



Model Kepemimpinan Islami Untuk Generasi Z: Perspektif Komunikasi

Rahman Zaki Rizaldy¹, Riky Supratama²

¹²Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Madani Yogyakarta, Indonesia

Email: zakirizaldy144@gmail.com¹ rikysupratama@stitmadani.ac.id²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan model kepemimpinan Islami yang relevan bagi Generasi Z melalui perspektif komunikasi modern. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menganalisis bagaimana nilai-nilai inti kepemimpinan Islami seperti amanah, kejujuran, keadilan, dan musyawarah diintegrasikan dalam pola komunikasi yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z yang sangat dekat dengan teknologi digital. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang adaptif, cepat menerima informasi, dan lebih merespons gaya komunikasi visual, interaktif, dan partisipatif. Dalam konteks tersebut, pemimpin Islami dituntut untuk mampu memadukan prinsip syariah dengan pendekatan komunikasi kreatif agar pesan kepemimpinan dan dakwah dapat tersampaikan secara efektif. Hasil kajian menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai Islami mampu memperkuat kepercayaan, meningkatkan efektivitas komunikasi organisasi, serta menciptakan interaksi yang harmonis antara pemimpin dan anggota. Selain itu, adaptasi pemimpin terhadap platform digital seperti media sosial terbukti meningkatkan keterhubungan dan kedekatan emosional dengan Generasi Z. Penelitian ini menegaskan bahwa kepemimpinan Islami tetap relevan dan dapat diimplementasikan secara optimal apabila dikemas dalam komunikasi yang adaptif terhadap tuntutan zaman.

Kata Kunci: Kepemimpinan Islami, Generasi Z, komunikasi, nilai Islam, organisasi

Abstract

This study aims to describe an Islamic leadership model that is relevant for Generation Z through the lens of modern communication. Using a descriptive qualitative approach, the research examines how core Islamic leadership values such as trustworthiness, honesty, justice, and consultation are integrated into communication patterns that align with the digital-oriented characteristics of Generation Z. This generation is known for being highly adaptive, fast in processing information, and responsive to visual, interactive, and participatory communication styles. In this context, Islamic leaders are required to combine sharia-based principles with creative communication strategies so that leadership messages and religious guidance can be delivered effectively. The findings reveal that Islamic values strengthen trust, enhance organizational communication effectiveness, and build harmonious interactions between leaders and members. Furthermore, leaders' adaptation to digital platforms such as social media increases emotional connection and engagement with Generation Z. This study concludes that Islamic leadership remains highly relevant and can be optimally implemented when packaged through communication methods that adapt to contemporary societal dynamics.

Keywords: Islamic leadership, Generation Z, communication, Islamic values, organization

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi pada era Revolusi Industri 4.0 telah membawa perubahan besar dalam kehidupan sosial, budaya, dan religius masyarakat global. Salah satu kelompok yang paling terdampak oleh transformasi digital ini adalah Generasi Z, yaitu generasi yang lahir dan tumbuh dalam ekosistem yang sepenuhnya terhubung dengan internet, perangkat mobile, dan media sosial. Karakteristik mereka yang cepat beradaptasi, berpikir kritis, menyukai kebebasan berekspresi, dan lebih nyaman berinteraksi secara virtual menjadikan pola komunikasi mereka sangat berbeda dari generasi sebelumnya. Kondisi ini menuntut adanya pola kepemimpinan baru yang mampu menyelaraskan nilai-nilai keislaman dengan dinamika digital yang mereka hadapi sehari-hari (Rimadhani 2024).

