

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Tinjauan Tentang Internalisasi

1. Pengertian Internalisasi

Secara etimologis, internalisasi merujuk pada suatu proses. Dalam kaidah bahasa Indonesia, akhiran *-isasi* menunjukkan makna proses, sehingga internalisasi dapat dipahami sebagai suatu tahapan atau mekanisme yang berlangsung secara berkesinambungan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, internalisasi diartikan sebagai proses penghayatan, pendalaman, dan penguasaan nilai secara mendalam yang terjadi melalui pembinaan, bimbingan, dan berbagai bentuk proses edukatif lainnya. Lebih lanjut, internalisasi merupakan proses penanaman atau pembinaan nilai-nilai yang dilakukan tanpa adanya unsur paksaan maupun intimidasi, sehingga individu menerima dan mengamalkan nilai-nilai tersebut secara sukarela dan penuh kesadaran. Dalam konteks pembinaan keagamaan, proses ini menjadi sangat relevan karena

menekankan pada kesadaran internal individu dalam memahami dan mengamalkan ajaran agama.²⁸

Dengan demikian, internalisasi tidak hanya berorientasi pada pemahaman kognitif, tetapi juga pada pembentukan sikap dan perilaku yang mencerminkan nilai-nilai yang telah dihayati. Internalisasi merupakan proses penanaman nilai-nilai ke dalam diri seseorang yang berperan dalam membentuk pola pikirnya dalam memahami makna realitas. Nilai-nilai tersebut dapat bersumber dari ajaran agama, budaya, maupun norma sosial, yang pada akhirnya memengaruhi cara individu memaknai, merespons, dan bersikap terhadap diri sendiri, lingkungan, serta realitas yang ada di sekitarnya.²⁹ Proses internalisasi memiliki signifikansi yang mendalam karena melalui tahapan ini, nilai-nilai tidak sekadar dipahami pada

²⁸ Akbar, H., Malli, R., Muslimin, A. A., & Sumiati, S. (2025). Internalisasi Nilai-Nilai Pendidikan Islam Berbasis Toleransi Beragama Antar Siswa Di Smp Muhammadiyah 11 Tello Baru Makassar. *Jurnal Mudarrisuna: Media Kajian Pendidikan Agama Islam*, 15(1), 210-220.

²⁹ Ardiyanto, A. (2020). Internalisasi Nilai-Nilai “Ahlussunnah Wal Jama’ah”(Aswaja) Dalam Mencegah Penyimpangan Aqidah Di Madrasah Aliyah Yasrama Patrang Jember. *Ijit: Indonesian Journal Of Islamic Teaching*, 3(2), 153-159.

ranah kognitif, tetapi juga diresapi secara afektif dan diimplementasikan dalam tindakan nyata. Dengan demikian, internalisasi berperan fundamental dalam membentuk karakter, moralitas, serta identitas diri yang kokoh, baik dalam konteks kehidupan personal maupun sosial.

Internalisasi nilai-nilai agama Islam sangat bergantung pada situasi dan kondisi lingkungan tempat proses tersebut diterapkan. Upaya internalisasi dapat dilakukan melalui pembentukan budaya religius yang bersifat vertikal, yaitu dengan memperkuat hubungan spiritual antara manusia dan Allah SWT. Hal ini diwujudkan melalui peningkatan kualitas dan kuantitas aktivitas keagamaan seperti shalat berjamaah, tahlil, pembacaan sholawat, serta doa bersama. Selain itu, internalisasi nilai-nilai Islam juga dapat dilakukan secara horizontal melalui kegiatan sosial dan kesenian yang tetap berada dalam koridor ajaran Islam. Dalam konteks ini, lembaga pendidikan dipandang sebagai institusi sosial-

religius yang membangun tiga bentuk hubungan utama, yaitu hubungan profesional, hubungan yang dilandasi nilai-nilai religius seperti persaudaraan, kedermawanan, kejujuran, dan saling menghormati, serta hubungan sukarela yang mencerminkan semangat kebersamaan dan keimanan.³⁰ Dengan demikian, proses internalisasi nilai-nilai agama Islam tidak semata-mata berfokus pada pelaksanaan ritual keagamaan, melainkan juga berperan dalam menumbuhkembangkan kesadaran sosial dan moral yang tercermin melalui pola interaksi antarindividu. Melalui keterpaduan antara pembiasaan praktik ibadah dan penguatan nilai-nilai sosial yang berlandaskan prinsip-prinsip religius, diharapkan dapat terwujud pribadi Muslim yang memiliki integritas moral, berakhlak karimah, serta mampu mengimplementasikan ajaran Islam secara menyeluruh dalam berbagai aspek kehidupan.

