**Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi dan Keuangan Syariah**
**Volume 4, Nomor 2, Mei 2026**
e-ISSN: 2988-134X ; p-ISSN: 2988-148X; Hal. 428-443
DOI: https://doi.org/10.59059/jupiekes.v4i2.3599
*Tersedia:* https://journal.staiypiqbaubau.ac.id/index.php/jupiekes

# Manajemen Dakwah dalam Membangun Identitas Keislaman Generasi Z di Madrasah Aliyah Negeri 3 Medan

**Evi Sundari[1*], Muhammad Fachran Haikal[2]**
[1-2]Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia
*Email: sundari0104223132@uinsu.ac.id[1], muhammadfachranhaikal@uinsu.ac.id[2]*
**Penulis Korespondensi: sundari0104223132@uinsu.ac.id*

***Abstract.*** *Generation Z develops its religious identity within a digital environment that shapes communication, social interaction, and access to religious information. This study aims to analyze da'wah management in building the Islamic identity of Generation Z at Madrasah Aliyah Negeri 3 Medan. Employing a descriptive qualitative approach with a case study design, the study uses George R. Terry's four management functions: planning, organizing, actuating, and controlling. Data were collected through semi-structured interviews, non-participant observation, and documentation involving the madrasah principal, the supervisor of the Da'wah Cadre Course (Kursus Kader Dakwah/KKD), and students actively involved in religious activities. The findings indicate that da'wah management is implemented through religious habituation, student cadre development, and digital da'wah. The principal provides strategic direction, while teachers, homeroom teachers, the KKD supervisor, and student cadres support program implementation through role distribution and coordination. These programs contribute to the development of religious habits, Islamic communication, leadership, and digital ethics. However, student participation remains uneven, and evaluation is still predominantly qualitative, without standardized indicators to measure individual changes. This study highlights the integration of institutional management, religious habituation, student participation, and digital da'wah as an approach to strengthening Islamic identity among Generation Z. It also emphasizes the need for more systematic evaluation to improve program effectiveness and sustainability.*

***Keywords:*** *Da'wah Management; Digital Da'wah; Generation Z; Islamic Identity; Religious Habituation.*

**Abstrak.** Generasi Z membentuk identitas keislamannya dalam lingkungan digital yang memengaruhi komunikasi, interaksi sosial, dan akses terhadap informasi keagamaan. Penelitian ini bertujuan menganalisis manajemen dakwah dalam membangun identitas keislaman Generasi Z di Madrasah Aliyah Negeri 3 Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus berdasarkan empat fungsi manajemen George R. Terry, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Data dikumpulkan melalui wawancara semiterstruktur, observasi nonpartisipan, dan dokumentasi dengan melibatkan kepala madrasah, pembina Kursus Kader Dakwah (KKD), serta peserta didik yang aktif dalam kegiatan keagamaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen dakwah dilaksanakan melalui pembiasaan keagamaan, kaderisasi peserta didik, dan dakwah digital. Kepala madrasah berperan dalam menentukan arah kebijakan, sedangkan guru, wali kelas, pembina KKD, dan kader peserta didik mendukung pelaksanaan program melalui pembagian tugas dan koordinasi. Program tersebut berkontribusi terhadap pengembangan kebiasaan religius, komunikasi keislaman, kepemimpinan, dan etika digital. Namun, partisipasi peserta didik belum merata dan evaluasi masih didominasi pendekatan kualitatif tanpa indikator baku untuk mengukur perubahan setiap peserta didik. Penelitian ini menegaskan pentingnya integrasi manajemen kelembagaan, pembiasaan keagamaan, partisipasi peserta didik, dan dakwah digital dalam memperkuat identitas keislaman Generasi Z. Evaluasi yang lebih sistematis diperlukan untuk meningkatkan efektivitas dan keberlanjutan program.

**Kata Kunci:** Dakwah Digital; Generasi Z; Identitas Keislaman; Manajemen Dakwah; Pembiasaan Keagamaan.

## 1. LATAR BELAKANG

Generasi Z tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital yang menjadikan internet sebagai bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan studi demografi, kelompok ini merujuk pada individu yang lahir pada rentang 1997–2012 (Pew Research Center, 2019). Perkembangan akses teknologi di Indonesia terus mengalami peningkatan signifikan. Badan Pusat Statistik mencatat bahwa 72,78% penduduk Indonesia

*Naskah Masuk: 18 Oktober 2026; Revisi: 20 Oktober 2026; Diterima: 22 Oktober 2026; Terbit: 26 Oktober 2026*

telah mengakses internet pada 2024 (BPS, 2025). Ruang digital kini menjadi konteks utama yang memengaruhi pola interaksi, komunikasi, dan pencarian informasi keagamaan. Dalam konteks dakwah, media sosial tidak hanya menjadi wadah penyampaian ajaran Islam, tetapi juga media bagi remaja untuk berinteraksi dengan sumber otoritas agama serta mengekspresikan identitas keislamannya. Karakteristik ini menuntut pembinaan keagamaan di madrasah agar dikembangkan secara kontekstual, komunikatif, partisipatif, dan adaptif terhadap transformasi digital. Pembinaan yang terarah diperlukan agar nilai-nilai Islam dapat terinternalisasi secara berkelanjutan dalam sikap, ibadah, akhlak, dan perilaku peserta didik (Zaman & Fajri, 2026).

