun kreator konten dapat menyajikan pesan dakwah dengan tampilan yang lebih estetik, komunikatif, dan sesuai dengan karakter audiens generasi digital. (Negoro et al., 2024) Tidak hanya itu, AI juga memungkinkan personalisasi desain berdasarkan tren, preferensi audiens, maupun gaya visual tertentu sehingga pesan dakwah dapat tampil lebih relevan dan mudah dipahami. (Hasanah & Sos, 2025)

Penggunaan desain grafis berbasis AI dalam dunia dakwah memiliki sejumlah peran penting. Pertama, AI membantu mempercepat proses produksi konten visual sehingga dakwah dapat disampaikan secara konsisten dan berkelanjutan. Kedua, teknologi ini mendukung efektivitas komunikasi melalui visual yang menarik dan mudah diingat. Ketiga, desain berbasis AI mampu meningkatkan jangkauan pesan dakwah karena lebih mudah mendapatkan perhatian di tengah tingginya arus informasi di media sosial. Selain itu, konten dakwah yang dikemas melalui desain visual modern dinilai lebih sesuai dengan preferensi generasi milenial dan Gen Z yang cenderung menyukai konten singkat, visual, dan interaktif. (Pertiwi et al., 2025). Peran desain grafis berbasis AI menjadi sangat strategis dalam penguatan dakwah di media sosial. Integrasi antara teknologi dan syiar Islam memberikan peluang besar bagi penyebaran nilai-nilai keislaman secara kreatif, inklusif, dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Studi mengenai peran ini menjadi penting untuk memahami bagaimana teknologi dapat dimanfaatkan secara optimal untuk dakwah yang efektif sekaligus tetap sejalan dengan prinsip-prinsip ajaran Islam. (Annafsa et al., 2025)



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*library research*) dan analisis konten (*content analysis*) untuk mengkaji perkembangan dakwah di era digital, peran desain grafis berbasis *Artificial Intelligence* (AI), serta pemanfaatannya dalam penyampaian pesan dakwah melalui media sosial. Metode ini dipilih karena objek kajian berupa fenomena digital, konten visual, serta literatur ilmiah yang dapat dianalisis secara mendalam tanpa memerlukan data lapangan secara langsung. (Syukur et al., 2025).

Pertama, Pendekatan Penelitian. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, yang bertujuan menggambarkan dan menganalisis fenomena dakwah digital berdasarkan sumber-sumber yang relevan. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami makna, konteks, serta dinamika penggunaan media sosial dan teknologi AI dalam dakwah masa kini.

Kedua, Jenis dan Sumber Data. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder yang diperoleh dari berbagai referensi, seperti; Artikel jurnal nasional dan internasional, Buku dan literatur terkait dakwah digital, media sosial, dan desain grafis, Website resmi, laporan riset digital, serta publikasi lembaga teknologi, Konten media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook yang relevan dengan dakwah visual, dan Dokumentasi penggunaan AI dalam desain grafis seperti Midjourney, DALL-E, Adobe Firefly, dan Canva AI. Data tersebut dipilih karena dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai perkembangan teknologi komunikasi dalam konteks dakwah.

Ketiga, Teknik Pengumpulan Data. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui; Studi Pustaka, yaitu mengumpulkan teori, konsep, dan hasil penelitian terdahulu mengenai dakwah digital, media sosial, dan AI dalam desain grafis, Observasi Konten, yaitu mengamati bentuk-bentuk konten dakwah visual di platform media sosial, dan Analisis Dokumen, yaitu melakukan penelaahan mendalam terhadap pedoman, artikel ilmiah, dan contoh desain grafis berbasis AI. Teknik-teknik tersebut membantu peneliti memahami pola, karakteristik, serta dampak penggunaan AI dalam dakwah modern.

Keempat, Teknik Analisis Data. Penelitian ini menggunakan teknik analisis konten kualitatif, yang meliputi tahapan berikut; Reduksi Data, yaitu memilih data relevan sesuai fokus kajian: perkembangan dakwah digital, karakteristik desain grafis berbasis AI, fungsi media sosial sebagai ruang dakwah, dan peran AI dalam penyampaian pesan dakwah, Penyajian Data, yaitu menyusun hasil temuan dalam bentuk pemaparan sistematis dan tematik berdasarkan empat bagian utama penelitian, dan Penarikan Kesimpulan, yaitu merumuskan makna, dampak, dan implikasi dari fenomena dakwah digital dan penggunaan AI dalam desain grafis.

