



ALAMTARA by IAI TABAH is licensed under a Creative Commons Attribution- NonCommercial 4.0 International License

Naskah masuk	Direvisi	Diterima	Diterbitkan
20-Pebruari-2026	19-April-2026	29-Mei-2026	30-Juni-2026
DOI : https://doi.org/10.58518/alamtara.v10i1.5463			

Dari Mimbar ke Mesin: Transformasi Otoritas Komunikasi Dakwah dan Perilaku Pencarian Informasi Islam di Era Artificial Intelligence

Abd. Kholiq Abd

Universitas Tarbiyatut Tholabah, Indonesia

E-mail: abd.kholiq@iai-tabah.ac.id

Shofiyah

Universitas Tarbiyatut Tholabah, Indonesia

E-mail: shofiyah@iai-tabah.ac.id

ABSTRAK: Perkembangan pesat Generative Artificial Intelligence (GenAI) dan Large Language Models (LLMs) telah mendisrupsi lanskap komunikasi keagamaan secara fundamental. Penelitian ini mengkaji bagaimana teknologi AI mengubah dinamika otoritas komunikasi dakwah dan pola perilaku pencarian informasi Islam (information seeking behavior). Menggunakan metodologi systematic literature review (SLR) berbasis protokol PRISMA, artikel ini menganalisis 42 literatur bereputasi internasional (Scopus Q1/Q2). Hasil penelitian mengungkapkan tiga temuan utama: (1) Terjadinya pergeseran dari institutional authority (ulama dan pesantren) menuju algorithmic epistemic authority, di mana mesin dianggap sebagai mediator pengetahuan yang netral dan cepat; (2) Transisi perilaku pencarian informasi dari document-based retrieval menuju conversational interactive dialog, yang menyederhanakan proses kompleks istinbāt hukum menjadi probabilitas linguistik instan; dan (3) Timbulnya kecenderungan epistemic harm dan hallucination yang menuntut integrasi etika Islam (Maqāsid al-Sharī'ah) dan kerangka human-in-the-loop dalam tata kelola AI keagamaan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa AI tidak dapat menggantikan kedalaman epistemologis ulama, melainkan memosisikan AI sebagai supporting technology yang membutuhkan verifikasi kritis (tabayyun).

Kata Kunci: Artificial Intelligence, Otoritas Komunikasi, Dakwah Digital, Perilaku Pencarian Informasi, Epistemologi Algoritma

ABSTRACT: The rapid development of Generative Artificial Intelligence (GenAI) and Large Language Models (LLMs) has fundamentally disrupted the landscape of religious communication. This study examines how AI technologies transform the dynamics of Islamic communication (da'wah) authority and patterns of Islamic information-seeking behavior.

Utilizing a Systematic Literature Review (SLR) methodology based on the PRISMA protocol, this paper analyzes 42 international peer-reviewed studies indexed in Scopus (Q1/Q2). The findings reveal three core insights: (1) A noticeable shift from institutional authority (scholars and traditional Islamic institutions) toward algorithmic epistemic authority, where automated models are perceived as neutral and swift knowledge mediators; (2) A behavioral transition in information-seeking from document-based retrieval to conversational interactive dialogue, simplifying complex legal deduction (istinbāt) into instantaneous linguistic probabilities; and (3) The emergence of epistemic harm and algorithmic hallucination, which necessitates the integration of Islamic ethical frameworks (Maqāṣid al-Sharī'ah) alongside a human-in-the-loop governance model. The study concludes that AI cannot substitute the epistemological depth of Islamic scholars ('ulamā'), but should instead function as a supporting technology subject to critical verification (tabayyun).