Dalam sistem pendidikan Islam, madrasah memegang peranan strategis sebagai lingkungan akademik sekaligus sarana internalisasi nilai keagamaan yang mencakup akidah, ibadah, akhlak, kedisiplinan, dan kepemimpinan. Secara teoretis, pembentukan identitas merupakan tugas perkembangan utama pada masa remaja ketika individu berusaha memahami diri dan menentukan nilai hidupnya (Erikson, 1968). Gagasan tersebut kemudian diperluas melalui eksplorasi dan komitmen sebagai 2 dimensi utama pembentukan identitas keagamaan. Oleh karena itu, identitas keislaman peserta didik tidak cukup dipahami sekadar pengakuan formal terhadap agama, melainkan mencakup proses pemaknaan nilai, keterlibatan ibadah, pembentukan akhlak, dan penerapan ajaran Islam dalam kehidupan harian. Madrasah bertugas menyediakan lingkungan pendukung melalui pembiasaan keagamaan, keteladanan guru, pendampingan, dan interaksi sosial yang positif. Manajemen dakwah perlu dirancang agar peserta didik dapat memahami, menghayati, serta mengamalkan ajaran Islam secara aktif (Bertram-Troost & de Muynck, 2006).

Manajemen dakwah di madrasah merupakan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan sumber daya pendidikan untuk mencapai tujuan pembinaan keislaman secara terarah. Rangkaian fungsi manajemen mencakup penetapan tujuan, pembagian tugas, penggerakan seluruh unsur, serta pengawasan kegiatan (Terry & Rue, 2020). Dalam kerangka pengelolaan dakwah, proses tersebut disesuaikan dengan sasaran, materi, media, dan metode yang digunakan. Pengelolaan dakwah bagi Generasi Z menuntut komunikasi yang dialogis, partisipasi aktif, serta pemanfaatan media digital secara tepat. Penerapan fungsi manajemen secara konsisten terbukti mendukung efektivitas dan keterarahan program keagamaan. Kepala madrasah memegang peranan kunci sebagai pimpinan yang menetapkan kebijakan, mengoordinasikan pelaksana, mengarahkan kegiatan, dan menjaga keberlanjutan dakwah. Melalui tata kelola yang terstruktur, proses pembentukan identitas

keislaman peserta didik dapat berjalan efisien dan mencapai sasaran yang diharapkan (Sumardianto & Fadilah, 2025).

Pembinaan keagamaan di Madrasah Aliyah Negeri 3 Medan dihadapkan pada karakteristik peserta didik Generasi Z yang sangat dekat dengan media digital. Berdasarkan studi pendahuluan melalui wawancara dan observasi awal pada 19 Mei 2026, pembinaan keagamaan di madrasah ini diarahkan untuk mendekatkan peserta didik dengan Al-Qur'an, membentuk akhlak mulia, meningkatkan disiplin ibadah, serta membina kepedulian sosial. Salah satu sarana utama yang digunakan adalah Kursus Kader Dakwah yang berfokus pada pengembangan potensi dan keterlibatan aktif peserta didik dalam aktivitas syiar Islam. Gambaran awal tersebut memperlihatkan pentingnya pengkajian mendalam mengenai bagaimana manajemen dakwah direncanakan, diorganisasikan, dilaksanakan, dan diawasi oleh pihak sekolah. Integrasi antara manajemen kelembagaan dan wadah kaderisasi menjadi fokus utama untuk memahami efektivitas pembentukan identitas keislaman remaja di lingkungan madrasah tersebut (Haikal & Sundari, 2026).

Dalam pelaksanaan program dakwah, Kursus Kader Dakwah berkedudukan sebagai wadah kaderisasi peserta didik yang mendukung kebijakan keagamaan madrasah di bawah arahan pimpinan. Madrasah Aliyah Negeri 3 Medan bertindak sebagai institusi utama pengelola program, sementara wadah kaderisasi tersebut menjalankan fungsi operasional pada kegiatan tertentu. Aktivitas yang dikembangkan meliputi latihan *public speaking*, tilawah, khutbah, syarhil Qur'an, dan pembuatan konten dakwah digital. Penegasan struktur organisasi ini penting untuk menganalisis penerapan fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan pada tingkat sekolah. Melalui pembagian peran yang jelas antara pihak madrasah dan kader peserta didik, pelaksanaan program dakwah dapat berjalan secara selaras. Hal ini juga memungkinkan terciptanya ruang aktualisasi diri bagi peserta didik dalam mengasah keterampilan berdakwah secara langsung (Sundari & Haikal, 2026).

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji manajemen dakwah, media digital, dan karakter religius, namun memiliki fokus yang berbeda dengan penelitian ini. Kajian teoretis menunjukkan bahwa strategi dakwah untuk Generasi Z memerlukan pendekatan partisipatif dan pemanfaatan platform digital (Sumardianto & Fadilah, 2025). Pemanfaatan media sosial seperti TikTok juga terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pesan keagamaan di kalangan remaja (Putra & Husna, 2023). Di sisi lain, penelitian mengenai pembiasaan keagamaan menegaskan pentingnya kegiatan rutin sekolah dalam membentuk karakter religius siswa (Mubin & Hariyani, 2023). Sementara itu, studi terbaru menyoroti budaya partisipatif Generasi Z dalam memproduksi konten dakwah digital. Meskipun kajian-kajian tersebut

memberikan kontribusi penting, fokus utamanya masih terpisah antara analisis media digital, pembiasaan karakter, atau strategi teoretis secara mandiri (Masyitoh & Majid, 2026).

Kesenjangan penelitian ini terletak pada masih terbatasnya kajian yang mengintegrasikan fungsi manajemen dakwah, kebijakan sekolah, pembiasaan keagamaan, kaderisasi peserta didik, dan dakwah digital dalam satu kerangka empiris di madrasah. Berbeda dengan studi sebelumnya, penelitian ini menganalisis manajemen dakwah di Madrasah Aliyah Negeri 3 Medan secara menyeluruh menggunakan 4 fungsi manajemen. Kebaruan penelitian ini berada pada analisis terpadu antara tata kelola kelembagaan, peran Kursus Kader Dakwah, pembiasaan ibadah, dan pengembangan dakwah digital, serta identifikasi kendala pemerataan partisipasi dan evaluasi program. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi empiris mengenai penerapan manajemen dakwah di lingkungan sekolah. Hasil kajian ini dapat menjadi rujukan dalam memperkuat strategi pembinaan keagamaan agar pembentukan identitas keislaman Generasi Z berjalan lebih terstruktur, efektif, dan berkelanjutan (Terry & Rue, 2020).