Kelima, Validitas Data. Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber, yaitu memeriksa data dari berbagai referensi yang berbeda untuk memastikan kesesuaian informasi. Peneliti juga menggunakan cross-checking dengan riset terbaru mengenai perkembangan teknologi AI dan media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Perkembangan Dakwah di Era Digital

Perkembangan dakwah di era digital menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam cara, media, dan strategi penyampaian pesan keagamaan kepada masyarakat. Hasil kajian menunjukkan bahwa era digital telah melahirkan pola dakwah baru yang lebih adaptif, interaktif, dan mampu menjangkau audiens secara luas tanpa batas geografis. Media sosial, platform video, dan aplikasi digital menjadi sarana utama



dalam perkembangan ini, sehingga dakwah tidak lagi terbatas pada ruang fisik, melainkan berlangsung di ruang virtual yang lebih dinamis.(Rani, 2023). Dakwah digital mengalami peningkatan signifikan dalam hal jangkauan dan aksesibilitas. Dengan adanya platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Facebook, pesan dakwah dapat diakses oleh miliaran pengguna di seluruh dunia.(Amir et al., 2025) Hal ini berbeda dengan dakwah konvensional yang mengandalkan majelis taklim atau pertemuan langsung. Dalam konteks ini, dakwah digital memungkinkan siapa pun untuk mendapatkan materi keislaman kapan saja dan di mana saja. Hasil ini menunjukkan bahwa digitalisasi menjadi sarana efektif dalam memperluas distribusi pesan dakwah.

Dakwah di era digital menekankan unsur kreativitas dan inovasi dalam penyajian pesan. Konten dakwah tidak hanya disampaikan melalui ceramah panjang, tetapi dikemas dalam bentuk video pendek, infografis, kutipan ayat, ilustrasi, hingga podcast. Kreativitas konten ini sangat berpengaruh dalam menarik perhatian generasi muda yang cenderung menyukai informasi ringkas dan visual. Selain itu, perkembangan teknologi seperti Artificial Intelligence (AI), editing video otomatis, dan desain grafis digital semakin mempermudah dai dalam menghasilkan konten berkualitas tinggi.(Irawan, 2025). Hasil analisis menunjukkan adanya peningkatan interaktivitas dalam dakwah digital. Berbeda dengan dakwah tradisional yang bersifat satu arah, media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara dai dan jamaah. Audiens dapat mengajukan pertanyaan secara langsung, memberikan tanggapan, atau berdiskusi melalui kolom komentar. Interaktivitas ini memperkuat hubungan spiritual, memfasilitasi klarifikasi ajaran, dan meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap materi dakwah. Keempat, dakwah digital memberi ruang lebih luas kepada beragam aktor untuk terlibat. Tidak hanya ulama atau ustaz formal, tetapi juga pendidik, influencer muslim, dan konten kreator memiliki peran dalam menyebarkan nilai-nilai Islam. Keberagaman ini memperkaya perspektif dakwah, meskipun juga menuntut pengawasan agar informasi tetap sesuai dengan prinsip syariah.

Meskipun demikian, perkembangan dakwah digital juga menghadirkan sejumlah tantangan. Di antaranya ialah penyebaran informasi agama yang tidak terverifikasi, munculnya dai instan tanpa kompetensi, serta potensi komersialisasi konten dakwah. Selain itu, tantangan etika seperti ujaran kebencian atau penyalahgunaan ayat juga menjadi perhatian penting. Oleh karena itu, literasi digital dan penguatan peran lembaga keagamaan dibutuhkan untuk menjaga kualitas dakwah di ruang digital. Secara keseluruhan, perkembangan dakwah di era digital membawa peluang besar dalam penyebaran ajaran Islam secara lebih modern, cepat, dan efektif. Namun, diperlukan kebijaksanaan, pengawasan, serta penguatan kapasitas digital bagi para dai dan masyarakat agar dakwah tetap berkualitas, inklusif, dan berlandaskan nilai-nilai Islam yang rahmatan lil 'alamin.