Dalam tradisi Islam, kepemimpinan bukan semata-mata kedudukan struktural, tetapi sebuah amanah suci yang mengharuskan pemimpin menjalankan tanggung jawabnya dengan penuh integritas, kejujuran, keadilan, dan keteladanan. Prinsip *al-amānah* (amanah), *al-'adālah* (keadilan), *shiddiq* (kejujuran), dan *uswah hasanah* (keteladanan) merupakan fondasi utama dalam membentuk kepemimpinan yang ideal (Ihsan et al. 2025). Nilai-nilai ini menegaskan bahwa seorang pemimpin tidak hanya berfungsi sebagai pengendali organisasi, tetapi juga sebagai pendidik moral dan pemandu spiritual bagi komunitasnya. Namun, untuk dapat diterima dan berdampak pada Generasi Z, nilai-nilai tersebut tidak cukup disampaikan secara normatif; pemimpin harus mampu mengemasnya dalam bentuk komunikasi yang aktual, kreatif, interaktif, dan kontekstual (Rian, Agiyani, and Ali 2025).

Generasi Z cenderung lebih menyukai gaya komunikasi yang langsung, visual, partisipatif, dan berbasis pada narasi pengalaman. Media digital seperti TikTok, Instagram, YouTube, dan podcast tidak hanya berfungsi sebagai kanal hiburan, tetapi juga menjadi sumber utama pembelajaran, referensi moral, dan ruang pembentukan identitas diri. Menurut penelitian Ika, Jenny, Razzaq, dan Nugraha (2025), lebih dari 70% Generasi Z memperoleh informasi keagamaan melalui media sosial, termasuk konten dakwah singkat, ceramah digital, dan

diskusi interaktif di ruang virtual. Fenomena ini menandakan bahwa ruang digital telah menjadi arena baru dalam pembinaan umat. Akibatnya, pemimpin yang tidak mampu beradaptasi dengan pola komunikasi tersebut berpotensi kehilangan kedekatan emosional dan pengaruh terhadap generasi ini (Muhalli 2023).

Kepemimpinan Islami dalam konteks digital bukan berarti meninggalkan nilai-nilai tradisional, tetapi menjembatani nilai tersebut dengan gaya komunikasi modern. Pemimpin harus mampu menghadirkan pesan-pesan keislaman secara inklusif, dialogis, dan mudah diterima oleh generasi yang mengutamakan kecepatan, keterbukaan informasi, serta keautentikan. Misalnya, penyampaian nilai amanah dapat dikaitkan dengan etika bermedia sosial, kejujuran dengan literasi digital, dan keteladanan dengan perilaku positif di ruang publik online. Dengan demikian, nilai-nilai Syariah tidak lagi dipahami sebagai konsep abstrak, tetapi sebagai prinsip hidup yang nyata dan relevan bagi keseharian Generasi Z (Melvia and Ilham 2023).

Di tengah derasnya arus globalisasi, maraknya informasi hoaks, polarisasi sosial di media digital, serta tantangan identitas yang dialami generasi muda, kehadiran kepemimpinan Islami yang komunikatif dan responsif menjadi kebutuhan mendesak. Kepemimpinan yang mampu memadukan nilai-nilai spiritual dengan pemahaman mendalam tentang budaya digital dapat menjadi fondasi kuat dalam membentuk generasi yang tidak hanya cerdas secara teknologi, tetapi juga matang secara moral dan spiritual. Karena itu, kajian mengenai integrasi kepemimpinan Islami dan komunikasi digital dalam konteks Generasi Z menjadi semakin penting, tidak hanya bagi dunia akademis, tetapi juga bagi lembaga pendidikan, organisasi dakwah, dan institusi keumatan yang berupaya membina generasi penerus.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk menggali dan memahami secara komprehensif bagaimana model kepemimpinan Islami dapat diterapkan pada Generasi Z melalui perspektif komunikasi. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menjelaskan fenomena secara mendalam, naturalistik, dan kontekstual—bukan hanya menguji hipotesis,

tetapi menginterpretasikan makna di balik perilaku, preferensi komunikasi, serta dinamika hubungan antara pemimpin dan anggota Generasi Z. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menangkap realitas sosial secara lebih luas, terutama ketika membahas isu-isu mengenai nilai Islam, gaya komunikasi digital, dan pembentukan karakter generasi muda (Hanyfah, Fernandes, and Budiarto 2022).