## 2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus untuk mengkaji pengelolaan dakwah di Madrasah Aliyah Negeri 3 Medan. Pendekatan ini dipilih karena berfokus pada fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata secara mendalam (Creswell & Poth, 2018; Yin, 2018). Lokasi penelitian dipilih berdasarkan keberadaan program pembinaan keislaman yang mencakup pembiasaan ibadah, kaderisasi melalui Kursus Kader Dakwah, serta dakwah digital. Penelitian dilaksanakan pada 19–22 Mei 2026. Kerangka analisis diarahkan menggunakan 4 fungsi manajemen George R. Terry, yaitu *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling* (Terry & Rue, 2020). Pemilihan informan dilakukan secara *purposive* yang melibatkan 4 orang, terdiri atas 1 kepala madrasah, 1 pembina kader, dan 2 peserta didik aktif. Pengodean informan menggunakan kode KM untuk kepala madrasah, PK untuk pembina, serta S1 dan S2 untuk peserta didik (Sundari & Haikal, 2026).

Metode penelitian ini mengumpulkan data primer melalui wawancara semiterstruktur, sedangkan data sekunder diperoleh dari observasi tidak langsung dan dokumentasi media sosial Instagram serta YouTube. Analisis data menerapkan teknik interaktif yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan (Miles et al., 2020). Pengujian keabsahan data dilakukan melalui triangulasi sumber dan teknik guna menjamin kredibilitas temuan. Penilaian keberhasilan program dianalisis secara kualitatif berdasarkan konsistensi kegiatan, kejelasan

peran, dan indikasi perubahan kebiasaan ibadah peserta didik. Penelitian ini tidak menggunakan instrumen kuantitatif sebelum dan sesudah program, sehingga perubahan tidak diukur dalam skala angka maupun digeneralisasikan secara individual. Batasan metodologis tersebut dipertahankan agar kesimpulan yang dirumuskan tetap objektif serta sesuai dengan ketersediaan data empiris di lapangan (Haikal & Sundari, 2026).

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen dakwah di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 3 Medan dilaksanakan sebagai bagian dari program kelembagaan yang berada di bawah kepemimpinan kepala madrasah. Kepala madrasah berperan dalam menentukan arah kebijakan dan tujuan pembinaan keagamaan, sedangkan guru, wali kelas, pembina Kursus Kader Dakwah (KKD), dan peserta didik berperan dalam mendukung pelaksanaan program sesuai dengan tugas masing-masing. Dalam sistem tersebut, KKD berfungsi sebagai wadah kaderisasi yang mendukung pengembangan kemampuan dakwah peserta didik, bukan sebagai pengelola tunggal seluruh kegiatan dakwah madrasah.

Temuan penelitian dianalisis berdasarkan 4 fungsi manajemen George R. Terry, yaitu *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (pelaksanaan atau penggerakan), dan *controlling* (pengawasan) (Terry & Rue, 2020). Keempat fungsi tersebut digunakan untuk memahami bagaimana program dakwah dirancang, dikoordinasikan, dilaksanakan, dan dievaluasi dalam upaya membangun identitas keislaman Generasi Z di lingkungan madrasah.

### Perencanaan Program Dakwah

Perencanaan merupakan tahap awal dalam manajemen dakwah yang berfungsi menentukan tujuan, bentuk kegiatan, sasaran, pelaksana, serta arah pelaksanaan program. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan dakwah di MAN 3 Medan diarahkan pada pembinaan keagamaan peserta didik melalui kegiatan rutin, kegiatan kaderisasi, dan pemanfaatan media digital. Bentuk kegiatan yang dikembangkan meliputi pembiasaan membaca Al-Qur'an, bershalawat, salat Zuhur berjamaah, kegiatan keagamaan pada hari Jumat, majelis keputrian, serta kegiatan KKD (Sundari & Haikal, 2026).

Perencanaan tersebut memperlihatkan bahwa pembinaan keislaman tidak hanya diarahkan pada penyampaian pengetahuan agama, tetapi juga pada pembentukan kebiasaan beribadah, pengembangan akhlak, kedisiplinan, dan keterlibatan peserta didik dalam kegiatan dakwah. Selain itu, pemanfaatan media digital menjadi salah satu pendekatan yang relevan

untuk memperluas ruang penyampaian pesan keislaman kepada peserta didik yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi informasi.

Temuan tersebut sejalan dengan Sumardianto (2025), yang menjelaskan bahwa pengelolaan dakwah bagi Generasi Z perlu mempertimbangkan tujuan dakwah, karakteristik sasaran, metode, media, dan lingkungan pelaksanaan. Perencanaan yang sistematis membantu kegiatan dakwah memiliki arah yang jelas dan tidak hanya berlangsung secara spontan. Dalam konteks MAN 3 Medan, prinsip tersebut tercermin melalui pengembangan program pembinaan keagamaan yang memadukan kegiatan rutin, kaderisasi, dan pendekatan digital (Haikal & Sundari, 2026).

Azwar dan Iskandar (2024) juga menekankan pentingnya pendekatan dakwah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan pola komunikasi generasi muda. Media digital dapat digunakan untuk menyampaikan pesan keislaman melalui bentuk komunikasi yang dekat dengan kehidupan peserta didik. Oleh karena itu, pengintegrasian pembiasaan keagamaan dengan dakwah digital merupakan pendekatan yang relevan dalam perencanaan program dakwah di madrasah (Sundari & Haikal, 2026).

Berdasarkan perbandingan data wawancara dengan dokumen dan bukti pendukung kegiatan yang tersedia, perencanaan dakwah di MAN 3 Medan menunjukkan adanya arah pembinaan yang mencakup kegiatan rutin, kaderisasi, dan pemanfaatan media digital. Meskipun demikian, perencanaan program masih perlu diperkuat melalui penetapan indikator capaian yang lebih jelas. Indikator tersebut diperlukan agar keberhasilan program tidak hanya dinilai berdasarkan terlaksananya kegiatan, tetapi juga berdasarkan perkembangan aspek keagamaan, kedisiplinan, partisipasi, dan kemampuan dakwah peserta didik (Haikal & Sundari, 2026).