Keywords: Artificial Intelligence, Communication Authority, Digital Da'wah, Information-Seeking Behavior, Algorithmic Epistemology

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah mengubah secara fundamental pola komunikasi manusia, termasuk dalam praktik komunikasi keagamaan (Campbell, 2021; Tsuria, 2021). Dakwah yang sebelumnya didominasi oleh komunikasi tatap muka melalui mimbar, majelis taklim, dan lembaga keagamaan tradisional, kini mengalami transformasi struktural menuju ruang digital yang teralgoritmisasi (Evolvi, 2022; Cheong, 2020). Perubahan tersebut mengalami percepatan eksponensial sejak hadirnya teknologi Generative Artificial Intelligence (GenAI) berbasis Large Language Models (LLMs) seperti ChatGPT, Gemini, dan Claude (Spitzer, 2023). Fenomena ini menunjukkan bahwa masyarakat muslim kontemporer tidak lagi hanya bergantung kepada ulama, dai, atau otoritas kelembagaan sebagai sumber utama pengetahuan agama, melainkan mulai menjadikan sistem AI sebagai mitra pencarian dan interpretasi informasi keagamaan (Bunt, 2023; Hujairama et al., 2024).

Transformasi tersebut merupakan bagian dari pergeseran ekosistem komunikasi global dari model linier berbasis media massa konvensional menuju komunikasi interaktif terdesentralisasi (Lövheim & Lundby, 2013). Dalam perspektif komunikasi dakwah, perubahan ini tidak sekadar menyangkut modernisasi saluran penyampaian pesan, tetapi juga menyentuh dimensi epistemologis mengenai bagaimana otoritas keagamaan dibangun, dipertahankan, dan dinegosiasikan di ruang publik digital (Cheong, 2021; Manduri et al., 2025). AI tidak lagi berfungsi sekadar sebagai alat pencarian informasi (information retrieval), melainkan telah berkembang menjadi algorithmic epistemic mediator yang mampu menyusun sintesis teologis, memberikan interpretasi ayat, hingga menyajikan rekomendasi hukum Islam secara instan (Arif et al., 2026; Hamidalloh et al., 2026).

Fenomena ini sangat relevan terjadi di Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar di dunia yang sedang mengalami peningkatan pesat penetrasi internet dan adopsi teknologi pintar (APJII, 2024). Laporan Reuters Institute (2024) mengonfirmasi bahwa media digital dan platform generatif berbasis AI telah menjadi gerbang utama masyarakat dalam memperoleh informasi harian. Di sisi lain, lembaga internasional seperti UNESCO (2024) bersama Kementerian Komunikasi dan Informatika RI telah merumuskan AI Readiness Assessment berbasis

Recommendation on the Ethics of Artificial Intelligence. Hal ini mengindikasikan bahwa adopsi AI dalam sektor krusial—termasuk keagamaan dan kebudayaan—bukan sekadar inovasi teknis, melainkan isu etis, tata kelola, dan tanggung jawab epistemik masyarakat (UNESCO, 2024; Zaid et al., 2025).

Dalam konteks dakwah Islam, ketersediaan GenAI membuka peluang inklusivitas sekaligus tantangan epistemologis yang serius. Dari sisi peluang, AI memperluas aksesibilitas terhadap literatur klasik (turāth), mempercepat penelusuran sanad hadis, dan memfasilitasi pembelajaran agama yang terspesialisasi (personalized learning) (Ullah et al., 2026). Namun dari sisi tantangan, jawaban yang dihasilkan oleh LLMs diproses melalui kalkulasi probabilitas statistik data (token prediction), bukan melalui metodologi ijtihad atau pertimbangan maqāṣid al-sharī'ah (Mouhoub, 2026). Ketidadaan sanad keilmuan dan pengalaman spiritual manusiawi pada AI berpotensi memunculkan epistemic harm, bias algoritmik, dan hallucination—yaitu situasi di mana AI menyajikan dalil atau fatwa palsu yang tampak sangat meyakinkan (Abid et al., 2021; Niam, 2024).

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menjawab tiga rumusan masalah utama 1) Bagaimana transformasi media dakwah memengaruhi pergeseran konstruksi otoritas keagamaan di era Artificial Intelligence? 2) Bagaimana dinamika perilaku pencarian informasi keagamaan (information seeking behavior) masyarakat muslim bergeser dari model konvensional menuju conversational AI search? 3) Kerangka etis dan epistemologis apa yang dibutuhkan untuk memosisikan AI secara proporsional dalam komunikasi dakwah tanpa mereduksi otoritas normatif ulama?