Objek penelitian mencakup model kepemimpinan Islami yang diterapkan dalam berbagai lingkungan, seperti lembaga pendidikan Islam, organisasi kemasyarakatan, komunitas dakwah digital, serta institusi informal yang melibatkan interaksi langsung dengan Generasi Z (Hidayat and Hilalludin 2024). Fokus utama penelitian adalah menggali bagaimana nilai-nilai kepemimpinan seperti amanah, keadilan, keteladanan, dan komunikasi yang humanis dapat diadaptasikan pada pola komunikasi Generasi Z yang cepat, interaktif, visual, dan berbasis teknologi. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menggambarkan model kepemimpinan secara teoritis, tetapi juga memahami relevansinya dalam praktik komunikasi kontemporer (Imanina 2020).

Sumber data penelitian diperoleh melalui telaah literatur mendalam, yang meliputi analisis buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian terkini, serta publikasi digital terkait kepemimpinan Islami, komunikasi organisasi, dan karakteristik komunikasi Generasi Z. Selain itu, penelitian juga memanfaatkan analisis teori-teori komunikasi modern, literasi digital, serta kajian kontemporer mengenai gaya kepemimpinan yang efektif dalam masyarakat digital. Teknik analisis data dilakukan melalui proses reduksi data, kategorisasi, interpretasi, dan penarikan kesimpulan untuk menghasilkan gambaran yang koheren mengenai integrasi kepemimpinan Islami dengan kebutuhan komunikasi Generasi Z. Dengan metode ini, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan model kepemimpinan yang relevan dengan era digital (Sholikhah 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Dasar Kepemimpinan Islami dalam Konteks Generasi Z (Perspektif Komunikasi)

Kepemimpinan dalam Islam memiliki dimensi moral, spiritual, dan sosial yang menjadi fondasi dalam mengarahkan umat menuju tujuan kebaikan. Pemimpin tidak hanya berperan sebagai pengambil keputusan, tetapi juga sebagai komunikator, motivator, dan pembina karakter. Menurut Sumawati, Nuzulla, dan Mubarak (2023), setiap organisasi membutuhkan pemimpin yang mampu mempengaruhi anggota agar bergerak harmonis menuju tujuan bersama. Dalam konteks Generasi Z, kebutuhan akan pemimpin yang komunikatif dan adaptif menjadi semakin penting karena mereka hidup dalam lingkungan digital yang serba cepat, visual, dan interaktif (Zulaikha and others 2025).

Secara konseptual, kepemimpinan Islami menekankan nilai amanah, keadilan, keteladanan, integritas, serta kemampuan menyampaikan pesan (tabligh) dengan cara yang bijaksana. Nilai-nilai ini bersumber dari contoh teladan Rasulullah SAW yang menjadi model kepemimpinan terbaik sepanjang masa (Rani and Hilalludin 2025). Istilah *ulil amri*, *umara*, dan *khadimul ummah* menegaskan bahwa pemimpin dalam Islam adalah sosok yang melayani, membimbing, dan memberi arah, bukan sekadar memerintah. Prinsip pelayanan ini sangat relevan dengan teori modern seperti *servant leadership*, yang menempatkan kebutuhan pengikut sebagai prioritas utama, serta *transformational leadership*, yang menekankan inspirasi, motivasi, dan pembentukan karakter konsep yang sangat dibutuhkan dalam membina Generasi Z (Pramelani and Jaelani 2024).

Ketika nilai-nilai kepemimpinan Islami ditempatkan dalam konteks komunikasi generasi masa kini, terlihat dengan jelas bahwa esensi kepemimpinan bukan hanya pada apa yang disampaikan, tetapi bagaimana pesan tersebut dikomunikasikan. Generasi Z lebih responsif terhadap komunikasi yang transparan, autentik, kreatif, dan partisipatif. Oleh karena

itu, pemimpin yang ingin efektif harus mampu menggunakan bahasa yang relevan, media yang sesuai, dan pendekatan komunikasi yang dialogis. Pemimpin Islami yang memahami nilai *tabligh* dan *hikmah* dapat memanfaatkan platform digital seperti media sosial, video pendek, dan konten visual untuk menyampaikan pesan kepemimpinan secara lebih menarik dan dapat diterima. Dengan demikian, konsep kepemimpinan Islami tetap kokoh secara nilai, namun fleksibel dalam metode penyampaian (Mulia et al. 2025).