³⁰Sukriyah, E., Sapri, S., & Syukri, M. (2024). Internalisasi Nilai-Nilai Pendidikan Agama Islam Bagi Remaja Di Lingkungan Keluarga Di Kota Subulussalam. *Jurnal Educatio: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 10(1), 48-63.

2. Tahap-Tahap Internalisasi

a. Tahap Transformasi Nilai

Tahap ini merupakan proses di mana pendidik menyampaikan atau mengenalkan nilai-nilai yang dianggap baik maupun kurang baik kepada peserta didik. Pada fase ini, interaksi yang terjadi masih terbatas pada komunikasi verbal antara pendidik dan peserta didik atau anak asuh tanpa adanya penerapan langsung dari nilai-nilai tersebut.

b. Tahap Transaksi Nilai

Tahap ini merupakan proses pendidikan nilai yang dilakukan melalui komunikasi dua arah, yakni melalui interaksi timbal balik antara pendidik dan peserta didik yang memungkinkan terjadinya saling tukar pandangan dan pemahaman mengenai nilai-nilai yang diajarkan.

c. Tahap Transinternalisasi

Tahap ini lebih mendalam dibandingkan tahap transaksi, karena tidak hanya melibatkan komunikasi verbal, tetapi juga mencakup pembentukan sikap mental

dan kepribadian. Dengan demikian, pada tahap ini terjadi bentuk komunikasi yang lebih aktif dan menyeluruh, yang menekankan keterlibatan emosional serta keteladanan dalam proses internalisasi nilai.

Istilah *nilai* berasal dari bahasa Latin *value* yang berarti berguna, berdaya, mampu, atau berlaku. Dengan demikian, nilai dapat dimaknai sebagai sesuatu yang dianggap baik, bermanfaat, dan benar berdasarkan keyakinan individu maupun kelompok. Nilai juga dipahami sebagai kualitas dari suatu hal yang menjadikannya disukai, diinginkan, dihargai, serta memiliki kegunaan, sehingga mampu memberikan makna dan martabat bagi seseorang yang meyakini serta menghayatinya.³¹

3. Makna Internalisasi dalam Islam

Internalisasi nilai-nilai Agama Islam merupakan proses menanamkan ajaran-ajaran Islam secara mendalam ke

³¹Junanto, S., & Fajrin, L. P. (2020). Internalisasi pendidikan multikultural pada anak usia dini. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini Undiksha*, 8(1), 28-34.

dalam hati, sehingga ruh dan jiwa senantiasa sejalan dengan prinsip-prinsip Islam. Proses ini berlangsung melalui pemahaman yang menyeluruh terhadap ajaran agama, disertai kesadaran akan urgensinya dalam kehidupan, serta diikuti dengan upaya nyata untuk mengamalkannya dalam perilaku sehari-hari.³² Dalam proses ini, nilai-nilai Islam tidak hanya dipelajari secara konseptual, tetapi juga diwujudkan dalam perilaku, tutur kata, dan tindakan nyata individu. Oleh karena itu, internalisasi nilai-nilai agama Islam memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk manusia yang beriman, berakhlak terpuji, serta mampu menata kehidupannya sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam.