Dengan demikian, fungsi perencanaan dakwah di MAN 3 Medan telah menunjukkan orientasi pembinaan yang cukup terarah. Namun, penyusunan target yang lebih terukur dan dokumentasi perencanaan yang sistematis tetap diperlukan untuk mendukung evaluasi program secara berkelanjutan (Terry & Rue, 2020).

**Pengorganisasian Program Dakwah**

Pengorganisasian merupakan proses pembagian tugas, penetapan tanggung jawab, dan pengaturan koordinasi agar program dapat dilaksanakan secara terarah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengorganisasian dakwah di MAN 3 Medan melibatkan kepala madrasah, guru, wali kelas, pembina KKD, dan peserta didik. Kepala madrasah berkedudukan sebagai pengarah kebijakan dan penanggung jawab pada tingkat kelembagaan, sedangkan pelaksanaan

teknis kegiatan didukung oleh unsur-unsur madrasah sesuai dengan peran masing-masing (Sundari & Haikal, 2026).

Pembagian peran tersebut menunjukkan bahwa manajemen dakwah tidak hanya bergantung pada satu pihak. Kepala madrasah memiliki peran dalam menentukan arah pembinaan dan mendukung keberlanjutan program, sementara guru dan wali kelas membantu mengintegrasikan pembinaan keagamaan dengan kehidupan peserta didik di lingkungan madrasah. Pembina KKD mendukung pengembangan keterampilan dakwah, sedangkan peserta didik memperoleh ruang untuk berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan dan kaderisasi (Haikal & Sundari, 2026).

Terry dan Rue (2020) menjelaskan bahwa pengorganisasian berkaitan dengan pengelompokan pekerjaan, penetapan tanggung jawab, dan pembentukan hubungan kerja untuk mencapai tujuan organisasi. Pemimpin tidak harus melaksanakan seluruh kegiatan secara individual, tetapi perlu membagi pekerjaan dan mengoordinasikan pihak-pihak yang terlibat. Pandangan tersebut relevan dengan pengelolaan dakwah di MAN 3 Medan karena pelaksanaan program membutuhkan keterlibatan berbagai unsur madrasah.

Sumardianto (2025) juga menekankan pentingnya koordinasi dan pembagian fungsi dalam manajemen dakwah. Program dakwah yang dikelola secara kelembagaan memerlukan hubungan kerja yang jelas antara pimpinan, pelaksana, dan peserta didik sebagai sasaran sekaligus pihak yang dapat berperan aktif dalam kegiatan. Dalam konteks ini, KKD merupakan bagian dari sistem pengorganisasian dakwah yang berfungsi mendukung kaderisasi peserta didik (Sundari & Haikal, 2026).

Perbandingan keterangan informan dengan dokumen dan bukti pendukung kegiatan dapat digunakan untuk menelaah keterlibatan berbagai unsur dalam program dakwah. Secara konseptual, pembagian peran tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan dakwah di MAN 3 Medan bersifat kolaboratif dan tidak hanya bertumpu pada KKD. Akan tetapi, efektivitas pengorganisasian juga bergantung pada kejelasan pembagian tugas, alur koordinasi, serta konsistensi pelaksanaan tanggung jawab setiap pihak (Haikal & Sundari, 2026).

Oleh karena itu, pengorganisasian program dakwah perlu diperkuat melalui dokumentasi pembagian tugas dan mekanisme koordinasi yang lebih sistematis. Langkah tersebut penting untuk memastikan setiap kegiatan memiliki penanggung jawab yang jelas, mengurangi kemungkinan tumpang tindih pekerjaan, dan mempermudah proses pengawasan serta evaluasi (Terry & Rue, 2020).

**Pelaksanaan Dakwah Rutin, Kaderisasi, dan Digital**

Pelaksanaan atau penggerakan merupakan tahap ketika perencanaan dan pembagian tugas diwujudkan dalam kegiatan nyata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan dakwah di MAN 3 Medan mencakup 3 bentuk utama, yaitu pembiasaan keagamaan, kaderisasi peserta didik, dan pemanfaatan media digital. Ketiga bentuk tersebut saling melengkapi dalam memberikan pengalaman keagamaan kepada peserta didik di lingkungan madrasah maupun dalam ruang digital (Sundari & Haikal, 2026).

***Pembiasaan Keagamaan***

Pembiasaan keagamaan dilaksanakan melalui kegiatan membaca Al-Qur'an, bershalawat, salat Zuhur berjamaah, kegiatan keagamaan pada hari Jumat, dan majelis keputrian. Kegiatan tersebut memberikan ruang bagi peserta didik untuk terlibat dalam praktik keagamaan secara berulang. Melalui pembiasaan, nilai-nilai Islam diharapkan tidak hanya dipahami sebagai materi pembelajaran, tetapi juga diterapkan dalam perilaku sehari-hari (Haikal & Sundari, 2026).

Temuan tersebut sejalan dengan Mubin dan Furqon (2023), yang menjelaskan bahwa pembiasaan kegiatan keagamaan dapat memberikan pengalaman religius dan mendukung pembentukan karakter religius peserta didik. Kegiatan yang dilakukan secara konsisten dapat menjadi sarana untuk menumbuhkan kedisiplinan, tanggung jawab, dan keterlibatan dalam kehidupan keagamaan.

Dalam konteks MAN 3 Medan, pembiasaan keagamaan menjadi salah satu bentuk pelaksanaan dakwah yang menghubungkan nilai-nilai Islam dengan rutinitas pendidikan. Namun, keberadaan kegiatan rutin belum dengan sendirinya membuktikan bahwa seluruh peserta didik mengalami perubahan perilaku dalam tingkat yang sama. Tingkat partisipasi dan proses internalisasi nilai dapat berbeda sesuai dengan keterlibatan, pengalaman, dan kondisi masing-masing peserta didik (Sundari & Haikal, 2026).