B. Desain Grafis Berbasis AI – Pengertian dan Karakteristik

Hasil kajian mengenai desain grafis berbasis Artificial Intelligence (AI) menunjukkan bahwa teknologi ini telah membawa perubahan besar dalam dunia desain visual, termasuk dalam produksi konten keagamaan dan dakwah. AI tidak



hanya berfungsi sebagai alat bantu, tetapi juga sebagai sistem yang mampu menghasilkan karya visual secara otomatis melalui proses komputasi yang canggih. Penggunaan AI dalam desain grafis semakin meluas seiring meningkatnya kebutuhan akan konten visual yang cepat, menarik, dan berkualitas tinggi, terutama di platform media sosial.(Reza & Kristanto, 2024)

1. Pengertian Desain Grafis Berbasis AI

Desain grafis berbasis AI merupakan proses pembuatan visual, ilustrasi, tipografi, infografis, dan elemen grafis lainnya yang melibatkan kecerdasan buatan sebagai alat utama atau pendukung. AI bekerja melalui algoritma machine learning dan deep learning yang dilatih untuk mengenali pola visual, menghasilkan bentuk baru, serta mereplikasi gaya tertentu berdasarkan data yang diprosesnya. Dalam praktiknya, AI mampu mengotomasi berbagai tahapan desain, seperti penentuan layout, pemilihan warna, pengeditan gambar, hingga pembuatan ilustrasi kompleks.(Padinga et al., 2024). Aplikasi desain berbasis AI seperti Midjourney, DALL·E, Adobe Firefly, dan Canva AI memungkinkan pengguna membuat desain berkualitas tanpa harus memiliki keahlian profesional. Hal ini menunjukkan bahwa AI turut mendemokratisasi dunia desain grafis, menjadikannya lebih mudah diakses oleh berbagai kalangan termasuk dai, pendidik, lembaga keagamaan, maupun konten kreator digital.

2. Karakteristik Utama Desain Grafis Berbasis AI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain grafis berbasis AI memiliki beberapa karakteristik utama yang membedakannya dari desain manual tradisional.

- a. Automatisasi Proses Kreatif. AI mampu mengambil alih proses kreatif yang biasanya membutuhkan waktu lama. Misalnya, dalam menentukan komposisi, warna, dan gaya visual. Automatisasi ini memungkinkan pembuatan desain yang cepat, efisien, dan konsisten terutama ketika produksi konten membutuhkan jumlah besar dalam waktu singkat.
- b. Kemampuan Generatif yang Tinggi. Salah satu karakteristik terpenting adalah kemampuan AI dalam menghasilkan visual baru berdasarkan perintah teks (*text-to-image*). Fitur generatif ini membuat AI bisa menciptakan gambar unik, infografis modern, atau ilustrasi artistik tanpa harus menggambar secara manual. Hal ini memberikan peluang inovasi yang sangat luas bagi desainer maupun kreator dakwah.
- c. Konsistensi dan Presisi. Algoritma AI dirancang untuk menjaga konsistensi desain, baik dari segi warna, elemen grafis, maupun tata letak. Hasil visual yang dihasilkan cenderung rapi, presisi, dan terstandar sehingga cocok untuk kebutuhan branding dakwah yang membutuhkan identitas visual seragam.
- d. Personalisasi Berdasarkan Tren dan Preferensi. AI mampu mempelajari preferensi pengguna, audiens, dan tren desain yang sedang populer. Dengan demikian, AI dapat menghasilkan visual yang relevan, modern, dan sesuai kebutuhan komunikasi, termasuk penyampaian pesan dakwah yang harus selaras dengan selera generasi digital.
- e. Kemudahan Akses bagi non Desainer. Tidak diperlukan kemampuan teknis tingkat tinggi untuk menghasilkan desain berkualitas melalui AI. Hal ini membuka ruang bagi siapa saja, termasuk dai pemula atau guru, untuk



membuat konten dakwah yang menarik dan profesional.

3. Implikasi dari Karakteristik AI dalam Desain Grafis

Karakteristik-karakteristik tersebut menunjukkan bahwa AI telah merevolusi cara desain dibuat. Di satu sisi, AI memberikan peluang besar untuk mempercepat produksi konten dakwah visual yang kreatif dan relevan. Namun di sisi lain, ia juga menimbulkan tantangan seperti risiko homogenisasi desain, ketergantungan berlebih pada teknologi, dan persoalan hak cipta karya generatif. Secara keseluruhan, hasil pembahasan menegaskan bahwa desain grafis berbasis AI merupakan inovasi penting yang memperluas kemampuan kreatif manusia sekaligus mempermudah penyampaian pesan, termasuk dalam konteks dakwah digital. Integrasi teknologi ini dapat meningkatkan efektivitas komunikasi visual jika digunakan secara bijak, etis, dan tetap berpedoman pada nilai-nilai keislaman.