Melalui integrasi nilai Islam dan model komunikasi kontemporer ini, konsep kepemimpinan Islami dapat diperbarui menjadi lebih kompatibel dengan karakter Generasi Z tanpa menghilangkan esensi spiritualnya. Pemimpin tidak hanya menjadi figur otoritatif, tetapi juga menjadi influencer moral yang mampu membimbing generasi muda melalui komunikasi yang santun, efektif, dan relevan dengan realitas digital mereka. Dengan pendekatan tersebut, kepemimpinan Islami dapat menjadi model yang unggul dalam membentuk karakter, perilaku, dan literasi spiritual Generasi Z di era modern.

B. Karakteristik Komunikasi Generasi Z dalam Konteks Kepemimpinan Islami

Generasi Z merupakan kelompok yang tumbuh dalam ekosistem digital yang sangat dinamis, dimana interaksi sosial, aktivitas belajar, hingga proses pembentukan identitas diri banyak dipengaruhi oleh teknologi informasi. Mereka dikenal sebagai *digital natives* yang sangat fasih menggunakan media sosial, platform video pendek, dan aplikasi berbasis visual sebagai sarana utama berkomunikasi. Menurut penelitian terbaru, Generasi Z lebih responsif terhadap gaya komunikasi yang cepat, ringkas, visual, dan interaktif, sehingga pesan yang disampaikan melalui media konvensional sering kali kurang menarik perhatian mereka. Pola komunikasi seperti ini menunjukkan bahwa generasi ini tidak hanya membutuhkan informasi,

tetapi juga pengalaman komunikasi yang menarik, kreatif, dan personal (Muhsin, Yassir, and Musthofa 2025).

Karakteristik lainnya adalah kebutuhan mereka terhadap keterbukaan, keautentikan, dan partisipasi. Generasi Z cenderung menghindari gaya komunikasi yang kaku, otoriter, dan satu arah. Mereka lebih menyukai pemimpin yang mampu mendengarkan, memberikan ruang dialog, serta menyampaikan pesan dengan jujur dan apa adanya. Secara psikologis, Gen Z lebih terhubung dengan figur pemimpin yang mampu menunjukkan empati, fleksibilitas, dan pemahaman terhadap konteks kehidupan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas kepemimpinan Islami pada generasi ini sangat dipengaruhi oleh kemampuan pemimpin dalam mengomunikasikan nilai spiritual dengan gaya yang humanis dan inklusif (Chairunisa 2025).

Jika dikaitkan dengan kepemimpinan Islami, karakteristik ini membuka peluang besar sekaligus tantangan. Nilai-nilai Islam seperti amanah, kejujuran, dan keteladanan sebenarnya sangat sesuai dengan kebutuhan komunikasi Generasi Z yang mengutamakan transparansi dan keautentikan. Namun, metode penyampaian perlu menyesuaikan gaya komunikasi yang mereka sukai (Fajriansyah and Hilalludin 2025). Misalnya, konsep *tabligh* dapat direalisasikan melalui konten digital yang inspiratif; konsep *hikmah* bisa diwujudkan dalam penyampaian pesan yang persuasif dan empatik; sementara *uswah hasanah* dapat diekspresikan melalui perilaku positif pemimpin dalam interaksi digital dan tatap muka. Oleh karena itu, pemimpin Islami tidak cukup hanya memahami nilai syariat, tetapi juga harus mampu mengadaptasikan metode komunikasi sesuai kebutuhan generasi ini (Naufaldhi 2024).