***Kaderisasi melalui Kursus Kader Dakwah***

Selain pembiasaan keagamaan, pelaksanaan dakwah di MAN 3 Medan didukung oleh kegiatan KKD. Wadah ini memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk mengembangkan keterampilan yang berkaitan dengan dakwah, seperti berbicara di depan umum (*public speaking*), tilawah, syarhil Qur'an, khutbah, dan kepemimpinan. Dengan demikian, peserta didik tidak hanya ditempatkan sebagai penerima pesan dakwah, tetapi juga memperoleh kesempatan untuk belajar menyampaikan pesan keislaman kepada orang lain (Haikal & Sundari, 2026).

Keterlibatan dalam kegiatan kaderisasi berpotensi mendukung pengembangan rasa percaya diri, tanggung jawab, kemampuan berkomunikasi, dan partisipasi peserta didik dalam kegiatan keagamaan. Hal tersebut sejalan dengan pembahasan Hariyani dan Rafik (2021) mengenai pentingnya pembiasaan dan keterlibatan peserta didik dalam kegiatan keagamaan untuk mendukung pembentukan karakter religius.

Dalam kerangka manajemen dakwah, KKD berfungsi sebagai salah satu sarana pelaksanaan program yang mendukung kebijakan pembinaan keislaman madrasah. Kedudukannya perlu dipahami sebagai bagian dari sistem kelembagaan yang melibatkan kepala madrasah, guru, pembina, dan peserta didik. Penempatan ini penting agar kontribusi kaderisasi dapat dianalisis bersama dengan kegiatan pembinaan keagamaan lainnya, bukan dipisahkan dari manajemen dakwah secara keseluruhan (Sundari & Haikal, 2026).

***Pemanfaatan Media Digital***

Pelaksanaan dakwah juga berkaitan dengan pemanfaatan media digital, termasuk TikTok, Instagram, dan YouTube. Media tersebut dapat menjadi sarana untuk menyampaikan pesan keislaman melalui konten visual, audio, dan bentuk komunikasi yang sesuai dengan kebiasaan penggunaan teknologi oleh generasi muda (Sundari & Haikal, 2026).

Putra et al. (2023) menjelaskan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai salah satu strategi dakwah kepada Generasi Z karena dekat dengan pola komunikasi kelompok generasi tersebut. Sementara itu, Fahrudy et al. (2026) menekankan relevansi penggunaan media sosial, termasuk *TikTok*, untuk menyampaikan nilai-nilai Islam melalui konten yang kreatif dan mudah diakses.

Dalam konteks MAN 3 Medan, dakwah digital dapat memperluas ruang komunikasi keagamaan dari lingkungan madrasah menuju ruang digital. Meskipun demikian, penggunaan media sosial perlu disertai dengan pemahaman terhadap ketepatan informasi, etika komunikasi, tanggung jawab dalam menyebarkan konten, dan kesesuaian pesan dengan nilai-nilai Islam. Dengan demikian, dakwah digital tidak hanya diarahkan pada penyebaran konten, tetapi juga pada pembentukan perilaku digital yang bertanggung jawab (Haikal & Sundari, 2026).

Secara keseluruhan, ketiga bentuk pelaksanaan tersebut menunjukkan bahwa manajemen dakwah di MAN 3 Medan menggabungkan pembiasaan keagamaan, pengembangan kemampuan peserta didik, dan pemanfaatan media digital. Meskipun demikian, keterlibatan peserta didik belum sepenuhnya merata. Kondisi ini menunjukkan perlunya strategi pelaksanaan yang lebih partisipatif agar kesempatan untuk terlibat dalam kegiatan keagamaan dan kaderisasi dapat menjangkau peserta didik secara lebih luas (Sundari & Haikal, 2026).

**Pengawasan dan Evaluasi Program Dakwah**

Pengawasan merupakan fungsi manajemen yang bertujuan memastikan pelaksanaan kegiatan berjalan sesuai dengan rencana dan tujuan yang telah ditetapkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengawasan program dakwah di MAN 3 Medan berkaitan dengan keterlaksanaan kegiatan, kedisiplinan, kehadiran, pelaksanaan ibadah, keterlibatan peserta didik, penggunaan gawai, serta perkembangan keterampilan dakwah. Pengawasan tersebut melibatkan kepala madrasah, guru, wali kelas, dan pembina KKD sesuai dengan peran masing-masing (Sundari & Haikal, 2026).

Terry dan Rue (2020) menjelaskan bahwa pengawasan diperlukan untuk membandingkan pelaksanaan dengan rencana, mengenali hambatan, dan menentukan tindakan perbaikan. Dalam pengelolaan dakwah, pengawasan tidak cukup hanya memastikan bahwa kegiatan telah dilaksanakan. Pengawasan juga perlu memberikan informasi mengenai kendala pelaksanaan, tingkat keterlibatan peserta didik, dan aspek program yang membutuhkan perbaikan.

Dalam konteks penelitian ini, evaluasi terhadap program dakwah masih perlu dibedakan antara penilaian atas keterlaksanaan kegiatan dan pengukuran perubahan individual peserta didik. Kegiatan yang terlaksana secara rutin dapat menunjukkan keberlangsungan program, tetapi belum secara otomatis membuktikan besarnya perubahan pada setiap peserta didik. Penilaian terhadap perubahan perilaku perlu didukung oleh indikator yang jelas dan bukti yang sesuai dengan aspek yang dinilai (Haikal & Sundari, 2026).