C. Media Sosial Sebagai Ruang Dakwah Visual

Hasil kajian menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang strategis untuk penyampaian pesan dakwah secara visual. Perubahan pola konsumsi informasi masyarakat yang lebih menyukai konten berbasis gambar, video, dan infografis menjadikan dakwah visual sebagai pendekatan yang semakin relevan di era digital. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai platform komunikasi, tetapi juga sebagai wadah dakwah modern yang mampu menjangkau audiens tanpa batas ruang dan waktu.(Chanra & Tasruddin, 2025).

1. Media Sosial sebagai Lingkungan Dakwah Baru. Berdasarkan hasil analisis, media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube berperan sebagai ruang publik digital yang menyediakan peluang besar bagi para pendakwah. Setiap platform memiliki karakteristik unik yang dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan pesan keislaman. Instagram unggul dalam visual grafis dan foto, TikTok menonjol melalui video pendek yang cepat viral, sedangkan YouTube menjadi wadah video dakwah yang lebih panjang dan mendalam.(Fifi, Muhammad, 2024). Dalam ruang digital ini, pesan dakwah dapat disampaikan dengan beragam format visual, seperti poster hadis, kutipan ayat Al-Qur'an, ilustrasi akhlak, infografis hukum Islam, maupun video ceramah singkat. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah memperluas ruang ekspresi dakwah jauh melampaui batas-batas dakwah tradisional.
2. Pengaruh Kekuatan Visual dalam Dakwah Digital. Hasil kajian menunjukkan bahwa elemen visual memiliki kekuatan komunikatif yang sangat besar dalam menarik perhatian audiens. Konten visual lebih mudah dipahami, cepat dikonsumsi, dan berpotensi besar untuk dibagikan. Di tengah informasi yang padat di media sosial, visual yang menarik dapat membuat pesan dakwah lebih menonjol dan mudah menjangkau banyak pengguna. Elemen visual seperti warna, tipografi, layout, dan ilustrasi menjadi faktor penting dalam membentuk daya tarik pesan dakwah. Infografis yang menjelaskan hukum fikih atau akhlak dalam format ringkas, misalnya, terbukti lebih mudah diterima dibanding teks panjang. Dengan demikian, dakwah visual menjadi jembatan efektif dalam mentransformasikan ajaran Islam ke dalam bentuk yang relevan dengan gaya



komunikasi modern.

3. Interaktivitas dan Partisipasi Audiens. Media sosial tidak hanya menyediakan ruang bagi penyampaian pesan, tetapi juga menghadirkan interaktivitas yang meningkatkan kualitas dakwah. Audiens dapat memberikan komentar, bertanya, atau berdiskusi langsung dengan dai atau kreator konten dakwah. Interaksi ini membangun hubungan dua arah yang sebelumnya sulit dicapai dalam dakwah konvensional. Interaktivitas ini juga memungkinkan para dai menyesuaikan konten berdasarkan kebutuhan jamaah. Misalnya, jika banyak audiens bertanya tentang tema tertentu, kreator dakwah dapat segera membuat konten visual baru untuk menjawab kebutuhan tersebut.
4. Kemudahan Produksi dan Distribusi Konten Dakwah Visual. Kemajuan teknologi, termasuk aplikasi desain dan AI, turut mendukung penyebaran dakwah visual di media sosial. Tools seperti Canva, CapCut, dan Adobe Firefly memudahkan siapa saja membuat desain dakwah yang menarik tanpa memerlukan keahlian profesional. Konten yang sudah dibuat dapat dibagikan hanya dengan satu klik, sehingga penyebaran pesan menjadi lebih cepat dan luas.
5. Tantangan dan Implikasi Penggunaan Media Sosial sebagai Ruang Dakwah. Meski memberikan peluang besar, media sosial juga menghadirkan tantangan, seperti potensi misinformasi agama, penyalahgunaan ayat, hingga kompetisi konten yang ketat. Selain itu, tidak semua visual dakwah memiliki kualitas yang baik dari sisi estetika maupun keilmuan. Karena itu, diperlukan literasi digital dan pemahaman agama yang kuat agar pesan dakwah tetap benar, mendidik, dan menebarkan nilai Islam yang rahmatan lil 'alamin.