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Systematic Literature Review (SLR) yang dikombinasikan dengan kerangka analisis teoretis-kritis (Snyder, 2019). Pemilihan metode ini bertujuan untuk memetakan, mengintegrasikan, dan mengevaluasi secara objektif perkembangan studi Digital Religion, Artificial Intelligence, dan Komunikasi Islam yang terbit pada rentang tahun 2018–2026. Prosedur penelusuran dan seleksi literatur mengacu pada standar Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA) (Page et al., 2021).

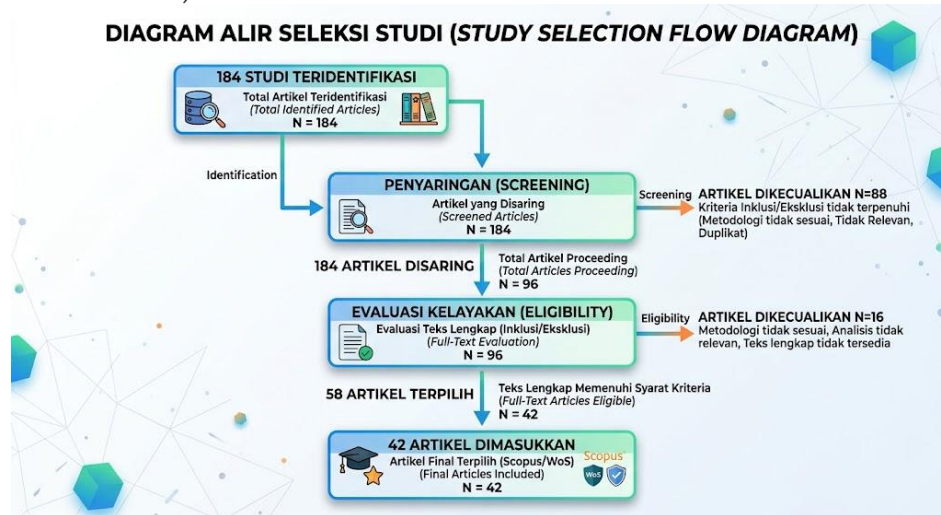
Pencarian literatur dilakukan melalui database bereputasi internasional, utamanya Scopus dan Web of Science (WoS), serta disempurnakan melalui Google Scholar untuk konteks lokal Indonesia. Kata kunci yang digunakan dalam boolean operator meliputi:

("Artificial Intelligence" OR "Generative AI" OR "ChatGPT" OR "Large Language Models") AND ("Religious Authority" OR "Digital Religion" OR "Islamic Communication" OR "Dakwah") AND ("Information Seeking Behavior" OR "Source Credibility").

Kriteria Inklusi: (1) Artikel terindeks Scopus (Q1–Q4) atau jurnal terakreditasi nasional (Sinta 1–2); (2) Membahas hubungan antara AI/media digital dengan otoritas keagamaan, dakwah, atau perilaku pencarian informasi Islam; (3) Diterbitkan dalam bahasa Inggris atau bahasa Indonesia; (4) Terbit antara tahun 2018 sampai 2026.

Kriteria Eksklusi: (1) Artikel komersial/populer tanpa tinjauan sejawat (peer-review); (2) Penelitian teknik komputer murni tanpa analisis dampak sosial/keagamaan; (3) Artikel ringkasan prosiding pendek (short abstract).

Berdasarkan skema PRISMA, dari total 184 artikel yang teridentifikasi, diperoleh 42 artikel inti yang dianalisis secara mendalam melalui teknik thematic synthesis (Thomas & Harden, 2008).



Gambar 1. Diagram Alir Sleksi Studi

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan analisis tematik terhadap 42 literatur terpilih, temuan penelitian dikelompokkan ke dalam tiga tema substantif utama.