B. Nilai-Nilai Islam

Islam menegaskan bahwa setiap manusia memiliki tanggung jawab moral untuk berupaya sebaik mungkin dalam menjalankan seluruh ajaran dan ketentuan Islam di berbagai

³²Irsyad, I., Sukardi, I., & Nurlaila, N. (2022). Internalisasi Nilai-Nilai Agama Islam Dalam Pembentukan Budaya Beragama Siswa. *Muaddib: Islamic Education Journal*, 5(1), 9-16.

bidang kehidupan.³³ Oleh karena itu, ajaran Islam menuntun manusia agar mampu menjaga keseimbangan antara kepentingan dunia dan akhirat. Nilai-nilai keagamaan adalah segala bentuk perilaku yang berlandaskan pada ajaran dan prinsip-prinsip Islam. Nilai-nilai Islami yang ingin ditanamkan bertujuan untuk menanamkan dan menumbuhkan pemahaman serta pengamalan ajaran agama, sehingga dapat diterapkan secara baik dan konsisten dalam kehidupan masyarakat.³⁴ Beberapa nilai Islam yang menjadi ciri khas dalam pendidikan pesantren antara lain sebagai berikut:

1. Tauhid (Keimanan kepada Allah SWT), Pesantren menanamkan keyakinan bahwa Allah SWT adalah satu-satunya Tuhan yang patut disembah. Melalui pembelajaran Al-Qur'an dan Hadis, santri dibimbing untuk memahami makna tauhid serta mengamalkannya dalam setiap sikap dan keputusan hidup.

³³Yasir, M., & Maulida, N. (2022). Pengaruh Nilai-nilai Islam terhadap Budaya Organisasi. *Langgas: Jurnal Studi Pembangunan*, 1(1), 26-30.

³⁴Ristianah, N. (2020). Internalisasi nilai-nilai keislaman perspektif sosial kemasyarakatan. *Darajat: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 3(1), 1-13.

2. Akhlak Mulia, Santri diajarkan untuk menumbuhkan budi pekerti yang baik sesuai dengan ajaran Islam. Nilai-nilai seperti kejujuran, kesabaran, kerendahan hati, dan perilaku terpuji menjadi bagian penting dalam pembentukan kepribadian mereka.
3. Keadilan, Pesantren menanamkan nilai keadilan sebagai salah satu prinsip utama dalam Islam. Santri dididik agar mampu bersikap adil, menghargai hak orang lain, serta menjunjung kesetaraan tanpa membedakan latar belakang sosial, agama, atau etnis.
4. Kepedulian Sosial, Santri dibina untuk memiliki rasa empati dan tanggung jawab sosial terhadap sesama. Mereka diajak aktif membantu masyarakat, peduli terhadap lingkungan, serta terlibat dalam kegiatan sosial yang membawa manfaat bagi banyak orang.
5. Ketekunan Beribadah, Pesantren membentuk kebiasaan santri agar istiqamah dalam beribadah kepada Allah SWT, seperti shalat, puasa, membaca Al-Qur'an, dan ibadah

lainnya. Ibadah dipandang sebagai wujud pengabdian dan kedekatan diri kepada Sang Pencipta.

6. Ilmu dan Pendidikan, Pesantren menekankan pentingnya menuntut ilmu sebagai kewajiban setiap Muslim. Santri didorong untuk terus belajar dan mengembangkan pengetahuan, baik dalam bidang agama maupun ilmu duniawi.³⁵

C. Tinjauan Tentang Gen Z

1. Pengertian Gen Z

Pada tahun 2017, Deloitte mengungkapkan bahwa dalam empat tahun berikutnya, Generasi Z diprediksi akan mencakup lebih dari 20% dari total tenaga kerja di berbagai organisasi. Namun demikian, pembahasan mengenai kehadiran Gen Z di dunia kerja masih belum mendapatkan perhatian yang signifikan, karena fokus banyak organisasi masih tertuju pada Generasi Y atau generasi milenial. Berdasarkan sejumlah penelitian sebelumnya, Generasi Z

³⁵Mediawati, B. T. E. (2023). Transformasi nilai-nilai Islam melalui pendidikan pesantren: Implementasi dalam pembentukan karakter santri. *Journal of International Multidisciplinary Research Vol, 1*(1).

merujuk pada individu yang lahir setelah tahun 1995, yang juga dikenal sebagai generasi pasca-milenial.³⁶ Generasi ini berkembang di tengah pesatnya kemajuan teknologi, keterhubungan global, serta arus informasi yang begitu cepat, yang pada akhirnya membentuk karakteristik yang adaptif, inovatif, dan memiliki ketergantungan kuat terhadap pemanfaatan teknologi digital dalam berbagai aktivitas, baik profesional maupun personal. Dengan demikian, kehadiran Generasi Z di dunia kerja menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi organisasi dalam mengelola sumber daya manusia yang lebih dinamis, kreatif, serta memiliki orientasi tinggi terhadap perubahan dan pembaruan.