Kekuatan Generasi Z dalam menggunakan teknologi juga dapat menjadi peluang strategis bagi pengembangan dakwah dan kepemimpinan Islami. Pemimpin yang memahami dunia digital akan mampu menjangkau mereka secara lebih efektif melalui platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan podcast. Konten dakwah atau kepemimpinan yang dikemas secara kreatif

misalnya dalam bentuk video singkat, infografis, atau diskusi live akan lebih mudah diterima oleh generasi yang memiliki rentang perhatian pendek (*short attention span*). Dengan demikian, integrasi komunikasi digital dan nilai Islami dapat menghadirkan model kepemimpinan baru yang dekat dengan Generasi Z, relevan dengan kebutuhan mereka, serta tetap berlandaskan prinsip-prinsip Islam.

C. Karakteristik Generasi Z dalam Perspektif Komunikasi Kepemimpinan Islami

Generasi Z memiliki karakter komunikasi yang berbeda dari generasi sebelumnya, terutama karena mereka lahir dan tumbuh dalam lingkungan digital yang sangat cepat, interaktif, dan terbuka. Pola komunikasi mereka cenderung instan, visual, kolaboratif, dan sangat terhubung dengan teknologi (Fikri, Hilalludin, and Shafi 2024). Dalam konteks kepemimpinan Islami, karakteristik ini perlu dipahami sebagai peluang untuk menanamkan nilai-nilai spiritual melalui pendekatan komunikasi yang humanis, relevan, dan adaptif (Supratama and Hilalludin 2025). Generasi Z menyukai pemimpin yang autentik, jujur, dapat diakses, dan mampu menyampaikan pesan yang tidak hanya informatif tetapi juga inspiratif. Prinsip komunikasi Islami seperti *tabligh* (kejelasan penyampaian), *fathanah* (kecerdasan), dan *amanah* (kepercayaan) menjadi sangat relevan untuk membentuk kedekatan emosional dan kepercayaan antara pemimpin dan generasi ini (Lafau, Waruwu, and Siahaan 2024).

Selain itu, generasi Z memiliki kecenderungan menilai kepemimpinan bukan hanya dari posisi atau status, tetapi dari kemampuan pemimpin menjalin koneksi, memberikan ruang dialog, dan menunjukkan keteladanan secara nyata. Karena itu, komunikasi kepemimpinan Islami harus mengedepankan pendekatan dua arah interaktif, empatik, dan mampu menerima kritik secara terbuka (Sari et al. 2025). Penggunaan media sosial, konten multimedia, dan ruang digital lainnya dapat menjadi sarana efektif untuk menyampaikan nilai-nilai Islami seperti *akhlaq karimah*, kerja sama,

tanggung jawab, dan integritas. Dengan kata lain, pemimpin yang memahami karakter komunikasi Generasi Z tidak hanya mampu memengaruhi secara verbal, tetapi juga mampu menghadirkan keteladanan digital yang selaras dengan prinsip syariah dan adab Islami (Assiroji 2021).

D. Pengaruh Nilai-Nilai Islam terhadap Efektivitas Komunikasi Organisasi

Nilai-nilai Islam seperti keadilan, kejujuran, amanah, musyawarah, dan akhlak mulia memiliki pengaruh signifikan terhadap efektivitas komunikasi dalam sebuah organisasi. Dalam perspektif kepemimpinan Islami, komunikasi tidak hanya dipahami sebagai proses penyampaian pesan, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan karakter, penguatan kepercayaan, serta pembangunan budaya kerja yang berlandaskan nilai spiritual. Kepemimpinan yang berorientasi pada nilai-nilai tersebut menciptakan hubungan yang lebih manusiawi dan etis antara pemimpin dan anggota organisasi (Nabilah 2025). Menegaskan bahwa integrasi nilai Islam mampu meningkatkan kepercayaan dan motivasi anggota karena kejujuran, amanah, dan prinsip musyawarah membuka ruang partisipasi yang adil dan transparan. Ketika anggota merasa dilibatkan dan dihargai, mereka menjadi lebih termotivasi untuk bekerja dan berkontribusi secara optimal (Maharani 2025).