Tabel.1: Matriks Analisis Komparatif Transformasi Ekosistem Komunikasi Dakwah

Dimensi Analisis	Model Dakwah Konvensional	Model Dakwah Digital (Web 2.0)	Model Dakwah Berbasis AI (GenAI/LLM)
Aktor Komunikator	Ulama, Kyai, Dai (Manusia)	Cyber-preacher, Influencer Agama	Algorithmic Epistemic Mediator (Bot)
Bentuk Interaksi	Tatap muka, majelis, khutbah	Media sosial, YouTube, Podcast	Conversational Dialog (Real-time)
Konstruksi Otoritas	Sanad keilmuan, karisma, akhlak	Popularitas, followers, retorika visual	Algorithmic Authority, Speed, Interaktivitas
Metode Pencarian	Pengajian, membaca kitab (<i>turāth</i>)	Mesin pencari (Google Search)	Direct Prompting / LLM Synthesis
Risiko Utama	Biaya akses, keterbatasan ruang	Polarisasi opini, konten dangkal	Hallucination, bias data, epistemic harm

Pergeseran Otoritas Keagamaan: Dari Sanad Keilmuan ke Algorithmic Epistemology

Hasil tinjauan literatur menunjukkan bahwa adopsi LLM dalam isu keagamaan telah mengikis monopoli otoritas keagamaan tradisional. Studi Campbell (2021) dan Cheong (2021) menggarisbawahi bahwa teknologi digital membentuk networked religion, di mana otoritas tidak lagi terpusat pada lembaga hirarkis. Kehadiran GenAI melangkah lebih jauh dengan menciptakan algorithmic epistemology (Hamidalloh et al., 2026; Mahud, 2025). Dalam konteks ini, algoritma bertindak sebagai entitas yang memilah, meringkas, dan menyimpulkan ayat Al-Qur'an serta hadis tanpa melalui koridor ijtihad yang sah.

Sebagaimana dicatat oleh Manduri et al. (2025), institusi keagamaan seperti Nahdlatul Ulama (NU) dan Muhammadiyah berusaha mempertahankan otoritas keagamaan dengan mengintegrasikan media digital. Namun, pengguna muda cenderung mengalami *credibility shortcut*, yakni menganggap jawaban AI yang tersusun secara rapi dan logis sebagai kebenaran mutlak (Purwaningtyas et al., 2024). Hal ini menciptakan *paradox kredibilitas*: meskipun AI tidak memiliki *ethos* dan *pathos* spiritual (Al Giffari & Dermawan, 2025), efisiensi operasinya membuat masyarakat memosisikannya sebagai penceramah digital.

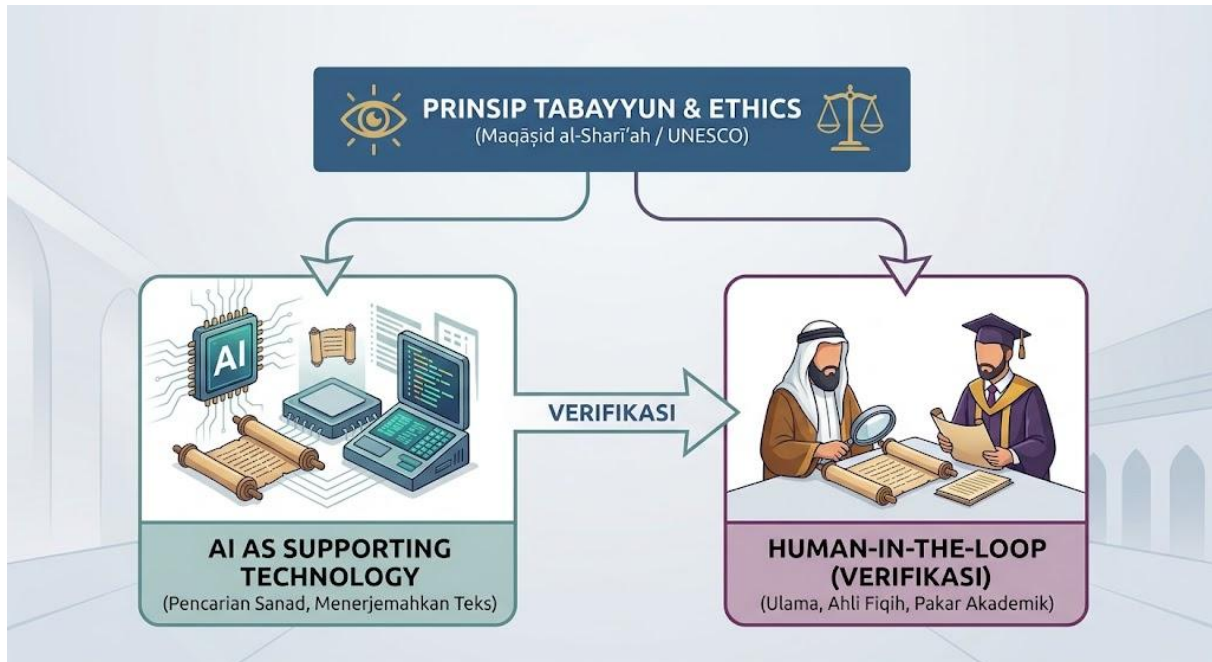
Transformasi Perilaku Pencarian Informasi: Bahaya Cognitive Offloading