Berdasarkan perbandingan data wawancara dan dokumentasi yang tersedia, mekanisme pengawasan dapat dianalisis dari pembagian peran pengawasan, keterlaksanaan kegiatan, serta bukti pendukung yang digunakan oleh pihak madrasah. Apabila pengamatan langsung tidak dilakukan oleh peneliti, uraian mengenai pengawasan tidak boleh ditulis seolah-olah peneliti menyaksikan sendiri perilaku peserta didik. Dalam keadaan tersebut, informasi mengenai pengawasan perlu dinyatakan sebagai keterangan informan atau sebagai hal yang tercermin dalam dokumen yang benar-ar benar diperiksa (Sundari & Haikal, 2026).

Salah satu keterbatasan evaluasi yang perlu diperhatikan ialah belum tersedianya indikator baku dan data individual sebelum serta sesudah program yang dapat digunakan untuk mengukur perubahan peserta didik secara sistematis. Karena itu, hasil penelitian ini lebih tepat menjelaskan mekanisme pengelolaan dan indikasi kontribusi program berdasarkan data kualitatif, bukan menyatakan besaran pengaruh atau perubahan yang telah terukur (Haikal & Sundari, 2026).

Dengan demikian, fungsi pengawasan di MAN 3 Medan perlu terus diperkuat melalui penyusunan indikator evaluasi berkala. Indikator tersebut dapat mencakup keterlaksanaan kegiatan, partisipasi peserta didik, kedisiplinan, keterampilan dakwah, serta penerapan etika digital. Penyusunan indikator yang jelas akan membantu madrasah mendokumentasikan perkembangan program, mengenali kendala, dan merancang tindak lanjut secara lebih terarah (Terry & Rue, 2020).

**Implikasi Manajemen Dakwah dalam Membangun Identitas Keislaman**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen dakwah di MAN 3 Medan diarahkan pada pembinaan berbagai aspek yang berkaitan dengan identitas keislaman peserta didik, antara lain kebiasaan ibadah, akhlak, kedisiplinan, kemampuan berkomunikasi dalam dakwah, kepemimpinan, tanggung jawab sosial, dan etika dalam menggunakan media digital. Aspek-aspek tersebut memperlihatkan bahwa identitas keislaman tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan atau pengakuan formal terhadap agama, tetapi juga dengan pengalaman keagamaan dan penerapan nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari (Sundari & Haikal, 2026).

Baria et al. (2024) menjelaskan bahwa pembentukan identitas keislaman Generasi Z berlangsung dalam konteks interaksi antara nilai agama, lingkungan sosial, budaya, dan perkembangan media digital. Oleh sebab itu, pembinaan identitas keislaman memerlukan lingkungan yang mendukung pengalaman religius secara berkelanjutan. Dalam konteks madrasah, lingkungan tersebut dapat dibangun melalui pembiasaan ibadah, keteladanan pendidik, pendampingan, kegiatan kaderisasi, serta komunikasi yang sesuai dengan karakteristik peserta didik.

Pada aspek digital, Akbar dan Supratama (2025) menjelaskan bahwa ruang digital turut menjadi tempat berlangsungnya penyampaian dan internalisasi nilai Islam bagi Generasi Z. Media sosial dapat mendukung komunikasi keagamaan apabila pesan yang disampaikan sesuai dengan karakteristik sasaran dan disertai tanggung jawab dalam penggunaannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa pembinaan identitas keislaman perlu memperhatikan perilaku peserta didik ketika mengakses, memilih, membuat, dan menyebarkan informasi keagamaan (Haikal & Sundari, 2026).

Syahgita et al. (2025) juga menekankan pentingnya etika digital dalam penggunaan media sosial untuk dakwah dan pendidikan Islam. Perspektif tersebut relevan karena identitas keislaman dalam konteks digital tidak hanya berkaitan dengan jenis konten yang dibagikan, tetapi juga dengan cara berkomunikasi, sikap terhadap perbedaan, serta tanggung jawab terhadap informasi yang disebarluaskan (Sundari & Haikal, 2026).

Dalam penelitian ini, implikasi manajemen dakwah dipahami melalui keterkaitan antara program kelembagaan, pembiasaan keagamaan, kaderisasi, dan pemanfaatan media digital. Keempat fungsi manajemen menyediakan kerangka untuk mengatur program agar tujuan pembinaan, pembagian peran, pelaksanaan kegiatan, dan evaluasinya saling berhubungan. Pembiasaan keagamaan memberikan pengalaman praktik, kaderisasi membuka ruang partisipasi dan pengembangan keterampilan, sedangkan dakwah digital memperluas ruang komunikasi keagamaan (Terry & Rue, 2020).

Namun, implikasi tersebut harus ditafsirkan secara proporsional. Data kualitatif mengenai pelaksanaan program dapat menunjukkan bentuk pembinaan dan indikasi kontribusinya terhadap pengembangan identitas keislaman, tetapi tidak cukup untuk menyimpulkan bahwa seluruh peserta didik mengalami perubahan yang sama. Ketidakmerataan partisipasi dan keterbatasan instrumen evaluasi menjadi pertimbangan penting dalam memahami hasil penelitian (Sundari & Haikal, 2026).

Dengan demikian, manajemen dakwah di MAN 3 Medan dapat dipahami sebagai upaya kelembagaan untuk menyediakan lingkungan pembinaan yang mendukung pembentukan identitas keislaman peserta didik. Keberlanjutan upaya tersebut memerlukan konsistensi program, keteladanan pendidik, perluasan partisipasi peserta didik, serta penguatan etika dalam penggunaan media digital (Haikal & Sundari, 2026).

**Analisis Keterlaksanaan Manajemen Dakwah dalam Membangun Identitas Keislaman Generasi Z**

Secara keseluruhan, hasil penelitian memperlihatkan bahwa manajemen dakwah di MAN 3 Medan dilaksanakan melalui fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Program yang dikembangkan mencakup pembiasaan keagamaan, keterlibatan berbagai unsur madrasah, kaderisasi peserta didik melalui KKD, dan pemanfaatan media digital. Integrasi tersebut menunjukkan bahwa pembinaan keislaman tidak hanya ditempatkan sebagai kegiatan seremonial, tetapi menjadi bagian dari pengelolaan program pendidikan di lingkungan madrasah (Sundari & Haikal, 2026).