Generasi Z, atau yang sering disebut Gen Z, merupakan kelompok generasi termuda yang sebagian besar aktivitasnya sangat bergantung pada penggunaan teknologi, termasuk dalam menentukan pilihan instrumen investasi. Generasi ini dikenal menyukai segala sesuatu

³⁶Sakitri, G. (2021, July). Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!. In *Forum Manajemen* (Vol. 35, No. 2, pp. 1-10).

yang bersifat cepat dan praktis, serta memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi, kemampuan berpikir kritis, dan tekad kuat untuk meraih kesuksesan. Karakteristik tersebut menjadi pembeda utama antara Gen Z dengan generasi-generasi sebelumnya, seperti Generasi Y (milenial) dan Generasi X.³⁷ Selain itu, Generasi Z menunjukkan kecenderungan yang lebih selektif dan rasional dalam membuat keputusan, terutama yang berkaitan dengan aspek keuangan dan karier. Mereka lebih mengandalkan platform digital sebagai sumber utama untuk memperoleh informasi, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana referensi dan pembelajaran. Generasi ini juga memiliki tingkat keterbukaan yang tinggi terhadap inovasi, perubahan, dan perkembangan teknologi baru. Oleh karena itu, Gen Z dipandang sebagai generasi yang memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk arah kemajuan ekonomi,

³⁷Widjanarko, W., Hadita, H., Saputra, F., & Cahyanto, Y. D. (2023). Determinasi Kemudahan Akses Informasi Bagi Keputusan Investasi Gen Z. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(4), 248-264.

sosial, dan budaya di era digital yang terus berkembang pesat.

2. Karakteristik Gen Z

Karakteristik merupakan sifat atau ciri khas yang dapat meningkatkan kualitas hidup seseorang. Setiap individu memiliki karakteristik yang unik, sehingga tidak dapat disamakan antara satu dengan yang lain. Hal ini juga berlaku bagi Generasi Z yang memiliki keunikan tersendiri dan membedakan mereka dari generasi-generasi sebelumnya. Setiap anggota Generasi Z menunjukkan karakteristik yang beragam, dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti lingkungan tempat tinggal, kondisi keluarga, tingkat ekonomi, serta pola komunikasi yang cenderung lebih terbuka dan dinamis dibandingkan dengan generasi terdahulu.³⁸

³⁸Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik generasi z dan kesiapannya dalam menghadapi bonus demografi 2030. *Accounting student research journal*, 2(1), 59-72.

a. Melek dengan Kemajuan Media dan Teknologi Digital

Generasi ini sangat akrab dengan perkembangan media dan teknologi digital. Melalui berbagai perangkat seperti gadget, mereka mampu mengakses dan mengenal dunia dengan cepat serta menguasai beragam platform media. Namun, di sisi lain, kemudahan ini juga menimbulkan dampak negatif, di mana sebagian dari mereka menjadi kurang termotivasi untuk belajar secara mendalam karena merasa telah memperoleh banyak pengetahuan dari dunia digital.

b. Gaya Hidup Serba Instan

Pada era modern ini, generasi tersebut terbiasa memenuhi berbagai kebutuhannya dengan cara yang serba cepat, praktis, dan instan tanpa perlu menunggu lama. Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul dampak negatif berupa menurunnya tingkat kesabaran dalam menghadapi proses yang memerlukan waktu dan ketekunan.

c. Lebih Kritis Dalam Menyikapi Informasi Baru

Dengan kemampuan mereka dalam membandingkan berbagai informasi yang diperoleh, generasi ini cenderung memiliki pola pikir yang lebih kritis dan analitis. Namun, sisi kelemahannya terletak pada kecenderungan sulit menerima hal-hal yang bersifat spiritual atau berkaitan dengan keimanan, kecuali bagi mereka yang tumbuh dalam lingkungan keluarga yang religius dan memiliki pembinaan keagamaan yang kuat.