D. Peran Desain Grafis Berbasis AI dalam Penyampaian Pesan Dakwah

Hasil kajian menunjukkan bahwa desain grafis berbasis Artificial Intelligence (AI) memiliki peran strategis dalam memperkuat penyampaian pesan dakwah di media sosial. AI yang mampu menghasilkan desain secara otomatis, cepat, dan variatif terbukti memberikan dampak besar terhadap efektivitas dakwah visual, terutama di tengah karakter masyarakat digital yang lebih tertarik pada konten visual dibandingkan teks panjang. (Fauzi, 2025).

1. AI berperan signifikan dalam mempercepat proses produksi konten dakwah. Jika sebelumnya pembuatan poster dakwah, infografis, atau ilustrasi membutuhkan waktu lama dan keahlian khusus, kini AI memungkinkan proses tersebut dilakukan hanya dalam hitungan detik. Hal ini mendukung konsistensi dakwah digital, di mana konten perlu diunggah secara rutin agar tetap relevan dengan perkembangan isu dan tren dakwah.
2. AI membantu meningkatkan daya tarik visual pesan dakwah. Teknologi generatif memungkinkan AI menghasilkan desain yang modern, estetik, dan sesuai dengan tren visual masa kini yang digemari generasi milenial dan Gen Z. Konten dakwah yang dikemas menarik akan lebih mudah mendapatkan perhatian, memicu interaksi, dan berpotensi lebih banyak dibagikan. Dengan demikian, pesan dakwah dapat tersebar lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya besar.
3. AI mendukung penyederhanaan pesan dakwah yang kompleks. Melalui visualisasi seperti diagram, infografis, dan ilustrasi, materi dakwah yang rumit



misalnya hukum fikih, akhlak, atau konsep tauhid dapat disampaikan dengan lebih mudah dipahami. Visual yang informatif membantu audiens menangkap inti pesan dengan cepat, sekaligus meningkatkan pemahaman keagamaan mereka.

4. AI memperkuat branding dakwah digital. Dengan kemampuan menciptakan template visual yang konsisten, AI membantu dai atau lembaga dakwah membangun identitas visual yang mudah dikenali. Konsistensi desain ini berpengaruh terhadap kepercayaan audiens dan profesionalitas akun dakwah di media sosial.

Namun, hasil analisis juga menunjukkan adanya tantangan dalam penggunaan AI, seperti potensi penyalahgunaan konten, kurangnya sensitivitas AI terhadap nilai-nilai syariah, serta risiko ketergantungan pada teknologi. Oleh karena itu, penggunaan AI harus tetap diawasi dengan pemahaman agama yang baik serta evaluasi manual pada setiap konten yang diproduksi. Secara keseluruhan, desain grafis berbasis AI memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah. Jika dimanfaatkan secara bijak dan kreatif, AI dapat menjadi media pendukung yang memperluas jangkauan dakwah dan menjadikannya lebih relevan dengan kebutuhan komunikasi masyarakat digital masa kini.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian terhadap perkembangan dakwah di era digital, desain grafis berbasis AI, serta pemanfaatan media sosial sebagai ruang dakwah visual, dapat disimpulkan bahwa transformasi digital telah membawa perubahan besar dalam strategi penyampaian pesan keislaman. Dakwah tidak lagi terbatas pada ruang fisik, melainkan telah memasuki ruang virtual yang lebih dinamis, terbuka, dan interaktif. Media sosial menjadi panggung utama dalam menyebarkan pesan dakwah secara cepat, kreatif, dan mendunia tanpa batas geografis. Perkembangan dakwah digital menunjukkan peningkatan signifikan dari sisi jangkauan, inovasi bentuk penyampaian, serta intensitas interaksi antara dai dan audiens. Karakteristik masyarakat modern yang lebih menyukai konten visual mendorong munculnya dakwah visual sebagai pendekatan yang lebih efektif. Di sinilah peran desain grafis berbasis AI menjadi semakin penting. Teknologi AI memungkinkan pembuatan konten dakwah yang menarik, profesional, dan konsisten, bahkan oleh pengguna yang tidak memiliki keahlian desain khusus. AI juga mampu mempercepat produksi, menyederhanakan materi dakwah yang kompleks, serta mendukung terciptanya identitas visual dakwah yang kuat.