Dari sisi perencanaan, program dakwah telah diarahkan pada pembiasaan ibadah, pembinaan akhlak, kaderisasi, dan pemanfaatan media digital. Dari sisi pengorganisasian, pelaksanaan program melibatkan kepala madrasah, guru, wali kelas, pembina KKD, dan peserta didik. Dari sisi pelaksanaan, program diwujudkan melalui kegiatan rutin, pengembangan keterampilan dakwah, dan komunikasi keagamaan melalui media digital. Sementara itu, dari sisi pengawasan, pihak madrasah memiliki peran dalam memantau keterlaksanaan kegiatan dan pembinaan peserta didik (Haikal & Sundari, 2026).

Sumardianto (2025) menekankan bahwa manajemen dakwah kepada Generasi Z perlu mempertimbangkan karakteristik sasaran, metode komunikasi, media yang digunakan, dan keberlanjutan evaluasi. Dalam konteks MAN 3 Medan, penggunaan pembiasaan keagamaan, kaderisasi, dan media digital merupakan bentuk penyesuaian program terhadap kebutuhan pembinaan peserta didik. Akan tetapi, efektivitas pendekatan tersebut tetap perlu ditelaah berdasarkan bukti pelaksanaan dan perkembangan program yang tersedia (Sundari & Haikal, 2026).

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan Mubin dan Furqon (2023) serta Hariyani dan Rafik (2021), yang membahas peran pembiasaan dan keterlibatan peserta didik dalam kegiatan keagamaan terhadap pembentukan karakter religius. Sementara itu, Putra et al. (2023) serta Fahrudy et al. (2026) menunjukkan relevansi media sosial sebagai sarana dakwah kepada Generasi Z. Penelitian ini menghubungkan tema-tema tersebut dalam kerangka manajemen kelembagaan dengan menempatkan kebijakan kepala madrasah, peran pendidik, pembiasaan keagamaan, kaderisasi melalui KKD, dan dakwah digital sebagai unsur yang saling berkaitan (Haikal & Sundari, 2026).

Meskipun demikian, terdapat 2 aspek yang masih memerlukan penguatan. Pertama, partisipasi peserta didik belum sepenuhnya merata sehingga kesempatan memperoleh pengalaman pembinaan dan kaderisasi belum tentu sama bagi seluruh peserta didik. Kedua, evaluasi program masih memerlukan indikator yang lebih terstruktur untuk mendokumentasikan keterlaksanaan kegiatan dan perkembangan peserta didik secara berkala. Kedua aspek tersebut penting karena keberhasilan manajemen dakwah tidak cukup dinilai dari keberadaan kegiatan, tetapi juga perlu ditinjau dari jangkauan partisipasi, konsistensi pelaksanaan, dan kualitas proses evaluasinya (Sundari & Haikal, 2026).

Berdasarkan analisis tersebut, manajemen dakwah di MAN 3 Medan menunjukkan upaya pembinaan yang terintegrasi melalui 4 fungsi manajemen. Kontribusi utama program terletak pada penggabungan pembiasaan religius, keterlibatan unsur madrasah, kaderisasi peserta didik, dan pemanfaatan media digital dalam satu kerangka pengelolaan. Namun, hasil penelitian ini tidak dimaksudkan untuk mengukur pengaruh secara kuantitatif atau menyatakan perubahan identitas keislaman yang seragam pada seluruh peserta didik. Kesimpulan mengenai kontribusi program dibatasi pada temuan kualitatif yang didukung oleh data penelitian (Terry & Rue, 2020).

Oleh karena itu, pengembangan manajemen dakwah di MAN 3 Medan perlu diarahkan pada peningkatan pemerataan partisipasi, kejelasan pembagian tugas, penguatan dokumentasi program, dan penyusunan indikator evaluasi yang sesuai dengan tujuan pembinaan. Upaya

tersebut diharapkan dapat membantu madrasah mengelola program dakwah secara lebih sistematis, adaptif, dan berkelanjutan dalam mendukung pembentukan identitas keislaman Generasi Z (Haikal & Sundari, 2026).

## 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa manajemen dakwah dalam membangun identitas keislaman Generasi Z di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 3 Medan dilaksanakan melalui 4 fungsi manajemen yang saling berkaitan, yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Perencanaan diarahkan pada pembinaan keagamaan melalui kegiatan rutin, kaderisasi, dan pemanfaatan media digital. Pengorganisasian dilakukan melalui pembagian peran antara kepala madrasah, guru, wali kelas, pembina Kursus Kader Dakwah (KKD), dan peserta didik. Pelaksanaan diwujudkan melalui pembiasaan keagamaan, pengembangan keterampilan dakwah, serta penggunaan media digital, sedangkan pengawasan dilakukan untuk memantau keterlaksanaan program dan perkembangan peserta didik. Secara keseluruhan, manajemen dakwah telah menunjukkan upaya pembinaan yang terintegrasi, meskipun partisipasi peserta didik belum merata dan evaluasi program belum didukung oleh indikator yang terstandar (Sundari & Haikal, 2026).

Secara teoretis, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai penerapan fungsi manajemen George R. Terry dalam pengelolaan dakwah di madrasah dengan mengintegrasikan pembiasaan keagamaan, kaderisasi peserta didik, keterlibatan unsur kelembagaan, dan dakwah digital. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi kepala madrasah dan pelaksana program dakwah untuk memperkuat koordinasi, memperluas partisipasi peserta didik, meningkatkan dokumentasi program, serta mengembangkan evaluasi yang lebih sistematis. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan di satu madrasah, melibatkan informan yang terbatas pada unsur-unsur tertentu, dan menggunakan pendekatan kualitatif tanpa pengukuran kuantitatif terhadap perubahan identitas keislaman peserta didik. Oleh karena itu, temuan penelitian menggambarkan pelaksanaan dan indikasi kontribusi program dalam konteks MAN 3 Medan, bukan besaran pengaruh yang dapat digeneralisasikan kepada seluruh peserta didik atau madrasah lain (Terry & Rue, 2020).