d. Senang akan Hal-Hal Baru

Mereka akan mengembangkan pola pikir yang menekankan pentingnya inovasi dalam setiap karya yang dihasilkan.

e. Memiliki Sifat Konsumtif Tapi Juga Produktif

Bagi mereka yang memiliki kemampuan finansial, kecenderungan untuk membeli barang lebih didorong oleh keinginan mengikuti tren atau gaya hidup yang sedang populer, bukan semata-mata karena kebutuhan yang mendesak.

f. Smartphone Menjadi Barang yang Paling Berharga

Bagi mereka, smartphone layaknya jendela menuju dunia luar yang berperan penting dalam menunjang aktivitas belajar maupun pekerjaan. Ketergantungan terhadap perangkat ini begitu tinggi, sehingga ketika harus berpisah darinya, mereka dapat merasa kehilangan, seolah kehilangan sahabat dekat, bahkan dalam beberapa kasus dapat menimbulkan perasaan stres atau tekanan emosional.

g. Bersifat Individual

Sibuk dengan berbagai aktivitasnya masing-masing, mereka sering kali menjadi kurang peka dan kurang memperhatikan kondisi di sekitarnya.³⁹

3. Pola Komunikasi Gen Z

a. Kecenderungan dalam Berkomunikasi secara Digital

Generasi Z cenderung lebih menyukai penggunaan platform digital sebagai sarana komunikasi, seperti

³⁹Mansur, A., & Ridwan, R. (2022). Karakteristik siswa generasi z dan kebutuhan akan pengembangan bidang bimbingan dan konseling. *Educatio*, 17(1), 120-130.

media sosial, aplikasi pesan instan, dan berbagai layanan berbasis internet. Mereka umumnya kurang tertarik pada komunikasi langsung atau panggilan telepon konvensional, dan lebih memilih percakapan berbentuk teks atau pesan singkat yang dianggap lebih cepat dan efisien dalam merespons. Berbagai penelitian juga menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk pola komunikasi, interaksi sosial, serta cara berpikir Generasi Z.

b. Penggunaan Bahasa Gaul

Generasi Z sering memanfaatkan bahasa gaul dalam interaksi sehari-hari, baik dalam percakapan langsung maupun melalui media sosial. Kebiasaan ini dipengaruhi oleh perkembangan teknologi komunikasi serta dinamika lingkungan sosial mereka, yang turut mendorong muncul dan meluasnya ragam bahasa baru.

D. Internalisasi Nilai Islam pada Gen Z

Krisis spiritual dalam kehidupan masyarakat modern kini semakin nyata terlihat. Banyak individu yang tampak

sehat secara fisik, namun sebenarnya mengalami kekosongan atau gangguan rohani. Oleh karena itu, pendidikan Islam memiliki peran penting dalam mengatasi krisis tersebut. Melalui pendidikan Islam, manusia dapat mencapai keseimbangan antara kebutuhan jasmani dan rohani sehingga mampu menjalani kehidupan secara harmonis.⁴⁰ Di samping itu, pendidikan Islam berperan penting dalam membentuk karakter serta menanamkan nilai-nilai moral yang mulia, sehingga individu tidak mudah terombang-ambing oleh pengaruh kehidupan modern. Dengan memiliki dasar spiritual yang kokoh, seseorang akan memiliki tujuan hidup yang terarah, mampu mempertahankan integritas pribadi, dan memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi lingkungan serta masyarakat sekitarnya.

Proses internalisasi nilai-nilai keberagamaan adalah usaha yang dilakukan secara sadar untuk menanamkan prinsip-prinsip moral keagamaan dalam diri seseorang melalui

⁴⁰Syarifah, S., & Hidayat, F. (2024). Internalisasi prinsip moderasi beragama dalam mewujudkan generasi z islam moderat. *Al Ashriyyah*, 10(1), 61-79.

berbagai aspek kehidupan. Agar nilai-nilai keislaman dapat tertanam secara mendalam dan membentuk karakter, agar proses internalisasi lebih efektif perlu melibatkan lingkungan keluarga, lembaga pendidikan, dan masyarakat.⁴¹ Dengan adanya kolaborasi antara ketiga lingkungan tersebut, seseorang tidak hanya mempelajari ajaran agama secara pengetahuan semata, tetapi juga mampu meresapi dan menerapkannya dalam aktivitas sehari-hari. Hal ini mendorong terbentuknya pribadi yang berakhlak serta memiliki peran positif dalam kehidupan sosial di sekitarnya.