Selain itu, nilai-nilai Islam juga menciptakan lingkungan kerja yang harmonis. Penekanan pada akhlak mulia seperti kesopanan, empati, dan saling menghormati membuat anggota merasa aman secara psikologis dan nyaman dalam menjalankan tugas. Lingkungan kerja yang harmonis seperti ini berpengaruh langsung pada kualitas komunikasi, karena hubungan interpersonal yang positif meminimalkan konflik dan mendorong terciptanya dialog yang produktif (Burhan, Asmiraty, and others 2022). Nilai-nilai tersebut juga meningkatkan efektivitas komunikasi organisasi secara keseluruhan. Komunikasi yang jujur dan terbuka sebagaimana ditekankan dalam ajaran Islam membantu pemimpin menjalin interaksi yang lebih

efektif, mempermudah proses koordinasi, dan memperkuat manajemen internal (Rahmah 2025).

Lebih jauh lagi, prinsip akuntabilitas dan kepatuhan terhadap hukum syariah (syariah compliance) sebagaimana dijelaskan oleh Lubis dan Zulkarnain (2018) memperkuat fondasi etika dalam manajemen organisasi. Nilai-nilai ini memastikan bahwa setiap proses komunikasi dilakukan dengan penuh tanggung jawab dan integritas (Fia 2023). Dengan demikian, nilai-nilai Islam tidak hanya berperan dalam membentuk moral individu, tetapi juga menjadi landasan kokoh bagi terbentuknya komunikasi organisasi yang profesional, transparan, dan berorientasi pada kemaslahatan. Integrasi nilai-nilai Islami ini menjadi relevan terutama dalam konteks kepemimpinan generasi modern, termasuk Generasi Z, yang membutuhkan gaya komunikasi yang autentik, terbuka, dan penuh integritas (Mawabagja et al. 2025).

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dikaji, model kepemimpinan Islami terbukti memiliki relevansi kuat dalam membimbing dan berinteraksi dengan Generasi Z, terutama dari perspektif komunikasi. Nilai-nilai Islam seperti kejujuran, amanah, musyawarah, dan keadilan menjadi fondasi penting dalam menghadirkan kepemimpinan yang tidak hanya otoritatif, tetapi juga empatik, dialogis, dan humanis. Karakter pemimpin dalam Islam yang menekankan keteladanan (uswah hasanah) sangat sesuai dengan kebutuhan Generasi Z yang lebih responsif terhadap figur pemimpin yang autentik, komunikatif, dan mampu berinteraksi secara bermakna melalui saluran komunikasi modern. Integrasi nilai keislaman dalam praktik komunikasi pemimpin memberikan ruang tumbuhnya kepercayaan, motivasi, dan rasa memiliki dalam diri anggota organisasi, sehingga proses manajerial berjalan lebih harmonis dan produktif.

Selain itu, kemampuan pemimpin dalam mengadopsi strategi komunikasi yang adaptif terhadap pola konsumsi digital Generasi Z menjadi kunci efektivitas

kepemimpinan di era modern. Teknologi digital bukan sekadar media informasi, tetapi telah menjadi ruang hidup bagi generasi ini. Karena itu, kepemimpinan Islami yang komunikatif, transparan, dan berorientasi pada nilai-nilai etis mampu menghadirkan pendekatan yang lebih relevan, kreatif, dan menyentuh secara emosional. Dengan menerapkan prinsip syariah dalam setiap proses komunikasi organisasi, pemimpin tidak hanya membangun hubungan profesional, tetapi juga menciptakan kultur kerja yang berintegritas tinggi dan memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi perkembangan individu maupun organisasi. Model kepemimpinan Islami dengan demikian menjadi jawaban atas tantangan komunikasi generasi masa kini, sekaligus menjadi kontribusi strategis dalam pembentukan generasi yang unggul, berakhlak, dan adaptif terhadap perkembangan zaman