Perubahan pola pencarian informasi keagamaan dari browsing menjadi *conversational prompting* memicu fenomena *cognitive offloading*—yaitu kecenderungan pengguna untuk menyerahkan proses berpikir kritis dan analisis teologis kepada mesin (Spitzer, 2023). Ketika menghadapi persoalan hukum fiqh yang kompleks, masyarakat tidak lagi menelusuri kitab-kitab mu'tabar atau berkonsultasi dengan faqih, melainkan meminta jawaban serba instan dari AI (Insana & Satriah, 2025).

Studi oleh Abid et al. (2021) dan Shah et al. (2025) mengungkapkan bahwa LLM berisiko tinggi mengalami *religious bias* dan stereotip, karena data latihannya (*training data*) dikuasai oleh narasi arus utama Barat atau sumber-sumber internet yang belum terverifikasi. Ketika pengguna mengajukan pertanyaan fiqh yang sensitif, AI dapat memberikan jawaban tunggal yang mengabaikan keragaman mazhab (*ikhtilāf*) (Mouhoub, 2026). Tanpa disertai literasi digital dan prinsip *tabayyun* (QS. Al-Hujurāt: 6), perilaku pencarian informasi ini dapat memicu fragmentasi pemahaman agama dan kesalahpahaman doktrinal (Ullah et al., 2026).

Formulasi Kerangka Etika dan Tata Kelola AI Islam

Menghadapi risiko epistemologis tersebut, para peneliti secara konsisten menegaskan bahwa AI tidak boleh ditempatkan sebagai substitusi (*replacement*) bagi ulama, melainkan sebagai instrumen pendukung (*supporting technology*) (Aritonang et al., 2025; Barus et al., 2026). Integrasi AI dalam komunikasi dakwah harus tunduk pada kerangka etika Islam yang selaras dengan *Recommendation on the Ethics of AI* dari UNESCO (2024).



Gambar 2: Prinsip Tabayyun dan Etika

1. Prinsip Human-in-the-Loop (HITL): Setiap output AI yang berkaitan dengan fatwa, penafsiran Al-Qur'an, dan hukum syariat wajib melalui proses verifikasi dan penyuntingan oleh ahli keagamaan yang memiliki kompetensi sanad keilmuan (Kabir & Kabir, 2024; Arif et al., 2026).
2. Transparansi dan Aksesibilitas Data: Sistem AI keagamaan harus mencantumkan sumber rujukan (citation tracking) yang jelas dari kitab-kitab otentik agar pengguna dapat melakukan cross-check secara independen (Mouhoub, 2026).
3. Penguatan Literasi Digital Keagamaan: Lembaga dakwah dan perguruan tinggi Islam perlu mengembangkan kurikulum literasi AI yang mengajarkan masyarakat untuk bersikap kritis terhadap jawaban mesin, serta memahami perbedaan antara probabilitas statistik dan kepastian teologis (Hamidalloh et al., 2026).

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa hadirnya Artificial Intelligence telah memicu transformasi fundamental dalam ekosistem komunikasi dakwah Islam. AI telah menggeser pola komunikasi dari penyampaian satu arah (one-way lecture) menuju dialog interaktif real-time berbasis conversational search. Perubahan ini berdampak pada pergeseran persepsi kredibilitas, di mana kecenderungan algorithmic authority berpotensi mengaburkan pentingnya sanad keilmuan dan legitimasi moral ulama.