Mengingat Generasi Z akan memegang peranan penting dalam kemajuan dan pembangunan bangsa di masa depan, maka pembentukan karakter menjadi hal yang sangat penting.⁴² Proses internalisasi nilai-nilai Islam di kalangan remaja merupakan langkah dalam pembentukan karakter, sikap, dan jati diri keagamaan mereka. Internalisasi adalah

⁴¹Stiqomah, S. D., & Kholifah, A. (2025). Penguatan Wawasan Kebangsaan Pada Generasi Muda Melalui Internalisasi Nilai-Nilai Keberagamaan. *Edumulya: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 3(1), 32-45.

⁴²Khalishah, R. (2024). THE The Implementation of Islamic Values in Generation Z in Building Outstanding Characters in the Era of Globalization. *Tarbawy: Jurnal Pendidikan Islam*, 11(2), 55-62.

proses penanaman dan penghayatan nilai-nilai hingga tertanam kuat dalam kesadaran serta membentuk kepribadian individu.⁴³ Melalui proses ini, remaja diharapkan mampu menerapkan ajaran Islam dalam berbagai aspek kehidupannya, baik dalam tindakan sehari-hari, hubungan sosial, maupun dalam menentukan pilihan moral. Internalisasi nilai-nilai Islam juga berfungsi sebagai pelindung bagi remaja agar tidak mudah terjerumus oleh pengaruh buruk lingkungan dan tantangan modernitas yang semakin beragam. Dengan cara ini, mereka dapat berkembang menjadi generasi yang memiliki keimanan kuat, berakhlak terpuji, serta berkontribusi positif dalam mewujudkan masyarakat yang berlandaskan nilai-nilai Islami.

E. Kajian Tentang Manajemen Dakwah

Manajemen dakwah merupakan bidang studi yang tergolong baru dalam ranah ilmu manajemen. Istilah ini tersusun dari dua konsep, yakni “manajemen” dan “dakwah,” yang pada dasarnya berasal dari wilayah pemikiran yang

⁴³Ahrori, M. H. (2025). Internalisasi Pemahaman Agama Islam Di Kalangan Remaja Melalui Pendekatan Lembaga Kemasyarakatan Lokal di Jambon Ponorogo. *Hikamatzu| Journal of Multidisciplinary*, 2(2).

berbeda. Bagi sebagian kalangan, manajemen sering diasosiasikan dengan ilmu ekonomi Barat yang bernuansa sekuler, sedangkan dakwah dipahami sebagai konsep keagamaan yang menekankan keseimbangan antara kepentingan dunia dan akhirat. Namun demikian, dalam manajemen dakwah, kedua konsep tersebut dipadukan sehingga melahirkan bidang kajian yang khas, yang dirancang untuk memenuhi tuntutan profesionalisme dalam pengelolaan organisasi dakwah serta mendukung efektivitas pelaksanaan kegiatan dakwah.⁴⁴ Dengan demikian, manajemen dakwah hadir sebagai pendekatan yang mampu menginternalisasikan nilai-nilai spiritual dengan prinsip-prinsip pengelolaan modern.

Secara etimologis, istilah *manajemen* berasal dari bahasa Inggris *management*, yang berarti ketatalaksanaan, kepemimpinan, atau pengelolaan. Dengan demikian, manajemen dapat dipahami sebagai suatu proses yang dilakukan oleh individu maupun kelompok untuk

⁴⁴Sumardianto, E. (2025). Dakwah Kepada Gen Z: Tinjauan Komponen Manajemen Dakwah. *Tanzhim: Jurnal Dakwah Terprogram*, 3(1), 67-84.