DAFTAR PUSTAKA

- Assiroji, Dwi Budiman. 2021. "Konsep Komunikasi Kepemimpinan Dakwah Dalam Menghadapi Generasi Digital." *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan* 4 (01): 57–69.
- Burhan, M, S Pd I Asmiraty, and others. 2022. *Kampus Islam Di Era Generasi Z*. CV. AZKA PUSTAKA.
- Chairunisa, Mutiara. 2025. "Preferensi Gaya Kepemimpinan Oleh Generasi Z Dalam Pelayanan Publik Di Bogor Utara Tahun 2025." *Al Khalifah: Jurnal Kajian Sosiopolitik Dan Hukum* 1 (1): 1–17.
- Fajriansyah, Rizqi, and Hilalludin Hilalludin. 2025. "MERAJUT MASA DEPAN UMAT: PENGEMBANGAN PENDIDIKAN ISLAM DALAM PANDANGAN TRIMURTI GONTOR." *ALMUSTOFA: Journal of Islamic Studies and Research* 2 (01): 495–505.
- Fia, Nurul Alfiatunnisa. 2023. "Dampak Westernisasi Budaya Asing Terhadap Gaya Hidup Generasi Z Berdasarkan Perspektif Islam." *NAZHARAT: Jurnal Kebudayaan* 29 (1): 34–53.
- Fikri, Achmad Fadhel, Hilalludin Hilalludin, and Azfa Nabil Shafi. 2024. "Orientasi Pendidikan Islam Pada Perguruan Tinggi Berbasis Pesantren Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Madani Yogyakarta (STITMA)." *Journal of Creative Student Research* 2 (4): 117–25.
- Hanyfah, Siti, Gilang Ryan Fernandes, and Iwan Budiarto. 2022. "Penerapan Metode Kualitatif Deskriptif Untuk Aplikasi Pengolahan Data Pelanggan Pada Car Wash." *Semnas Ristek (Seminar Nasional Riset Dan Inovasi Teknologi)* 6 (1): 339–44. <https://doi.org/10.30998/semnasristek.v6i1.5697>.
- Hidayat, Hidayat, and Hilalludin Hilalludin. 2024. "Hak Kewajiban Dan Tanggung

- Jawab Guru Dalam Pendidikan Indonesia." *Jurnal Motivasi Pendidikan Dan Bahasa* 2 (3): 179–86.
- Ihsan, Farraz Aulia, Iqbal Ayyoby, Dani Kurniawan, and others. 2025. "Menggali Potensi Generasi Z Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai: Strategi Pendidikan Yang Efektif." *Mesada: Journal of Innovative Research* 2 (2): 686–96.
- Imanina, Kafilah. 2020. "Penggunaan Metode Kualitatif Dengan Pendekatan Deskriptif Analitis Dalam Paud." *Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Anak Dan Media Informasi PAUD* 5 (229): 45–48. <http://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/jpaul/article/view/3728>.
- Lafau, Yurisman, Anwar Three Millenium Waruwu, and Ruth Judica Siahaan. 2024. "Membimbing Generasi Z Dan Alpha: Strategi Kepemimpinan Kristen Dalam Era Digital." *TEOLOGIS, RELEVAN, APLIKATIF, CENDIKIA, KONTEKSTUAL* 3 (1): 112–28.
- Maharani, Layalia. 2025. "Analisis Disiplin Kerja Pada Pekerja Generasi Z (Studi Kasus: Pekerja Generasi Z Berasal Dari Yogyakarta)." Universitas Islam Indonesia.
- Mawabagja, Dico, Adi Kurniawan, Ratu Claudia Suwandi Islami, and Rizky Fadjri Utomo. 2025. "Strategi Adaptasi Manajemen Puncak Dalam Menghadapi Transformasi Tenaga Kerja Generasi Z." *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP* 3 (03): 132–242.
- Melvia, Dwi Arta, and Mohammad Ilham. 2023. "Analisis Manajemen Dakwah: Kepemimpinan Gus Dur Terhadap Generasi Z." *Dakwatun: Jurnal Manajemen Dakwah* 2 (2): 214–24.
- Muhalli, Muhalli. 2023. "Strategi Optimalisasi Pendidikan Islam Dalam Membentuk Karakter Islami Pada Mahasiswa Generasi Z." *Attaqwa: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam* 19 (2): 307–15.
- Muhsin, Muhsin, Muhammad Yassir, and Musthofa Musthofa. 2025. "Peran Pendidikan Agama Islam Dalam Menumbuhkan Karakter Kepemimpinan Dan Etika Pada Generasi Z Indonesia." *Journal of Islamic Research and Studies* 1 (1): 6–11.
- Mulia, Tira, Ani Marlia, Nur Azizah, Siti Mariyah, M Dzaki Permana, and M May Diansyah. 2025. "Revitalisasi Nilai Kepemimpinan Khulafaur Rasyidin Dalam Pendidikan Akhlak Gen Z." *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 5 (1): 1363–72.
- Nabilah, Nida Wafa. 2025. "Media Sosial Konten Religi Islam: Menanamkan Positivitas Pernikahan Dan Mengatasi' Marriage Is Scary' Generasi Z Di Kota Cirebon." S2-PAI UIN Siber Syekh Nurjati.
- Naufaldhi, Muchammad Rafli. 2024. "Strategi Kreatif Komunikasi Dakwah Di Media Sosial Untuk Generasi Z Studi Kasus Realmasjid 2.0." Universitas Islam Indonesia.
- Pramelani, Pramelani, and Muhamad Jejen Jaelani. 2024. "MODEL KEPEMIMPINAN CALON KEPALA DAERAH PADA PERSPEKTIF GEN MILENIAL DAN GEN Z."