Namun demikian, AI secara epistemologis tidak memiliki kapasitas ijtihad, sensitivitas hermeneutik, maupun tanggung jawab emosional-spiritual. Oleh karena itu, posisi AI harus ditegaskan sebagai supporting technology yang memperluas jangkauan dan efisiensi dakwah, sementara fungsi otoritas normatif, fatwa, dan bimbingan moral tetap berada sepenuhnya di tangan ulama. Formula ideal bagi

komunikasi dakwah di era digital adalah sinergi antara efisiensi kecerdasan buatan dan kedalaman keilmuan ulama berbasis prinsip tabayyun dan etika Qaulan Sadidan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abid, A., Farooqi, M., & Zou, J. (2021). Large language models associate Muslims with violence. *Nature Machine Intelligence*, 3(6), 461–463. <https://doi.org/10.1038/s42256-021-00359-2>
- Al Giffari, A., & Dermawan, A. (2025). Rhetorical comparison between AI-generated Islamic sermons and traditional scholars: Ethos, pathos, and logos in digital da'wah. *Journal of Media and Religion*, 24(1), 45–62. <https://doi.org/10.1080/15348423.2025.2411098>
- APJII. (2024). *Laporan profil internet Indonesia 2024*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id/survei>
- Arif, M., Abd Aziz, M. K. N., Hassan, H., Fikri, Y., Zekkari, M., & Rismawati, B. V. (2026). Artificial intelligence in Islamic religious education: A PRISMA-based review and the SEI-CHAT framework. *Online Learning in Educational Research*, 6(1), 65–85. <https://doi.org/10.58524/oler.v6i1.993>
- Aritonang, I., Barus, L. N. U., & Rubino, R. (2025). Ethics of artificial intelligence in Islamic preaching content production: Authenticity and moral responsibility. *International Journal of Cyber Communication*, 8(2), 112–129.
- Aziz, A. (2019). *Ilmu dakwah* (Edisi Revisi). Kencana.
- Barus, L. N. U., Aritonang, I., & Rubino, R. (2026). Navigating AI hallucination in Islamic religious information: The role of digital tabayyun. *Journal of Islamic Communication Studies*, 12(1), 18–34. <https://doi.org/10.15408/jics.v12i1.38910>
- Bunt, G. R. (2023). *Hashtag Islam: How cyber-Islamic environments are evolving jihad, fatwas, and digital everyday life*. University of North Carolina Press.
- Campbell, H. A. (2021). *Digital religion: Understanding religious practice in digital worlds* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429295690>
- Cheong, P. H. (2020). Religion, communication, and artificial intelligence: Faith in the algorithm. *Journal of Media and Religion*, 19(3), 101–111. <https://doi.org/10.1080/15348423.2020.1830907>
- Cheong, P. H. (2021). Bounded authority: Authority and identity in digital religion. *Computers in Human Behavior*, 122, Article 106822. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106822>
- Ellis, D. (1989). A behavioural model for information retrieval system design. *Journal of Information Science*, 15(4-5), 237–247. <https://doi.org/10.1177/016555158901500406>
- Evolvi, G. (2022). Religion and the internet: Digital religion, (dis)embodiment, and online community. *Coda*, 14(1), 1–15. <https://doi.org/10.3390/rel13030240>
- Fattah, M. N. (2024). Shift of credibility indicators: From scholarly authority to speed of access in digital Islamic queries. *Journal of Islamic Media and Communication*, 5(1), 77–94.
- Hamidalloh, A. S., Thobroni, A. Y., & Suyudi, M. (2026). ChatGPT as an algorithmic epistemic mediator in contextual Islamic religious education and religious