Media sosial berfungsi sebagai ruang dakwah visual yang memberikan peluang luas bagi para pendakwah untuk memanfaatkan gambar, ilustrasi, video pendek, dan infografis dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman. Selain itu, media sosial menghadirkan interaktivitas yang dapat memperkuat hubungan spiritual dan meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap ajaran agama. Namun demikian, tantangan seperti misinformasi, penyalahgunaan ayat, hingga komersialisasi konten tetap perlu diperhatikan agar dakwah digital tidak keluar dari prinsip syariah. Secara keseluruhan, integrasi dakwah digital, media sosial, dan desain grafis berbasis AI memberikan peluang besar untuk menjadikan dakwah lebih relevan, adaptif, dan mudah diterima berbagai kalangan, khususnya generasi muda. Optimalisasi teknologi yang dibarengi literasi digital, etika dakwah, serta pemahaman keagamaan yang kuat menjadi kunci agar dakwah tetap berkualitas,



berintegritas, dan membawa rahmat bagi seluruh alam. Dengan pemanfaatan teknologi yang bijak, dakwah dapat berkembang menjadi gerakan keislaman modern yang efektif, inklusif, dan berdaya guna dalam membangun masyarakat yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, R. M., Budin, H. Bin, Azhar, A., & Nurul, S. (2025). *Strategi Dakwah di Media Sosial*. 7(1), 70–85.
- Annafsa, Z., Farhan, M. A., Zakiah, R. I., & Siswanto, A. H. (2025). Transformasi Paradigma Filsafat Dakwah: Dari Tradisional Ke Digital. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(6), 606–617.
- Chanra, M., & Tasruddin, R. (2025). Peran media sosial sebagai platform dakwah di era digital: Studi kasus pada generasi milenial. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(1), 872–881. <https://doi.org/10.56338/jks.v8i1.6862>
- Fauzi, F. (2025). Dakwah Islam dan Artificial Intelligence: Penelitian Atas Pemanfaatan AI Dalam Penyebaran Nilai-nilai Islam. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 3702–3709. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1087>
- Fifi, Muhammad, A. (2024). *PERAN MEDIA SOSIAL DALAM DAKWAH ISLAM: ANTARA PELUANG DAN TANTANGAN DI ERA TEKNOLOGI*. 2(1), 58.
- Hasanah, R., & Sos, M. (2025). *Revitalisasi Dakwah Dalam Era Pop Culture Pada Gen Z*. Pena Cendekia Pustaka.
- Irawan, D. (2025). STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH (Studi Analisis Dakwah Tradisional dengan Inovasi Digital). *Sy'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 8(1), 1–16. <https://doi.org/10.37567/syiar.v8i1.3784>
- Negoro, A. T., Murni, E. S., Saptaputra, E. H., Setiyoko, N., Yusa, I. M. M., Nurhadi, N., Siska, S., & Sutarwiyasa, I. K. (2024). *Buku Ajar Desain Grafis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Padinga, E. S., Rahma, H. M., Manalu, I. P., Mudmainah, I. T., Hermawan, M. T., Handoko, M. F., & Sanjaya, R. (2024). *Panduan Praktis Canva AI*. SIEGA Publisher.
- Pertiwi, A. B., Judijanto, L., Ayu, I. K., Riyadh, A., Sujudi, Y., Sumarna, I. B., Rinaldi, M., Satyadharma, I. G. N. W., Astuti, M., & Sari, S. A. (2025). *Desain Komunikasi Visual di Era Revolusi Industri 5.0*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Rani, S. (2023). Transformasi Komunikasi Dakwah dalam Era Digital: Peluang dan Tantangan dalam Pendidikan Islam Kontemporer. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora* (E-ISSN 2745-4584), 4(1), 207–216. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.3513>
- Reza, Y. A., & Kristanto, H. (2024). Perkembangan Teknologi Ai Dalam Desain Grafis: Sebuah Tinjauan Literatur. *Communication & Design Journal*, 1(1), 31–39. <https://ojs.sains.ac.id/index.php/commdes/article/view/9>
- Syukur, A., Aridan, M., & Santoso, A. N. (2025). Dakwah Berbasis Teknologi: Integrasi Media Sosial dan AI dalam Perspektif Sosiologi Dakwah. *SAKALIMA: Pilar Pemberdayaan Masyarakat Pendidikan*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.70211/sakalima.v2i1.225>
- Zahra, F., & Pratiwi, R. A. (2024). Dinamika Dakwah Pada Inovasi Teknologi Digital di Indonesia. *Hikmah*, 18(2), 353–368. <https://doi.org/10.24952/hik.v18i2.12452>