mengoordinasikan berbagai usaha demi mencapai tujuan tertentu. Dalam bahasa Arab, konsep manajemen dikenal dengan istilah *an-nizham* atau *at-tanzhim*, yang merujuk pada penataan segala sesuatu pada tempatnya secara tepat. Secara lebih luas, manajemen mencakup kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian (P4) berbagai sumber daya organisasi agar tujuan dapat dicapai dengan efektif dan efisien.⁴⁵ Melalui penerapan manajemen yang baik, suatu organisasi mampu berjalan secara teratur, terukur, dan mampu menyesuaikan diri dengan berbagai perubahan yang terjadi dalam lingkungan kerja.⁴⁶

Secara etimologis, istilah *dakwah* berasal dari bahasa Arab *da'a*, *yad'u*, *da'wan/di'ā*, yang berarti mengajak, menyeru, memanggil, atau menyampaikan permohonan dan ajakan. Istilah ini kerap disepadankan dengan sejumlah konsep lain seperti *tabligh*, *amar ma'ruf nahi munkar*, *mau'izhah*

⁴⁵Wastiyah, L. J. (2020). Peran Manajemen Dakwah di Era Globalisasi (Sebuah Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Tantangan). *Idarotuna*, 3(1), 1-15.

⁴⁶Wastiyah, L. J. (2020). Peran Manajemen Dakwah di Era Globalisasi (Sebuah Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Tantangan). *Idarotuna*, 3(1), 1-15.

*hasanah, tabsyir, indzhar, washiyah, tarbiyah, ta'lim, dan khotbah, yang semuanya merujuk pada upaya menyampaikan ajaran Islam kepada orang lain.*⁴⁷

Secara terminologis, dakwah dipahami sebagai ajakan yang bersifat positif, yakni mengajak manusia menuju kebaikan serta keselamatan di dunia dan akhirat. Para ulama memberikan definisi yang beragam, salah satunya dari Ali Makhfudh dalam *Hidayatul Mursyidin* yang menjelaskan bahwa dakwah adalah upaya mendorong manusia untuk melakukan kebajikan, mengikuti tuntunan agama, mengajak mereka kepada hal-hal yang baik, serta menjauhkan mereka dari perbuatan mungkar agar meraih kebahagiaan dunia dan akhirat.⁴⁸ Selain itu, dakwah dipandang sebagai amanah bersama seluruh umat Islam, bukan semata-mata kewajiban personal. Karena itu, proses penyampaian dakwah menuntut pendekatan yang arif, penuh pertimbangan, serta menyesuaikan metode dengan konteks sosial dan kebutuhan

⁴⁷ Sudirman, (2025), *Manajemen Dakwah*, Publica Indonesia Utama: Jakarta, hal.17

⁴⁸Wastiyah, L. J. (2020). Peran Manajemen Dakwah di Era Globalisasi (Sebuah Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Tantangan). *Idarotuna*, 3(1), 1-15.

mad'u. Dengan demikian, dakwah tidak terbatas pada bentuk penyampaian lisan, melainkan juga mencakup pemberian keteladanan dan pengamalan nilai-nilai Islam secara konkret dalam aktivitas kehidupan sehari-hari.

Manajemen dakwah merupakan proses pengelolaan aktivitas dakwah secara efektif dan efisien melalui suatu struktur organisasi yang terkoordinasi, yang dibangun secara sadar untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Dengan demikian, manajemen dakwah dapat dipahami sebagai usaha terencana yang dilakukan oleh lembaga atau organisasi dakwah, yang pelaksanaannya disusun dan disepakati bersama oleh para pemangku kepentingan.⁴⁹ Selain itu, manajemen dakwah menuntut adanya perencanaan strategis, pelaksanaan yang sistematis, serta evaluasi berkelanjutan agar setiap kegiatan dakwah berjalan sesuai dengan prinsip profesionalitas dan mampu memberikan dampak nyata bagi sasaran dakwah.

Dalam perspektif manajemen dakwah, dijelaskan pentingnya pengelolaan dakwah secara profesional.

⁴⁹Sidiq, U., & Khoirussalim, M. P. I. (2022). Manajemen Dakwah. *Ponorogo: STAIM Tulungagung*.