PRAJA: Jurnal Ilmiah Pemerintahan 12 (3): 249–62.

Rahmah, Indi. 2025. "Integrasi Nilai-Nilai Islam Dalam Budaya Kerja Milenial Dan Gen Z." *Moral: Jurnal Kajian Pendidikan Islam* 2 (2): 316–27.

Rani, Ana, and Hilalludin Hilalludin. 2025. "PENDIDIKAN DALAM ISLAM: MENELUSURI KEWAJIBAN MENDIDIK DAN TANGGUNG JAWAB PENDIDIK." *ALMUSTOFA: Journal of Islamic Studies and Research* 2 (01): 408–21.

Rian, Rian Kartika Sari, Gina Agiyani, and Mukti Ali. 2025. "Penyuluhan Kepemimpinan Islami: Strategi Komunikasi Dan Manajemen Emosi Rasulullah SAW Di Era Digital." *Jurnal Penyuluhan Dan Pemberdayaan Masyarakat* 4 (2): 75–84.

Rimadhani, Adelia Putri. 2024. "Menghadapi Perubahan Paradigma Kepemimpinan: Strategi Mengelola Generasi Z Dan Milenial Yang Berbeda." *Journal of Knowledge and Collaboration* 1 (2): 60–70.

Sari, Herlini Puspika, Syuhadatul Husna, Rosnita Siregar, and others. 2025. "Peran Pendidikan Islam Dalam Mengatasi Dampak Negatif Globalisasi Terhadap Karakter Generasi Z." *QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora* 3 (2): 790–800.

Sholikhah, Amirotun. 2023. "Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Kualitatif." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 10 (2): 342–62. <https://doi.org/10.24090/komunika.v10i2.953>.

Supratama, Riky, and Hilalludin Hilalludin. 2025. "Tekstualisasi Dan Kontekstualisasi Hadis Larangan Berpergian Bagi Perempuan Tanpa Mahram." *Fikr: Jurnal Studi Keislaman* 1 (1): 20–33.

Zulaikha, Putri, and others. 2025. "Pengaruh Influencer Keagamaan Terhadap Perubahan Gaya Hidup Religius Generasi Z: Perspektif Al-Qur'an." *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi* 2 (6): 648–68.