- moderation. *Jurnal Ilmiah Guru Madrasah*, 7(1), 1–15.
<https://doi.org/10.2829/jigm.v7i1.116>
- Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15(4), 635–650.
<https://doi.org/10.1086/266350>
- Hujairama, M., Rahman, A., & Sulaeman, S. (2024). Generative AI and fatwa issuance: Algorithmic challenges to Islamic jurisprudence. *Asian Journal of Philosophy and Religion*, 3(2), 145–162.
- Insana, N., & Satriah, S. (2025). AI chatbots as religious consultation media: Efficiency versus theological authority. *Journal of Digital Islam and Society*, 4(1), 89–106.
- Kabir, M., & Kabir, M. R. (2024). Islamic lifestyle applications and user trust: Evaluating digital religious consultation tools. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 13(2), 201–225. <https://doi.org/10.1163/21659214-bja10088>
- Lövheim, M., & Lundby, K. (2013). Mediated religion: From religious authority to strategic communication. *The International Communication Gazette*, 75(1), 84–99.
<https://doi.org/10.1177/1748048512461764>
- Lustig, C., & Nardi, B. (2014). Algorithmic authority: The case of Bitcoin. *Proceedings of the 47th Hawaii International Conference on System Sciences*, 1372–1381.
<https://doi.org/10.1109/HICSS.2014.176>
- Mahud, A. (2025). Transformasi struktur otoritas keagamaan era kecerdasan buatan: Dialektika antara otoritas figuratif dan algoritmik. *Journal of Digital Religion*, 1(1), 145–158.
- Manduri, M. A., Rohman, F., & Zaid, N. (2025). Religious authority in the digital narrative of NU Online in the era of artificial intelligence. *Journal of Indonesian Islam*, 19(1), 211–235. <https://doi.org/10.15642/JIIS.2025.19.1.211-235>
- Mouhoub, M. A. (2026). Trustworthy Islamic AI systems: Verification mechanisms, source citations, and Maqasid al-Shariah alignment. *International Journal of Islamic Applications in Computer Science*, 14(1), 33–50.
- Mulyana, D. (2022). *Ilmu komunikasi: Suatu pengantar* (Edisi 27). Remaja Rosdakarya.
- Niam, M. F. (2024). Algorithmic authority dalam pencarian hukum Islam: Studi kritis atas penggunaan AI oleh generasi Z. *Jurnal Hukum Islam dan Komunikasi*, 10(2), 189–208.
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, Article n71.
<https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Purwaningtyas, F., Dalimunte, M., & Dewi, S. (2024). Conversational information seeking behavior on religious topics among Indonesian youth. *Library & Information Science Research*, 46(3), Article 101311.
<https://doi.org/10.1016/j.lisr.2024.101311>
- Reuters Institute. (2024). *Digital news report 2024*. Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024>

- Shah, A. M., Nadeem, M., Sohail, S. S., & Hussain, A. (2025). Exploring religious bias in multilingual large language models across major religions. *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 62(1), 405–418. <https://doi.org/10.1002/pra2.2025.1098>
- Shihab, M. Q. (2012). *Tafsir al-Mishbah: Kesan, pesan dan keserasian Al-Qur'an* (Vol. 2). Lentera Hati.
- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Spitzer, M. (2023). ChatGPT: Artificial intelligence and cognitive offloading. *Nervenheilkunde*, 42(4), 192–199. <https://doi.org/10.1055/a-1948-8785>
- Thomas, J., & Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC Medical Research Methodology*, 8(1), Article 45. <https://doi.org/10.1186/1471-2288-8-45>
- Tsuria, R. (2021). Digital religion: Definition and research direction. *Digital Religion Studies*, 3(1), 12–29.
- Ullah, M. A., Haque, M. S., & Islam, M. M. (2026). Artificial intelligence applications in religious contexts: Opportunities, hallucination risks, and ethical governance. *Technology in Society*, 76, Article 102450. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2026.102450>
- UNESCO. (2024). *AI readiness assessment methodology: Implementation of the recommendation on the ethics of artificial intelligence in Indonesia*. UNESCO Publishing. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000389210>
- Wilson, T. D. (1999). Models in information behaviour research. *Journal of Documentation*, 55(3), 249–270. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000007145>
- Zaid, N., Arifin, M., & Syafiq, A. (2025). From prayer to data: The transformation of theology in the age of artificial intelligence. *Transformation: An International Journal of Holistic Mission Studies*, 42(2), 115–130. <https://doi.org/10.1177/0265378825121109>
- Zed, M. (2018). *Metode penelitian kepustakaan* (Edisi 4). Yayasan Obor Indonesia.