Berdasarkan temuan dan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak madrasah dan informan dengan latar belakang yang beragam serta menggunakan pendekatan *mixed methods* untuk melengkapi temuan kualitatif dengan data kuantitatif. Pengembangan instrumen terstandar untuk mengukur aspek identitas keislaman, seperti praktik ibadah, akhlak, tanggung jawab sosial, kemampuan dakwah, dan etika digital,

juga diperlukan agar perkembangan peserta didik dapat dievaluasi secara lebih sistematis. Bagi MAN 3 Medan, penguatan indikator evaluasi berkala, dokumentasi perkembangan peserta didik, koordinasi antarpelaksana, dan komunikasi dengan orang tua perlu menjadi perhatian agar program dakwah dapat menjangkau peserta didik secara lebih merata dan berkelanjutan (Haikal & Sundari, 2026).

## DAFTAR REFERENSI


Akbar, A. H., & Supratama, R. (2025). Proses sosialisasi nilai Islam melalui influencer digital: Studi kualitatif pada Generasi Z. *Al-Akmal: Jurnal Studi Islam*, *4*(2), 34–46.

Azwar, A., & Iskandar, I. (2024). Dakwah Islam bagi Gen-Z: Peluang, tantangan, dan strategi. *DIRASAH: Jurnal Kajian Islam, 1*(1), 17–38.

Badan Pusat Statistik. (2025). *Statistik telekomunikasi Indonesia 2024*.

Baria, H., Lestari, S. D., & Sugiarti. (2024). Generasi Z dan tantangan menjaga identitas keislaman di era global. *Journal of Innovative and Creativity, 4*(3), 68–74. https://doi.org/10.31004/joecy.v4i3.140

Bertram-Troost, G. D., de Roos, S. A., & Miedema, S. (2006). Religious identity development of adolescents in religious affiliated schools: A theoretical foundation for empirical research. *Journal of Beliefs & Values, 27*(3), 303–314. https://doi.org/10.1080/13617670601001165

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

Dimock, M. (2019, January 17). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew Research Center*.

Erikson, E. H. (1968). *Identity, youth, and crisis*. W. W. Norton.

Fadilah, N. (2025). Peran fungsi manajemen dalam meningkatkan efektivitas kegiatan dakwah. *MADDINA: Jurnal Manajemen Dakwah, 2*(1), 24–48. https://doi.org/10.37216/maddina.v2i1.2139

Fahrudy, D., Haryani, E. R., Aulia Rahman, N. N., & Parhan, M. (2026). Dakwah digital cara kreatif menyebarkan nilai Islam di media sosial TikTok untuk Generasi Z. *AdDa'wah: Jurnal Dakwah, Komunikasi dan Penyiaran, 24*(1), 15–30. https://doi.org/10.59109/addawah.v24i1.148

Fajri, F. N., Nurrohmah, K., Khairunnisa, N., & Fatmawati. (2026). Digital da'wah communication strategies for engaging Generation Z on social media in Indonesia. *Al-Jamahiria: Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam, 4*(1), 44–55. https://doi.org/10.30983/al-jamahiria.v4i1.10797

Hariyani, D., & Rafik, A. (2021). Pembiasaan kegiatan keagamaan dalam membentuk karakter religius di madrasah. *AL-ADABIYAH: Jurnal Pendidikan Agama Islam, 2*(1), 32–50. https://doi.org/10.35719/adabiyah.v2i1.72

Husna, L. I., Ichsan, Y., Amadea, N., Nasekha, D., & Purwitasari, A. (2023). Dakwah digital: Urgensi TikTok sebagai media dakwah bagi Generasi Z. *Dirasat Islamiah: Jurnal Kajian Keislaman, 4*(2), 81–88. https://doi.org/10.56324/drs.v4i2.76

Marcia, J. E. (1966). Development and validation of ego-identity status. *Journal of Personality and Social Psychology, 3*(5), 551–558. https://doi.org/10.1037/h0023281

Masyitoh, R., & Majid, M. N. (2026). Budaya partisipatif Generasi Z dalam penyebaran konten dakwah digital di TikTok: Perspektif komunikasi dakwah di era algoritma. *Spektra Komunika, 5*(2), 220–233. https://doi.org/10.33752/spektra.v5i2.12170

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.

Mubin, M., & Furqon, M. A. (2023). Pelaksanaan program pembiasaan keagamaan dalam pembentukan karakter religius peserta didik. *Jurnal Riset Madrasah Ibtidaiyah, 3*(1), 78–88. https://doi.org/10.32665/jurmia.v3i1.1387

Putra, R. A., Adde, E., & Fitri, M. (2023). Media dakwah TikTok untuk Generasi Z. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 7*(1), 58–71. https://doi.org/10.32332/aththariq.v7i1.6410

Sumardianto, E. (2025). Dakwah kepada Gen Z: Tinjauan komponen manajemen dakwah. *Tanzhim: Jurnal Dakwah Terprogram, 3*(1), 67–84. https://doi.org/10.55372/tanzhim.v3i1.39

Terry, G. R., & Rue, L. W. (2020). *Dasar-dasar manajemen* (G. A. Ticoalu, Penerj.; edisi revisi, cetakan ke-2). Bumi Aksara.

Wahyuni, R., & Harahap, S. R. (2023). Efektivitas media sosial sebagai media dakwah pada era digital: Study literature review. *An-Nadwah, 29*(2), 162–172. https://doi.org/10.37064/nadwah.v29i2.18571

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.

Zaman, W. K. (2024). Dakwah digital dan Generasi Z: Pergeseran otoritas keagamaan di media sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, 2*(4), 200–219. https://doi.org/10.58540/isihumor.v2i4.1885