Profesionalisme tersebut mencakup perencanaan dakwah (*takhtith*), pengorganisasian dakwah (*tahzim*), pergerakan dakwah (*tawjih*), pengendalian dan evaluasi dakwah (*riqabah*), hingga rekayasa sosial dalam perspektif dakwah.

a. *Planning* (Perencanaan)

Dalam pengelolaan dakwah, perencanaan yang dilakukan secara matang akan membuat kegiatan dakwah berjalan lebih terarah, teratur, dan sistematis, serta memungkinkan pemilihan tindakan yang sesuai dengan situasi dan kondisi yang ada. Perencanaan yang diawali dengan penelitian juga memungkinkan adanya persiapan yang lebih baik, baik dalam aspek sumber daya manusia, fasilitas, biaya, maupun metode yang digunakan.

Sebaliknya, tanpa perencanaan yang matang, kegiatan dakwah cenderung tidak berjalan optimal karena arah dan target yang ingin dicapai menjadi tidak jelas serta menyulitkan keterlibatan banyak pihak dalam pelaksanaannya. Pentingnya perencanaan juga dijelaskan dalam firman Allah yang memerintahkan setiap manusia

untuk mempersiapkan apa yang dilakukan untuk masa depan.

b. *Organizing* (Pengorganisasian)

Dalam pelaksanaan dakwah diperlukan pembagian tugas yang jelas melalui pendelegasian wewenang serta penyusunan hubungan kerja yang teratur. Pengorganisasian memiliki peran penting untuk menghindari penumpukan pekerjaan, tumpang tindih tugas, maupun kekosongan peran dalam aktivitas dakwah.

Beberapa prinsip manajemen yang perlu diperhatikan dalam pengorganisasian antara lain:

- 1) Pembagian kerja sesuai dengan keahlian, pengalaman, kondisi fisik, mental, dan akhlak seseorang.
- 2) Pemberian wewenang dan tanggung jawab yang jelas kepada setiap individu yang diberikan tugas.
- 3) Kesatuan komando, yaitu perintah berasal dari satu pimpinan agar tanggung jawab menjadi jelas.
- 4) Tertib dan disiplin sebagai kunci keberhasilan dalam mencapai tujuan organisasi.

- 5) Semangat persatuan yang mampu menumbuhkan kerja sama dan inisiatif dalam memajukan dakwah.
- 6) Keadilan dan kejujuran dalam hubungan antara pemimpin dan bawahan.
- 7) Koordinasi, integrasi, dan sinkronisasi agar seluruh kegiatan organisasi berjalan harmonis.

Apabila prinsip-prinsip tersebut tidak diterapkan, maka dapat terjadi mismanajemen, seperti struktur organisasi yang tidak jelas, ketidaksesuaian antara rencana dan kemampuan, serta tidak adanya keseragaman metode dalam pelaksanaan dakwah.

c. *Actuating* (Pelaksanaan)

Actuating merupakan faktor penentu dalam manajemen lembaga dakwah. Keberhasilan fungsi ini sangat bergantung pada kemampuan pimpinan dalam menggerakkan anggota organisasi. Langkah-langkah yang dilakukan meliputi pemberian motivasi, bimbingan, koordinasi, membangun pemahaman antaranggota, serta meningkatkan kemampuan dan keterampilan mereka.

d. *Controlling* (Pengawasan)

Controlling berfungsi sebagai pengaman sekaligus penggerak jalannya lembaga dakwah. Melalui fungsi ini, pimpinan dapat mencegah terjadinya penyimpangan, menghentikan kesalahan yang berlangsung, serta melakukan perbaikan dan penyempurnaan dalam pelaksanaan kegiatan dakwah.

Prinsip-prinsip manajemen dakwah tersebut menuntut adanya kepemimpinan yang visioner, jujur, dan bertanggung jawab agar seluruh aturan manajemen dapat diterapkan sesuai dengan rencana. Kelemahan yang sering terjadi bukan pada perumusan tujuan, tetapi pada pelaksanaannya. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kemampuan manajerial serta kemampuan pendukung lainnya agar tujuan dakwah dapat tercapai secara optimal.⁵⁰

⁵⁰Sidiq, U., & Khoirussalim, M. P. I. (2022). Manajemen Dakwah. *Ponorogo: STAIM Tulungagung*.